

# **SKRIPSI**

## **PENGARUH PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERCATAT DI BURSA EFEK INDONESIA**

**RISKA WARDA**



**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2013**

# SKRIPSI

## **PENGARUH PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERCATAT DI BURSA EFEK INDONESIA**

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

disusun dan diajukan oleh

**RISKA WARDA  
A31108892**



kepada

**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2013**

# **SKRIPSI**

## **PENGARUH PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERCATAT DI BURSA EFEK INDONESIA**

disusun dan diajukan oleh

**RISKA WARDA  
A31108892**

telah diperiksa dan disetujui untuk diseminarkan

Makassar, 20 Mei 2013

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Syarifuddin, S.E., M.Soc.Sc., Ak.  
NIP 196312101990021001

Muh. Irdam Ferdiansah, S.E, M.Acc  
NIP 198102242010121002

Ketua Jurusan Akuntansi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Univesitas Hasanuddin

Dr. H. Abdul Hamid Habbe, S.E., M.Si.  
NIP 196305151992031003

# SKRIPSI

## PENGARUH PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERCATAT DI BURSA EFEK INDONESIA

disusun dan diajukan oleh

**RISKA WARDA**  
**A31108892**

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi  
pada tanggal 15 Agustus 2013 dan  
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Panitia Penguji

No.	Nama Penguj	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Syarifuddin, S.E., M.Soc., Sc., Ak.	Ketua	1 .....
2.	Muh. Irdam Ferdiansah, S.E., M.Acc.	Sekretaris	2 .....
3.	Dr. Darwis Said, S.E., M.SA., Ak.	Anggota	3 .....
4.	Drs. H. Abdul Rahman., Ak.	Anggota	4 .....
5.	Rahmawati HS, S.E., M.Si., Ak.	Anggota	5 .....

Ketua Jurusan Akuntansi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Univesitas Hasanuddin

Dr. H. Abdul Hamid Habbe, S.E., M.Si.  
NIP 196305151992031003

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

nama : Riska Warda

NIM : A31108892

Jurusan/Program Studi : Akuntansi/S1

dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul

### **Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Pertambangan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia**

adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 15 Agustus 2013

Yang membuat pernyataan,



RISKA WARDA

## **PRAKATA**

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alikum Wr. Wb.

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tuaku tercinta Muh. Ilyas dan Hj. Halidah, terima kasih atas segalanya, terima kasih atas dukungannya selama ini baik berupa moril maupun materiil, kepercayaan, kesabaran, pengorbanan, serta doa dan kasih sayang yang tak terhingga. Maapkan karena sudah telat menyelesaikan kuliah.
2. Mama Dian, Papa Deril, Mama Aji, Tante Hj. Hasma dan Om Yusuf terima kasih atas doa dan dukungannya.
3. PT. Bursa Efek Indonesia atas pemberian izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian.
4. Bapak Dr. Syarifuddin, S.E., M.Soc.,Sc., Ak. selaku dosen pembimbing I dan ketua penguji skripsi yang telah meluangkan waktu dan dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan dan arahan yang sangat bermanfaat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Bapak Muh. Irdam Ferdiansah, S.E, M.Acc. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya memberikan bimbingan dan arahan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Bapak Dr. H. Abdul Hamid Habbe, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
7. Bapak Dr. Darwis Said, S.E, M.SA, Ak, bapak Drs. H. Abdul Rahman, Ak, dan Ibu Rahmawati HS, S.E, M.Si, Ak, selaku penguji terima kasih atas kritik dan sarannya.
8. Seluruh dosen dan segenap staf Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
9. Adikku tersayang Resky Amelia Ilyas dan Muh. Rifky Ilyas atas bantuan, doa dan semangatnya.
10. Seluruh keluarga besar atas dukungan, doa dan semangatnya.
11. Sahabat-sahabatku tercinta, Vhivhi si Penghasut, Ncenk si Pengacau, Nia si Kepo, dan Shani si Telmi terima kasih atas dukungan kalian, perjuangan kita di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar Jurusan AKUNTANSI tidak akan pernah kita lupa. Pasti akan kangen bersama kalian. Dan khusus buat Hera si Cempeng jangan galau, tentukan pilihanmu.... I Miss U Forever Guys.. T\_T
12. Sahabatku Darna terima kasih atas bantuan, waktu, arahan, masukan-masukan dan semangatmu selama penyelesaian skripsi ini. Dan buat anak-anak Scapat makasih juga atas dukungannya.
13. Sahabat-sahabaku ANTEBAS yaitu Wilda, Uni, Titin, Mirna, Ipoet, Ani, Ammank, Syarif, Mail, Syahril, Yani, dan Chimenk, makasih dukungannya sodara.

14. Teman-teman 08STACKLE atas kebersamaan, kerjasama yang baik, bantuan dan semangatnya. Kompak Selalu!!
15. Cipta, Gafur, K'ikhsan dan K'Ippunk terima kasih atas doa dan dukungannya selama kuliah.
16. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, doa dan dukungannya. Semoga kebaikan kalian dibalas oleh Allah STW. Amin.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan wacana bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Makassar, .....

Peneliti



# ABSTRAK

## **Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Pertambangan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia**

Riska Warda  
Syarifuddin  
Muh. Irdam Ferdiansah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas pada perusahaan pertambangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Corporate social responsibility* (CSR) merupakan salah satu bentuk tanggungjawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan, serta dapat meningkatkan profit perusahaan. Dalam penelitian ini, pengukuran profitabilitas diukur dengan menggunakan *return on asset* (ROA) dan *return on equity* (ROE).

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebanyak 20 perusahaan pertambangan pada tahun 2009 sampai dengan 2011. Data tersebut dari *annual report* atau laporan tahunan yang diperoleh di website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana.

Berdasarkan hasil pengujian, pada hipotesis pertama ditemukan bahwa variabel *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap *return on asset* (ROA). Sedangkan pada hipotesis kedua ditemukan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap *return on equity* (ROE). Jadi, kedua hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima.

**Kata Kunci:** *Corporate Social Responsibility*, *Return on Asset*, dan *Return on Equity*

# **ABSTRACT**

## **The Influence of Assembling Corporate Social Responsibility toward Profitabilities of Mining Factory Recorded in Indonesia Stock Exchange**

Riska Warda  
Syarifuddin  
Muh. Irdam Ferdiansah

This research was aimed to know the influence of corporate social responsibility for profitability to the mining company that was written in Indonesia Stock Exchange (IDX). Corporate social responsibility (CSR) was one of the company's responsibility for societies and environment in around of the company and also it could improve the company's profit. In this research, profitability measuring was surveyed by using return on asset (ROA) and return on equity (ROE).

