

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN PROFITABILITAS

Oleh:

Hans Hananto Andreas

Usil Sis Sucahyo

Delima Elisabeth

Fakultas Ekonomika dan Bisnis - Universitas Kristen SatyaWacana

Abstract: This study was conducted with the aim to examine the relation between corporate social responsibility with corporate profitability. Corporate social responsibility would be measured by the method of opportunity cost approach by using three other variables, which was: employee relations cost, community services cost and environmental awareness cost. While the profitability of the company was measured using return on assets ratio. This study used a mining company listed on Indonesia Stock Exchange in 2010-2013 as a research sample. The final sample in this study was 26 companies. This study would be tested by using descriptive statistical analysis and correlation analysis. The result of the study indicated that corporate social responsibility variables (employee relations cost, community services cost and environmental awareness cost) related to profitability in mining companies.

Keyword: corporate social responsibility, employee relations, community services, environmental awareness, and profitability

PENDAHULUAN

Beberapa tahun belakangan ini, *Corporate Social Responsibility*(CSR) menjadi isu penting bagi perusahaan dan merupakan suatu informasi yang sangat penting untuk dipertimbangkan investor dalam pengambilan keputusan investasi. Isu ini berkembang ketika banyaknya masalah yang disebabkan oleh industri atau perusahaan, salah satunya terkait dengan potensi dalam menimbulkan masalah kerusakan lingkungan. Hal tersebut dipicu oleh ulah perilaku bisnis yang tidak etis dan tidak ramah lingkungan yang pada dasarnya memiliki tujuan utama untuk dapat memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya tanpa memperhatikan dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas ekonomi perusahaan. PT Freeport Indonesia misalnya, perusahaan tambang yang beroperasi di Mimika Papua ini, telah mendapatkan protes keras dari masyarakat akibat pengelolaan bisnis yang dilakukan dinilai merugikan masyarakat dan lingkungan. Setelah adanya protes dari masyarakat, perusahaan pun mulai melakukan berbagai upaya untuk memenuhi tanggung jawab sosialnya, melalui kegiatan penyisihan penghasilannya untuk membiayai pengembangan masyarakat di Mimika Papua.

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, tanggungjawab 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 CSR, menunjukkan bahwa CSR yang saat ini dilakukan bukan lagi bersifat sukarela.

Perusahaan yang menyadari akan pentingnya menerapkan CSR akan menuai dampak yang baik pula. Meningkatnya reputasi perusahaan, kepercayaan masyarakat sekitar, konsumen dan investor terhadap kinerja perusahaan akan berdampak baik pada penjualan perusahaan yang pada akhirnya akan meningkatkan profit perusahaan. Survei Booth-Harris pada tahun 2001 (Sutopoyudo, 2009) menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif. Akibatnya muncul pandangan bahwa kegagalan melaksanakan CSR akan menjadi penyebab rendahnya profit perusahaan.

Banyak manfaat yang dapat diperoleh perusahaan setelah melaksanakan kegiatan CSR, yang pertama perusahaan akan terhindar dari adanya reputasi negatif sebagai perusak lingkungan yang hanya mengejar keuntungan jangka pendek, kedua perusahaan akan mendapatkan rasa hormat dari masyarakat yang membutuhkan perusahaan, seperti karyawan dan pelanggan, dan yang ketiga, perusahaan akan terhindar dari gangguan lingkungan sekitar, sehingga perusahaan dapat terus menjalankan operasi bisnisnya dengan lancar, dan yang paling utama perusahaan akan dapat menjamin kelangsungan hidup usahanya untuk jangka panjang (Ambadar, 2008 dalam Kamaludin, 2010).

Setelah menyadari kegunaan akan pengungkapan tanggungjawab sosial maka dalam memutuskan mengungkapkan informasi sosial, perusahaan akan mempertimbangkan biaya dan manfaat yang akan diperoleh. Jika manfaat yang diperoleh lebih besar dari biaya untuk mengungkapkan informasi sosial perusahaan, maka perusahaan akan dengan sukarela mengungkapkan informasi tersebut. Namun tidak demikian jika biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk mengungkapkan CSR lebih besar dari pada manfaat yang diperoleh (Angraini, 2006).

Untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility*, perusahaan tentunya tidak mengeluarkan biaya tambahan yang sedikit jumlahnya, akan tetapi biaya tambahan ini menunjukkan besarnya komitmen perusahaan dalam melakukan tanggung jawab sosial. Menurut Kamaludin (2010), biaya tambahan yang dikeluarkan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab sosial tidak menyebabkan pertukarannya negatif dan akan terus menampilkan kinerja perusahaan yang baik. Kegiatan CSR yang dilakukan secara berlanjut dan dalam jangka panjang justru akan membantu perusahaan dalam mengurangi berbagai macam biaya, seperti biaya promosi dan iklan, biaya perekrutan dan biaya penggantian akibat konflik yang ditimbulkan, sehingga kegiatan CSR dapat membantu perusahaan dalam mengurangi biaya dan meningkatkan profitabilitas perusahaan (Kamaludin, 2010).

Rustiarini (2010) meneliti mengenai pengaruh CSR terhadap profitabilitas pada perusahaan pertambangan. Penelitian ini mengambil populasi perusahaan pertambangan yang listing di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitiannya adalah tingginya tingkat CSR perusahaan tambang tidak berpengaruh terhadap *Return On Asset* pada perusahaan tambang dan semakin besarnya biaya CSR yang digunakan pada perusahaan tambang mengurangi *return* yang akan diterima oleh pemegang saham. Surya (2009) mengatakan bahwa CSR yang dilakukan perusahaan tidak

memberikan dampak secara signifikan pada kinerja keuangan perusahaan sumber daya alam dan Anggraini (2006) melakukan penelitian pada perusahaan *go public* yang terdaftar di BEJ 2002-2006 dengan 118 perusahaan sebagai sampel, menunjukkan hasil bahwa tidak ada pengaruh profitabilitas terhadap CSR, justru perusahaan mengalami kerugian kompetitif karena harus mengeluarkan biaya tambahan untuk pengungkapan informasi tersebut. Penelitian Tresnawati (2008) menunjukkan bahwa CSR membawa pengaruh yang positif terhadap profitabilitas perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari peningkatan profitabilitas setelah diterapkannya CSR. Nurkhin (2010) menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2007. Badjuri (2011) menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab pada perusahaan yang memiliki bidang usaha dibidang atau terkait dengan bidang sumber daya alam yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2009.

Beberapa temuan sebelumnya yang mengamati pengaruh CSR dengan profitabilitas perusahaan memberikan hasil yang tidak konsisten. Hal mana tentunya menarik untuk dilakukan kajian ulang didalam penelitian ini. Disini akan diteliti hubungan CSR dengan tingkat profitabilitas perusahaan tanpa melihat pengaruhnya karena dianggap ada keterkaitan diantara kedua variabel ini namun belum tentu sifatnya kausalitas. Belum jelasnya hubungan antara kedua variabel yang secara teori berhubungan namun nyatanya menunjukkan kecenderungan adanya keterkaitan, menjadikan penelitian ini lebih diarahkan dalam bentuk penelitian hubungan antara CSR dengan tingkat profitabilitas perusahaan.

Dalam penelitian ini peneliti akan mengkhususkan sampel pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI. Pengkhususan sampel dapat menghindari hasil penelitian yang bias, dikarenakan perbedaan karakteristik perusahaan yang terdaftar di BEI. Selain itu, perusahaan pertambangan merupakan suatu organisasi yang melakukan kegiatan eksploitasi sumber daya alam yang rentan menimbulkan kerusakan lingkungan. Banyak kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan pertambangan yang dapat menimbulkan berbagai masalah sosial, sehingga CSR yang diterapkan oleh perusahaan akan beragam dan banyak jumlahnya. Selain itu, perusahaan pertambangan juga lebih banyak menyajikan informasi pengungkapan kegiatan CSR dan besaran biaya yang dikeluarkan, khususnya untuk item-item yang berhubungan dengan ketenagakerjaan, komunitas sosial dan upaya-upaya perbaikan lingkungan. Dimana ketiga item yang lebih banyak diungkap oleh perusahaan pertambangan sesuai dengan kebutuhan penelitian yang dilakukan. Untuk itu peneliti lebih tertarik memilih perusahaan pertambangan sebagai sampel penelitian.