The sample of this research was Mining company that written in Stock Exchange (IDX) there were 20 mining company in 2009 to 2011. The Data was taken from annual report or years report that were taken in website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). The analysis method was a simple regression.

According to the test result in first hypothesis was found that variable of corporate social responsibility (CSR) had positive significant influence for return on asset (ROA). The second hypothesis was found that corporate social responsibility (CSR) had positive significant influence for return on equity (ROE). So, both of the hypothesis in this can be received.

Key Word: Corporate Social Responsibility, Return on Asset, dan Return on Equity

# DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	v
PRAKATA .....	vi
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Kegunaan Penelitian .....	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	6
1.6 Sistematika Penulisan .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1 <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	8
2.1.1 Sejarah dan Perkembangan <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	8
2.1.2 Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	10
2.1.3 Landasan Hukum <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	12
2.1.4 Model <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	13

2.1.5 Ruang Lingkup <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	14
2.1.6 Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	16
2.2 Profitabilitas .....	18
2.2.1 Pengertian Profitabilitas .....	18
2.2.2 Rasio Profitabilitas .....	19
2.2.3 <i>Return On Asset (ROA)</i> .....	22
2.2.4 <i>Return On Equity (ROE)</i> .....	23
2.3 Hubungan Antar Konsep .....	24
2.4 Penelitian Terdahulu .....	25
2.5 Kerangka Penelitian .....	34
2.6 Hipotesis .....	37
BAB III METODE PENELITIAN .....	39
3.1 Rancangan Penelitian .....	39
3.2 Tempat dan Waktu .....	39
3.3 Populasi dan Sampel .....	40
3.3.1 Populasi .....	40
3.3.2 Sampel .....	40
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	42
3.6.1 Pengukuran <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	42
3.6.2 Pengukuran Profitabilitas .....	43
3.7 Instrumen Penelitian .....	45
3.7.1 Regresi Linear Sederhana .....	45
3.8 Analisis Data .....	45
3.8.1 Uji Asumsi Klasik .....	46
3.8.2 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	49
3.8.3 Pengujian Hipotesis .....	50

BAB IV HASIL PENELITIAN .....	53
4.1 Deskriptif Penelitian .....	53
4.2 Analisis Data .....	54
4.2.1 Analisis Grafik .....	54
4.2.2 Analisis Statistik .....	56
4.3 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	57
4.3.1 Koefisien Determinasi .....	57
4.4 Pengujian Hipotesis .....	59
4.5 Pembahasan .....	61
4.5.1 Pengaruh Penerapan CSR terhadap ROA .....	61
4.5.2 Pengaruh Penerapan CSR terhadap ROE .....	63
 BAB V PENUTUP .....	 65
5.1 Kesimpulan .....	65
5.2 Saran .....	66
 DAFTAR PUSTAKA .....	 68
LAMPIRAN .....	71

## DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	30
4.1	Proses Pemilihan Sampel .....	54
4.2	Uji Kolmogorov-Smirnov .....	57
4.3	Koefisien Determinasi .....	58
4.4	Uji T (Parsial) .....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Penelitian .....	37
4.1 Probality Plot Uji Normalitas Pengaruh CSR terhadap ROA .....	55
4.2 Probality Plot Uji Normalitas Pengaruh CSR terhadap ROE .....	56

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 Hasil Penelitian .....	74
2 Indikator GRI (Global Reporting Initiative) .....	75



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Dunia ekonomi dan usaha berkembang dengan pesat sejak awal tahun 1980-an. Hal ini ditunjang dengan perkembangan pesat di dunia teknologi yang memudahkan komunikasi di antara pelaku dunia usaha, baik antar kota, antar negara, bahkan antar benua. Kemajuan teknologi ini melahirkan globalisasi yang kemudian memicu semakin kompetitifnya tingkat persaingan di dalam dunia usaha. Adapun indikator keberhasilan perusahaan dalam memenangkan persaingan di dunia usaha adalah *profit* dan pertumbuhan (Rachmawati, 2010:1). Peningkatan *profit* ditandai dengan semakin meningkatnya tingkat penjualan produk di dalam pasar. Sedangkan pertumbuhan ditandai dengan semakin meningkatnya nilai investasi yang ditanamkan dalam perusahaan. *Profit* dan pertumbuhan memang merupakan indikator keberhasilan perusahaan. Tetapi, selain *profit* dan pertumbuhan, ada hal lain yang tak kalah pentingnya yaitu keberlangsungan (*sustainability*).

Kunci utama pencapaian keberlangsungan adalah adanya penerimaan publik akan kehadiran perusahaan. Untuk mencapai keberlangsungan tersebut, lahirlah suatu konsep yang dikenal sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggungjawab sosial perusahaan. CSR merupakan suatu konsep terintegrasi yang menggabungkan aspek sosial dan aspek bisnis dengan selaras agar

perusahaan dapat membantu tercapainya kesejahteraan *stakeholders*, serta dapat mencapai *profit* maksimum sehingga dapat meningkatkan harga saham (Rachmawati, 2010:3).

Menurut Pambudi dalam Mawarani (2010), *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dijalankan melalui tiga pilar yaitu sosial, ekonomi, dan lingkungan. Kegiatan yang dilakukan di dalamnya berupa *Community Development* yang kemudian dikembangkan untuk mencapai citra yang baik di mata para *stakeholders* perusahaan. Adanya beberapa pihak yang masih memandang pelaksanaan CSR dalam konteks profitabilitas perusahaan merupakan tantangan tersendiri, karena perusahaan juga harus memperhatikan orang dan lingkungan sekitarnya. Di sini kemitraan antara perusahaan dengan pemerintah dan masyarakat sipil merupakan kunci keberhasilan pelaksanaan CSR.

Di Indonesia telah ditetapkan kewajiban bagi perusahaan untuk melakukan program CSR, kewajiban tersebut dituangkan dalam UU Perusahaan Terbatas (PT) No.40 Tahun 2007 bahwa PT yang menjalankan usaha di bidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Pasal 74 ayat 1). Kemudian peraturan mengenai CSR terhadap perusahaan BUMN. Jika dicermati, peraturan tentang CSR yang relatif lebih terperinci adalah UU No.19 Tahun 2003 tentang BUMN dan kemudian dijabarkan lebih jauh oleh Peraturan Menteri Negara BUMN No.4 Tahun 2007 yang mengatur mulai dari besaran dana hingga tata cara pelaksanaan CSR. CSR milik BUMN adalah Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). PKBL merupakan

program pembinaan usaha kecil dan pemberdayaan kondisi lingkungan oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Berdasarkan Undang-undang Penanaman Modal No. 25 Tahun 2007 Pasal 15 dan 34 disebutkan bahwa perusahaan yang tidak melaksanakan CSR akan dikenakan sanksi administratif berupa peringatan tertulis, pembatalan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha, dan yang terakhir adalah pencabutan izin kegiatan.

Daniri dalam Nurkhin (2010) menambahkan bahwa CSR tidak lagi dihadapkan pada tanggungjawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja, tapi tanggungjawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* atau 3P yaitu *profit* (keuntungan), *people* (masyarakat), dan *planet* (lingkungan). Wahyudi dan Azheri (2008:133) mengemukakan bahwa “*Triple bottom line* merupakan variabel yang berharga sebagai sarana untuk bereaksi lebih cepat ke perubahan di dalam perilaku *stakeholders* (pemangku kepentingan), dan menyertakan perubahan itu ke dalam strategi ke depan sebagai prinsip dasar menuju ke arah *sustainability*”.

Perusahaan dan *stakeholders* pada dasarnya berada pada ikatan yang saling membutuhkan, terutama di negara berkembang. Hal ini dikarenakan perusahaan mampu menstimulasi pembangunan ekonomi komunitas lokal. Masyarakat yang tinggal disekitar area perusahaan diuntungkan dari kesempatan kerja yang terbuka dan berbagai peluang bisnis , serta adanya peningkatan standar hidup.

Perusahaan sebagai entitas ekonomi, apapun bentuk industrinya, bertujuan untuk mencetak laba yang optimal guna meningkatkan kekayaan para pemilik saham. Namun itu saja belum cukup, keberlanjutan bisnis perusahaan (*sustainable business*) tidak terjamin bila hanya mengandalkan laba yang tinggi semata, tetapi perusahaan juga harus memiliki komitmen yang tinggi dalam menjalankan program CSR (Darwin, 2008). Jadi, sebenarnya tidak ada pertentangan motif perusahaan untuk meraih laba dan di satu sisi juga turut aktif melaksanakan program-program CSR. Bahkan pelaksanaan program CSR dapat menunjang perolehan laba perusahaan dalam jangka panjang dan sebaliknya sebagian laba tersebut dapat digunakan dalam mendukung pelaksanaan program CSR dengan kuantitas dan kualitas yang lebih dapat ditingkatkan lagi.

Penelitian sebelumnya yang terkait dengan pengaruh penerapan *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas adalah penelitian Nugraha (2011), “pengaruh sebelum dan sesudah penerapan *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas PT. Telekomunikasi Indonesia”. Penelitian ini dilakukan di PT. Telekomunikasi Indonesia dengan cara menganalisis laporan keuangan yang terdapat pada ICMD pada periode tahun 1997 sampai dengan 2006. Variabel yang digunakan adalah *Corporate Social Responsibility Disclosure*, *Return On Asset (ROA)*, *Net Profit Margin (NPM)*, *Earning Per Share (EPS)* dan *Asset Turn Over (ATO)* sebagai alat ukur profitabilitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program *corporate social responsibility* pada PT Telekomunikasi Indonesia telah membawa pengaruh yang positif terhadap profitabilitas perusahaan. Perbedaan

penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilaksanakan adalah perbedaan objek penelitian, waktu penelitian, dan perbedaan metode penelitian serta akan berbeda pula hasilnya. Peneliti tersebut akan melakukan penelitian di Bursa Efek Indonesia pada perusahaan pertambangan dengan menggunakan metode kuantitatif. Variabel yang digunakan adalah CSR, ROA, dan ROE.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik mengambil judul **“Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Pertambangan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia”**.

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian dalam latar belakang, maka rumusan dari penelitian ini adalah “apakah penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan pertambangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia?”

## **1.3 TUJUAN PENELITIAN**

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap profitabilitas pada perusahaan pertambangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia.

#### 1.4 KEGUNAAN PENELITIAN

Penelitian ini dapat memberikan manfaat/kegunaan antara lain:

- a. Bagi perusahaan, dapat memberikan informasi kepada perusahaan mengenai keefektifan CSR dalam laporan yang biasa disebut *sustainability reporting*.
- b. Bagi investor, sebagai pertimbangan dalam sebuah pengambilan keputusan investasi, guna menentukan perusahaan yang dapat memberikan tingkat pengembalian investasi yang diharapkan, tanpa melupakan tanggungjawab sosialnya.
- c. Bagi masyarakat, memberikan pemahaman tentang penerapan tanggungjawab sosial perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh dari perusahaan.

#### 1.5 RUANG LINGKUP PENELITIAN

1. Dalam penelitian ini, peneliti membatasi hanya pada pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap profitabilitas (ROA dan ROE) pada perusahaan.
2. Ruang lingkup penelitian terbatas pada perusahaan pertambangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI).
3. Hanya pelaporan pelaksanaan CSR tahun 2009 sampai dengan 2011 pada perusahaan pertambangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI).

## 1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika dalam penelitian ini, sebagai berikut:

### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penelitian.

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan diuraikan mengenai tinjauan literatur, teori-teori yang berkaitan dan menjadi acuan dalam pembahasan materi penelitian, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai rancangan penelitian, tempat dan waktu, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional, instrumen penelitian, dan analisis data.

### BAB IV HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai hasil-hasil yang diperoleh dalam penelitian, gambaran umum perusahaan, deskripsi data, pengujian hipotesis, dan pembahasan temuan-temuan penelitian.

### BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 ***CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY***

##### 2.1.1 **Sejarah Dan Perkembangan *Corporate Social Responsibility***

Tanggungjawab sosial perusahaan kepada masyarakat bermula di Amerika Serikat, yaitu pada zaman permulaan perkembangan perusahaan besar di akhir abad ke-19. Saat itu perusahaan besar menyalahgunakan kuasa mereka dalam hal diskriminasi harga, menahan buruh dan perilaku lainnya yang menyalahi moral kemanusiaan. Hal ini menyebabkan protes masyarakat dan sebagai akibatnya pemerintah melakukan perubahan peraturan perusahaan untuk mengatasi masalah tersebut.

Fase kedua evolusi tanggungjawab sosial perusahaan tercetus pada tahun 1930-an, yang diikuti gelombang resesi dunia secara besar-besaran yang mengakibatkan pengangguran dan banyak perusahaan yang bangkrut. Pada masa ini, dunia berhadapan dengan kekurangan modal untuk input produksinya. Buruh terpaksa berhenti bekerja, pengangguran sangat meluas dan merugikan pekerjaannya. Saat itu timbul ketidakpuasan terhadap sikap perusahaan yang tidak bertanggungjawab terhadap pekerjaannya (Sukirno, 2004:352).

Dalam konteks global, istilah CSR mulai digunakan sejak tahun 1970-an dan semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line In 21st Century Business* (1998), karya John



Elkington. Elkington Mengembangkan tiga komponen penting *sustainable development protection*, yakni *economic growth*, *enviromental protection*, dan *sosial equity*, yang digagas *The World Commission On Environment And Development (WCED)* dalam *Brundland Report* tahun 1987. Elkington mengemas CSR ke dalam tiga fokus: 3P (*profit*, *people*, dan *planet*). Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*), melainkan pula memperhatikan kesejahteraan masyarakat (*people*), dan memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*).

Di Indonesia, istilah CSR semakin populer digunakan sejak tahun 1990-an. Beberapa perusahaan sebenarnya telah lama melakukan CSA (*Corporaten Social Activity*) atau aktivitas sosial perusahaan. Walaupun tidak menamainya CSR, secara faktual aksinya mendekati CSR yang mempresentasikan bentuk “peran serta” dan “kepedulian” perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Melalui konsep investasi sosial perusahaan “*seat belt*”, sejak tahun 2003 Departemen Sosial tercatat sebagai lembaga pemerintah yang aktif dalam mengembangkan konsep CSR dan melakukan advokasi kepada berbagai perusahaan nasional (Octafiani dkk, 2011). Selain itu, pemilik perusahaan sejatinya bukan hanya *shareholders* atau para pemegang saham, melainkan pula *stakeholders*, yakni pihak-pihak yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan. *Stakeholders* dapat mencakup karyawan dan keluarganya, pelanggan, pemasok, masyarakat sekitar perusahaan, lembaga-lembaga swadaya masyarakat, media massa, dan pemerintah selaku regulator (Octafiani dkk, 2011).

### 2.1.2 Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Pengertian *Corporate Social Responsibility*, CSR, atau sering kali disebut sebagai tanggungjawab sosial perusahaan telah banyak disampaikan oleh para pakar maupun lembaga internasional. Ada beberapa pengertian CSR menurut pakar ataupun lembaga, sebagai berikut:

1. Darwin (2008) mendefinisikan CSR sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.
2. CSR merupakan suatu konsep terintegrasi yang menggabungkan aspek bisnis dan sosial dengan selaras agar perusahaan dapat membantu tercapainya kesejahteraan para *Stakeholder*, serta dapat mencapai *profit* maksimum sehingga dapat meningkatkan harga saham (Nugraha, 2011:2-3).
3. CSR menurut Sutanto dalam Mursitama dkk (2011:26), membagi CSR ke dalam dua golongan besar tanggungjawab sosial, yaitu tanggungjawab internal dan tanggungjawab eksternal. Tanggungjawab internal meliputi tanggungjawab kepada para pemangku kepentingan dalam hal *profit* dan pertumbuhan, serta kepada para pekerja dalam hal pekerjaan dan pengembangan karir yang menguntungkan pekerja dan perusahaan. Sedangkan tanggungjawab eksternal menyajikan perusahaan sebagai pembayar pajak dan penyedia pekerjaan yang berkualitas, meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat baik dalam bidang bisnis

yang sesuai dengan bisnis perusahaan maupun tidak, serta menjaga lingkungan untuk generasi masa depan.

4. Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) dalam Rahmatullah dan Kurniati (2011:5), CSR merupakan komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, berikut komunitas-komunitas setempat (lokal), masyarakat secara keseluruhan, dalam rangka meningkat kualitas kehidupan.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan suatu tindakan yang dilakukan perusahaan sesuai dengan kemampuan perusahaan sebagai bentuk tanggungjawab terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan itu berada. CSR juga bukan merupakan beban bagi perusahaan, tetapi merupakan modal sosial perusahaan yang dapat berkontribusi untuk keberlanjutan perusahaan dan membantu tercapainya kesejahteraan *stakeholders* serta dapat meningkatkan *profit*.

### **2.1.3 Landasan Hukum *Corporate Social Responsibility***

Landasan hukum yang menyangkut CSR terdapat dalam makalah mengenai CSR oleh Octafiani, dkk (2011) sebagai berikut:

- a. Keputusan Menteri BUMN Tentang Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL) dalam Kerangka Acuan Kerja (KAK) *Workshop* Kajian Penerapan Pasal 74 Undang-Undang PT Nomor 40 Tahun 2007, dikemukakan

bahwa peraturan mengenai tanggungjawab sosial perusahaan, pada awalnya hanya mengikat Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dengan aktivitas sosial yang lebih dikenal dengan istilah Program Kemitraan dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan (PKBL). PKBL pada dasarnya terdiri dari dua jenis, yaitu program penguatan usaha kecil melalui pemberian pinjaman dana bergulir dan pendampingan (disebut Program Kemitraan) serta program pemberdayaan (disebut Program Bina Lingkungan).

- b. Undang-Undang PT Nomor 40 tahun 2007 yang berisi peraturan mengenai diwajibkannya melakukan CSR. Direksi yang bertanggung jawab bila ada permasalahan hukum yang menyangkut perusahaan dan CSR.
- c. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007, tentang Penanaman Modal, baik penanaman modal dalam negeri, maupun penanaman modal asing. Dalam penjelasan pasal 15 huruf b menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan “tanggung jawab sosial perusahaan” adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat “.
- d. Undang-Undang Minyak dan Gas Bumi Nomor 22 Tahun 2001, disebutkan pada Pasal 13 ayat 3 (p): “Kontrak Kerja Sama sebagaimana dimaksudkan dalam ayat (1) wajib memuat paling sedikit ketentuan-ketentuan pokok yaitu: (p) pengembangan masyarakat sekitarnya dan jaminan hak-hak masyarakat adat.

#### 2.1.4 Model *Corporate Social Responsibility*

Model atau pola CSR yang umum diterapkan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia menurut Said dan Abidin dalam Setiawan dkk (2010), yaitu:

1. Keterlibatan langsung, perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Menjalankan tugas ini, biasanya perusahaan menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti *corporate secretary* atau *public affair manager* atau menjadi bagian dari tugas pejabat *public relation*.
2. Melalui yayasan atau organisasi sosial milik perusahaan, perusahaan mendirikan sendiri yayasan dibawah perusahaan atau groupnya. Model ini merupakan adopsi yang lazim dilakukan di negara maju. Perusahaan menyediakan dana awal, dan rutin atau dana abadi yang dapat digunakan untuk operasional yayasan.
3. Bermitra dengan pihak lain, perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga atau organisasi non pemerintah, instansi pemerintah, universitas atau media masa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya.
4. Mendukung atau bergabung dalam satu konsorium, perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Pihak konsorium yang dipercaya oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya akan

secara proaktif mencari kerjasama dari berbagai kalangan dan kemudian mengembangkan program yang telah disepakati.

### **2.1.5 Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility***

Menurut Rahmatullah dan Kurniati (2011:7-8), pada dasarnya CSR bukanlah entitas departemen atau divisi yang sifatnya parsial, atau hanya berfungsi dalam pendongkrakan citra sebagai bagian dari jurus jitu *marketing* perusahaan, sehingga nilai perusahaan di mata *stakeholders* lain khususnya menjadi positif. Pada hakikatnya CSR adalah nilai atau jiwa yang melandasi aktivitas perusahaan secara umum, dikarenakan CSR menjadi pijakan komprehensif dalam aspek ekonomi, sosial, kesejahteraan dan lingkungan. Tidak etis jika nilai CSR hanya diimplementasikan untuk memberdayakan masyarakat setempat, di sisi lain kesejahteraan karyawan yang ada di dalamnya tidak terjamin, atau perusahaan tidak disiplin dalam membayar pajak, suburnya praktik korupsi dan kolusi, atau mempekerjakan anak.

Menurut Jack Mahoney dalam Lusia (2009:7), menegaskan bahwa melalui praktek etis dunia usaha modern, ruang lingkup CSR dapat dibedakan menjadi atas empat, yaitu:

1. Keterlibatan perusahaan dalam kegiatan-kegiatan sosial yang berguna bagi kepentingan masyarakat luas.
2. Keuntungan ekonomis yang diperoleh perusahaan.

3. Memenuhi aturan hukum yang berlaku, baik yang berkaitan dengan kegiatan dunia usaha maupun kehidupan sosial masyarakat pada umumnya.
4. Menghormati hak dan kepentingan *stakeholders* atau pihak yang terkait yang mempunyai kepentingan langsung maupun tidak langsung.

Pada sisi lain Brodshaw dan Vogel dalam Wahyudi dan Azheri (2008:46), menyatakan bahwa ada tiga dimensi dari garis besar ruang lingkup CSR yaitu:

1. *Corporate philanthropy* adalah usaha-usaha amal yang dilakukan perusahaan, di mana usaha-usaha amal ini tidak berhubungan secara langsung dengan kegiatan normal perusahaan. Usaha-usaha amal ini dapat berupa tanggapan langsung perusahaan atas permintaan dari luar perusahaan atau juga berupa pembentukan suatu badan tertentu, seperti yayasan untuk mengola usaha amal tersebut.
2. *Corporate Responsibility* adalah usaha-usaha sebagai wujud tanggungjawab sosial perusahaan ketika sedang mengejar profitabilitas sebagai tujuan perusahaan.
3. *Corporate Policy* adalah berkaitan erat dengan bagaimana hubungan perusahaan dengan pemerintah yang meliputi posisi suatu perusahaan dengan adanya berbagai kebijaksanaan pemerintah yang mempengaruhi baik bagi perusahaan atau masyarakat secara keseluruhan.

### 2.1.6 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Menurut Branco dan Rodrigues dalam Mursitama dkk (2011:27-31), membagi dua manfaat CSR bila dikaitkan dengan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) dari sebuah perusahaan. Yaitu dari sisi internal maupun eksternal.

1. Manfaat Internal CSR, yaitu:
  - a. Pengembangan aktivitas yang berkaitan dengan sumber daya manusia. Serangkaian aktivitas pengembangan sumber daya manusia dicapai dengan menciptakan para karyawan yang memiliki keterampilan tinggi. Karyawan yang berkualitas akan menyumbang pada sistem manajemen sumber daya manusia yang lebih efektif. Misalnya, dengan meningkatnya loyalitas dan moral dari karyawan.
  - b. Adanya pencegahan polusi dan reorganisasi pengelolaan proses produksi dan aliran bahan baku, serta hubungan dengan *supplier* yang berjalan dengan baik. Muaranya adalah peningkatan performa lingkungan perusahaan.
  - c. Menciptakan budaya perusahaan, kapasitas sumber daya manusia, dan organisasi yang baik. Pengintrodusiran CSR diharapkan perusahaan dan kemauan untuk terus belajar. Integrasi antar fungsi di dalam perusahaan diharapkan juga akan terjadi. Selain itu, partisipasi para karyawan di dalam perusahaan dan keterampilan mereka diharapkan meningkat pula.
  - d. Kinerja keuangan. Dengan dilakukannya CSR, kinerja keuangan perusahaan menjadi lebih baik. Kualitas lingkungan yang turut



disumbangkan oleh korporasi bukan hanya secara langsung mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan, tetapi juga meningkatkan kepemilikan pemodal.

2. Manfaat eksternal CSR, yaitu:

- a. Penerapan CSR akan meningkatkan reputasi perusahaan sebagai badan yang mengembang dengan baik pertanggungjawaban secara sosial. Hal ini menyangkut pemberian pelayanan yang lebih baik kepada pihak eksternal atau pemangku kepentingan eksternal.
- b. CSR merupakan satu bentuk diferensiasi produk yang baik. Artinya, sebuah produk yang memenuhi persyaratan-persyaratan ramah lingkungan dan merupakan hasil dari perusahaan yang bertanggungjawab secara sosial. Untuk itu, diperlukan kesesuaian antara berbagai aktivitas sosial dengan karakteristik perusahaan yang juga khas. Karakteristik ini mempengaruhi ekspektasi dari para pemangku kepentingan tentang bagaimana seharusnya perusahaan bertindak.
- c. Melaksanakan CSR dan membuka kegiatan CSE itu secara publik merupakan instrumen untuk komunikasi yang baik dengan khayalak. Pada gilirannya semuanya akan membantu menciptakan reputasi dan *image* perusahaan yang lebih baik. Dengan demikian, akan membantu perusahaan dan para karyawannya dalam membangun keterikatan dengan komunitas secara lebih kohensif dan terintegrasi.
- d. Kontribusi CSR terhadap kinerja perusahaan pun dapat terwujud paling tidak dalam dua bentuk. Pertama, dampak positif yang timbul

sebagai insentif (*rewards*) atas tingkah laku positif dari perusahaan. Kontribusi ini sering disebut sebagai kesempatan (*opportunities*). Kedua, kemampuan perusahaan untuk mencegah munculnya konsekuensi dari tindakan yang buruk atau dikenal sebagai “jaring pengaman” atau *safety nets* bagi perusahaan.

## **2.2 PROFITABILITAS**

### **2.2.1 Pengertian Profitabilitas**

Menurut Septiana (2012:71) Profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Laba merupakan gambaran mengenai kinerja yang dicapai dari proses transaksi umum yang dilakukan perusahaan selama periode tertentu. Laba dijadikan indikator bagi para *stakeholder* untuk menilai sejauh mana kinerja manajemen dalam mengelola suatu perusahaan. Tingkat kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dapat dilihat dan diukur dengan cara menganalisa laporan keuangan melalui rasio profitabilitas. Rasio ini menunjukkan keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Profitabilitas juga penting artinya untuk memperkokoh posisi keuangan.

Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggungjawab sosial secara lebih luas (Heinze dalam Kusumadilaga, 2010:24). Hubungan antara profitabilitas

perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan telah menjadi postulat (anggapan dasar) untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Bowman dalam Kusumadilaga, 2010:24).

Profitabilitas juga mempunyai arti penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah badan usaha tersebut mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang. Dengan demikian setiap badan usaha akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu badan usaha maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin.

### **2.2.2 Rasio Profitabilitas**

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dan mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan. Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada dilaporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Tujuannya adalah agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang

waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan, sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut.

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai besarnya laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

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 (*Return On Asset*) dan Tingkat Pengembalian Ekuitas (*Return On Equity*). Menurut Sartono (2001:122) rumus-rumus yang dapat digunakan untuk menghitung rasio profitabilitas adalah:

- a. 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.

$$\text{GPMS} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}} \quad (1)$$

- b. 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.

$$\text{NPMS} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \quad (2)$$

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

Tingkat Pengembalian atas aktiva (ROA/ *Return on Asset*) 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.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih sesudah pajak}}{\text{Total Aktiva}} \quad (3)$$

d. 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.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \quad (4)$$

### 2.2.3 *Return On Asset* (ROA)

Rasio ini adalah rasio keuntungan bersih setelah pajak terhadap jumlah asset secara keseluruhan. Rasio ini merupakan suatu ukuran untuk menilai seberapa besar tingkat pengembalian (%) dari *asset* yang dimiliki. Apabila rasio ini tinggi berarti menunjukkan adanya efisiensi yang dilakukan oleh pihak manajemen.

*Return on Assets* (ROA) merupakan salah satu rasio untuk mengukur profitabilitas perusahaan, yaitu merupakan perbandingan antara laba bersih sesudah pajak dengan total aset. Menurut Sartono (2001:68) "*Return on Assets* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan". *Return on Asset* (ROA) mengukur berapa persentase laba bersih sesudah pajak terhadap total aset perusahaan tersebut.

Rumus:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih sesudah pajak}}{\text{Total Aktiva}} \quad (5)$$

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.

#### **2.2.4 Return on Equity (ROE)**

*Return On Equity* merupakan rasio antara laba bersih terhadap total *equity*. *Return on equity* sering disebut juga *rate of return on Net Worth* yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan modal sendiri, sehingga ROE ini ada yang menyebut rentabilitas modal sendiri. Menurut Panggabean dalam Indrawan (2011:22) menambahkan ROE merupakan rasio antara laba bersih dengan ekuitas pada saham biasa atau tingkat pengembalian investasi pemegang saham (*rate of return on stockholder's investment*).

Menurut Sartono (2001) *Return on asset* adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan. Rasio ini dipengaruhi oleh besar kecilnya utang perusahaan, apabila proporsi utang makin besar maka rasio ini juga akan besar.

Rumus:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \quad (6)$$

Untuk melakukan analisis profitabilitas yang merupakan hasil akhir dari berbagai kebijakan dan keputusan yang dijalankan perusahaan, dibutuhkan angka indikator. Analisis profitabilitas ini memberikan gambaran tentang efektif tidaknya suatu perusahaan. Profitabilitas dapat diukur melalui kemampuan perusahaan mempertahankan kebijakan deviden yang stabil sementara di saat yang sama dapat mempertahankan kenaikan kekayaan pemegang saham dalam perusahaan.

### **2.3 HUBUNGAN ANTAR KONSEP**

Perusahaan mempunyai hubungan yang sangat erat dengan lingkungan sekitarnya baik itu dengan lingkungan masyarakat sekitarnya maupun dengan lingkungan fisik atau alam. Karena suatu perusahaan tidak akan maju tanpa dukungan dari lingkungan sosialnya. Upaya yang dilakukan perusahaan untuk mendapatkan dukungan ini adalah dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Melalui aktivitas ini perusahaan perusahaan dapat menjaga keharmonisan hubungannya dengan Stakeholder, sehingga dapat terhindar dari tuntutan-tuntutan sosial dari lingkungan sekitarnya. Pelaksanaan CSR ini akan menyebabkan perusahaan akan mengeluarkan biaya tambahan yang tidak sedikit jumlahnya. Pengeluaran akibat biaya ini tentu akan mempengaruhi perolehan laba perusahaan. Namun, aktivitas ini juga akan menimbulkan citra positif perusahaan dimata masyarakat sehingga biaya-biaya sosial yang



dikeluarkan untuk CSR ini akan berpengaruh terhadap profitabilitas (Januarti, 2005).

## 2.4 PENELITIAN TERDAHULU

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan pengaruhnya terhadap profitabilitas perusahaan. Penelitian-penelitian tersebut antara lain:

Nugraha (2011) meneliti pengaruh diterapkannya *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap profitabilitas perusahaan. Obyek dari penelitian ini adalah PT Telekomunikasi Indonesia (PT. TELKOM, Tbk), dengan cara menganalisis laporan keuangan yang terdapat pada ICMD pada periode tahun 1997-2006. Variabel yang digunakan yaitu *Corporate Social Responsibility Disclosure*, *return on assets* (ROA), *net profit margin* (NPM), *earning per share* (EPS) dan juga *asset turn over* (ATO) sebagai alat ukur *profitabilitas*. Alat uji yang digunakan adalah Uji Paired-Sample t-Test atas rasio-rasio keuangan ROA, EPS, NPM dan ATO. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program *corporate social responsibility* pada PT TELKOM telah membawa pengaruh yang positif terhadap *profitabilitas* perusahaan dan program ini dilaksanakan sejak tahun 2002.

Indrawan (2011) meneliti untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan dan kinerja pasar perusahaan. Variabel yang digunakan adalah *corporate social responsibility*, *return on equity*, *cumulative abnormal return*, *leverage*, kesempatan

pertumbuhan (*growth*), ukuran perusahaan (*size*), risiko sekuritas (*beta*), dan *unexpected earnings*. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi berganda. Hasil pengujian, pertama ditemukan bahwa variabel *corporate social responsibility* dan variabel kontrol *leverage*, berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan (ROE), dan variabel kontrol ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan, akan tetapi variabel kesempatan pertumbuhan (*growth*) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Kedua ditemukan bahwa variabel *corporate social responsibility* dan variabel kontrol risiko sekuritas (*beta*) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja pasar (CAR), dan tiga variabel kontrol lainnya (*leverage*, *size*, dan *growth*) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja pasar, akan tetapi variabel *unexpected earnings* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pasar.

Mawarani (2010) meneliti untuk mengetahui, apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas perusahaan tersebut. Objek penelitian di perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI). Variabel yang digunakan adalah CSR, ROA dan ROE, kemudian menggunakan pengujian regresi linear sederhana. Hasil dari penelitian ini menunjukkan tingginya tingkat CSR perusahaan tambang tidak dapat meningkatkan besarnya *Return On Asset* pada perusahaan tambang. Adapun hasil lain dari penelitian ini, bahwa semakin besarnya biaya CSR yang digunakan pada perusahaan tambang, mengurangi *Return On Equity* yang akan diterima oleh pemegang saham.

Hariyani (2011) melakukan penelitian untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan profitabilitas sebelum dan sesudah penerapan CSR pada PT. Unilever Indonesia, Tbk. Variabel yang digunakan adalah CSR dan ROA. Analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif dan *paired sample T-test*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan sebelum dan sesudah penerapan CSR terhadap profitabilitas pada PT. Unilever Indonesia, Tbk.

Kusumadilaga (2010) melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas perusahaan sebagai variabel moderating. Nilai perusahaan dalam penelitian ini adalah harga saham dan laba perusahaan sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan. Objek penelitian adalah Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel yang digunakan adalah CSR sebagai variabel independen, profitabilitas sebagai variabel moderating, dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Metode analisis pada penelitian ini adalah analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan.

Gilangsantika (2009) meneliti untuk mengetahui pengaruh pengeluaran biaya CSR terhadap profitabilitas perusahaan. Objek penelitian adalah PT. Unilever Indonesia, Tbk. Variabel yang digunakan adalah CSR dan ROA. Metode analisis pada penelitian ini adalah analisis regresi sederhana. Hasil

penelitian ini menunjukkan bahwa pengeluaran biaya *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas mempunyai hubungan (korelasi) sangat erat serta searah atau positif.

Rachmawati (2010) melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh sebelum dan sesudah penerapan CSR terhadap profitabilitas perusahaan. Objek penelitian adalah studi kasus pada PT. Sermani Steel. Variabel yang digunakan adalah CSR dan ROA. Hasil penelitian ini tidak menunjukkan kenaikan yang signifikan, tetapi CSR mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

Bayumurthi (2005) melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh penerapan CSR terhadap nilai perusahaan. Objek penelitian adalah pertambangan umum. Variabel penelitian adalah CSR dan nilai perusahaan (*dynamic, cooperative, business, character, successful* dan *withdrawn*). Metode analisis adalah analisis regresi sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan melaksanakan program/kegiatan CSR dapat berdampak positif pada nilai perusahaan.

Septiana (2012) meneliti untuk mengetahui penerapan CSR terhadap profitabilitas pada perusahaan. Objek penelitian adalah perusahaan manufaktur yang Listing di BEI 2007 sampai dengan 2009. Variabel yang digunakan adalah biaya kesejahteraan karyawan, biaya bina lingkungan, biaya kemitraan, dan ROA. Metode analisis adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel biaya kesejahteraan karyawan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ROA, biaya bina lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA, biaya kemitraan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap ROA, sedangkan secara bersama-

sama (simultan) terbukti berpengaruh signifikan terhadap ROA. Kemampuan variabel independen menerangkan profitabilitas sebesar 19.6%, sedangkan sisanya sebesar 80.4% diterangkan oleh faktor lain yang tidak diungkap dalam penelitian ini.

**Tabel 2.1**

**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

<b>NAMA</b>	<b>JUDUL</b>	<b>VARIABEL</b>	<b>HASIL</b>
Nugraha (2011)	Pengaruh Sebelum dan Sesudah Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Profitabilitas PT. Telekomunikasi Indonesia.	<i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> , <i>return on assets</i> (ROA), <i>net profit margin</i> (NPM), <i>earning per share</i> (EPS) dan <i>asset turn over</i> (ATO).	Hasil penelitian ini, program <i>corporate social responsibility</i> membawa pengaruh yang positif terhadap profitabilitas perusahaan tersebut.
Indrawan (2011)	<i>Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan.</i>	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), <i>Return On Equity</i> (ROE), <i>Cumulative Abnormal Return</i> (CAR), <i>Leverage</i> , Kesempatan Pertumbuhan ( <i>Growth</i> ), Ukuran Perusahaan ( <i>Size</i> ), Risiko Sekuritas ( <i>Beta</i> ), <i>Unexpected Earnings</i> .	Hasil pengujian, CSR dan <i>leverage</i> , berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan (ROE), ukuran perusahaan ( <i>size</i> ) berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan, akan tetapi variabel kesempatan pertumbuhan ( <i>growth</i> ) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. CSR dan risiko sekuritas ( <i>beta</i> ) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap

			kinerja pasar (CAR), dan tiga variabel kontrol lainnya ( <i>leverage</i> , <i>size</i> , dan <i>growth</i> ) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja pasar, akan tetapi variabel <i>unexpected earnings</i> berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pasar.
Mawarani (2010)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia.	CSR, ROA dan ROE.	Hasil penelitian ini menunjukkan tingginya tingkat CSR tidak dapat meningkatkan besarnya ROA pada dan semakin besarnya biaya CSR yang digunakan mengurangi ROE.
Hariyani (2011)	Pengaruh Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Perbedaan Profitabilitas Perusahaan (Studi Kasus PT. Unilever Indonesia, Tbk).	CSR dan ROA	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan profitabilitas sebelum dan sesudah penerapan CSR pada perusahaan tersebut.
Kusumadilaga (2010)	<i>Pengaruh Corporate</i>	CSR, Nilai perusahaan dan	Pengungkapan CSR mempengaruhi secara

	<i>Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variable Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia).</i>	profitabilitas	signifikan nilai perusahaan dan profitabilitas tidak mempengaruhi pengungkapan CSR dan nilai perusahaan.
Gilangsantika (2009)	Pengaruh Pengeluaran Biaya <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Profitabilitas (Studi Kasus Pada PT. Unilever Indonesia, Tbk)	CSR dan ROA	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengeluaran biaya <i>corporate social responsibility</i> terhadap profitabilitas mempunyai hubungan (korelasi) sangat erat serta searah atau positif.
Rachmawati (2010)	Pengaruh Sebelum Dan Setelah Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Profitabilitas.	CSR dan ROA	Penelitian ini tidak menunjukkan kenaikan yang signifikan, tetapi CSR mempengaruhi profitabilitas perusahaan.
Bayumurthi (2005)	Pengaruh <i>Corporate</i>	CSR dan nilai perusahaan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa



	<i>Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Pertambahan Umum.		dengan melaksanakan program/kegiatan CSR dapat berdampak positif pada nilai perusahaan.
Septiana (2012	Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bei 2007 S.D 2009).	Biaya kesejahteraan karyawan, biaya bina lingkungan, biaya kemitraan, dan ROA	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel biaya kesejahteraan karyawan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ROA, biaya bina lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA, biaya kemitraan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap ROA, sedangkan secara bersama-sama (simultan) terbukti berpengaruh signifikan terhadap ROA.

## 2.5 KERANGKA PENELITIAN

*Corporate Social Responsibility* atau disingkat CSR merupakan sebuah konsep yang tengah berkembang secara global dan penerapannya telah merambah ke semua sektor. CSR juga merupakan suatu tindakan perusahaan yang sesuai kemampuan perusahaan sebagai bentuk tanggungjawab terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan. Jadi, setiap perusahaan tidak hanya mencari keuntungan semata, tetapi juga harus memperhatikan masyarakat dan lingkungan di sekitarnya.

Profitabilitas merupakan hasil akhir bersih dari berbagai kebijakan dan keputusan manajemen (Sawir, 2000:17). Untuk menilai profitabilitas suatu perusahaan dapat menggunakan berbagai alat analisis, tergantung dari tujuan analisisnya. Analisis profitabilitas memberikan bukti pendukung mengenai kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dan sejauh mana efektivitas pengelolaan perusahaan. Salah satu alat analisis yang digunakan untuk analisis profitabilitas adalah rasio profitabilitas.

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya (Harahap, 2008:304). Menurut Sawir (2000:18) rasio profitabilitas akan memberikan jawaban akhir tentang efektivitas manajemen perusahaan, rasio ini memberi gambaran tentang tingkat efektivitas pengelolaan perusahaan.

Dalam penelitian ini, jenis rasio profitabilitas yang akan digunakan adalah *return on asset* (ROA) dan *return on equity* (ROE). Menurut Sawir (2000:19-20):

“ROA merupakan salah satu rasio profitabilitas yang dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan. Sedangkan, ROE 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 perusahaan.”

Peningkatan profitabilitas perusahaan kemungkinan juga dipengaruhi oleh program-program *corporate social responsibility* (CSR). CSR merupakan bagian dari struktur perusahaan yang kokoh dan tidak tergantikan. Jika dikelola dengan baik program CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan ini dapat menghasilkan manfaat yang signifikan dalam bentuk reputasi perusahaan (Gilangsantika, 2009:44-45). Reputasi perusahaan merupakan penilaian atau tanggapan masyarakat (konsumen) terhadap pembentukan citra perusahaan yang berdampak positif bagi perusahaan.

Citra perusahaan dapat dikatakan sebagai persepsi masyarakat dari adanya pengalaman, kepercayaan, perasaan, dan pengetahuan masyarakat terhadap sebuah perusahaan (Gendro, 2012). Citra perusahaan dibentuk oleh masyarakat, dari upaya komunikasi dan keterbukaan perusahaan dalam usaha membangun citra yang positif (Gilangsantika, 2009:46). Citra positif perusahaan bukan hanya menarik konsumen dalam memilih produk (barang atau jasa) perusahaan, tetapi juga dapat memperbaiki tingkat kepuasan

pelanggan terhadap perusahaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa citra positif perusahaan berdampak pada profitabilitas perusahaan.

Menurut Jefkins (2004) hal-hal positif yang dapat meningkatkan citra perusahaan adalah sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan di bidang keuangan yang pernah diraihinya, keberhasilan ekspor, hubungan industri yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja dalam jumlah besar. kesediaan turut memikul tanggungjawab social, dan komitmen mengadakan penelitian. Citra positif perusahaan juga merupakan salah satu program/kegiatan CSR untuk menarik para investor dalam menanamkan modalnya, karena investor lebih suka menanamkan modal pada perusahaan yang aman dari berbagai tuntutan. Hal ini diperkuat oleh pendapat Belkaoui (2001:332) yang mengatakan "...bahwa investor yang etis akan membentuk *clienteles* (kelas-kelas investor) yang akan memberi respon kepada perusahaan yang mempunyai perhatian sosial."

Penelitian yang berhasil menunjukkan hubungan antara CSR dengan profitabilitas adalah penelitian Arman Susilo Nugraha (2011). Akan tetapi tidak semua peneliti mendukung hubungan antara kedua variabel tersebut. Penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini ditemukan oleh Rimba Kusumadilaga (2010). Selain itu, sebuah survey internasional yang dilakukan oleh *Price Water House Coopers* pada tahun 2002 mengungkapkan 70% *Global Chief Executive* berpendapat bahwa pelaksanaan CSR adalah vital bagi profitabilitas perusahaan (Bayumurthi, 2005:31).