Bose (2006) meneliti pada pabrik minyak, gas, dan mineral "petrobrangla" di Bangladesh, menemukan bahwa perusahaan hanya menunjukkan informasi lingkungan hidup secara kualitatif berupa pernyataan-pernyataan aktivitas lingkungan tanpa menunjukkan informasi kuantitatif secara moneter. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini pengukuran CSR akan dilakukan dengan menggunakan metoda *Opportunity Cost Approach* (OCA), dimana dalam metoda ini terdapat tiga variabel yang digunakan, yaitu *employee relations*, *community services* dan *environmental awareness* (Fitri, 2008). Metoda OCA dihitung berdasarkan *social cost* yang dikeluarkan oleh perusahaan, yaitu perhitungan besarnya biaya yang

dikeluarkan untuk pelatihan (*employee relations*), program kepedulian sosial (*community services*), dan biaya untuk program lingkungan hidup (*environmental awareness*). Dengan metoda OCA hasil dari pengukuran CSR akan lebih sesuai dengankontribusi yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan dengan melihat biaya CSR yang dikeluarkan perusahaan dibandingkan ketika menggunakan metoda *CSR Disclosure Indeks*. Dalam metoda *CSR Disclosure Indeks* yang diadopsi dari peraturan *Global Reporting Initiative* (GRI), hanya memberikan kisaran nilai 0 dan 1 dalam penilaian indeksnya, sehingga tidak memberikan rincian informasi tentang pengungkapan yang disajikan oleh masing-masing perusahaan, selain itu terdapat unsur subyektivitas yang tinggi dalam menentukan indeks pengungkapan (Hapsoro, 2012). Pemilihan pengukuran ini dilakukan supaya dapat diperoleh hasil yang lebih terperinci dan dapat terhindar dari unsur subyektivitas dalam menentukan indeks pengukuran (Fitri, 2008).

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka persoalan penelitian yang akan dikaji adalah: Apakah ada hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan profitabilitas perusahaan pertambangan?

Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis keterkaitan antara *Corporate Social Responsibility* dengan profitabilitas perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2010-2013.

Manfaat penelitian ini dapat memberikan masukan bagi pengembangan penerapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan, dan meningkatkan kesadaran perusahaan akan pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, serta sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial perusahaan.

TELAAH LITERATUR

Teori Stakeholder (Stakeholder Theory)

Menurut Ghazali dan Chariri (2007), keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi pada dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Keberhasilan usaha suatu perusahaan ditentukan oleh manajemen perusahaan yang berhasil dalam membina hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholder*. *Stakeholder* tidak hanya terdiri dari investor dan kreditur (*shareholder*), tetapi juga pemasok, pelanggan, pemerintah, masyarakat lokal, karyawan, badan regulator, asosiasi perdagangan, termasuk lingkungan hidup sebagai bagian dari kehidupan sosial. Pengungkapan keuangan dan non keuangan dalam laporan tahunan perusahaan dapat dikatakan sebagai sarana untuk berkomunikasi antara manajemen dengan *stakeholder*. Lujun (2010) dalam penelitiannya berpendapat bahwa selama beberapa tahun terakhir, informasi CSR mendapatkan perhatian lebih banyak dibandingkan informasi perusahaan yang lain dari *stakeholder*.

Kegiatan CSR yang dilakukan secara berkelanjutan dan mengungkapkannya dalam laporan tahunan perusahaan, maka kelangsungan hidup perusahaan akan mendapat dukungan dari *stakeholder*. Perusahaan perlu memberikan informasi relevan kepada *stakeholder* tentang posisi, upaya dan prestasi tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan melalui CSR. Perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi para *stakeholdernya*.

Teori ini dengan jelas menampilkan corak baru dalam mempersepsikan perusahaan dalam bentuk yang lebih sosial dan humanis, serta memberikan kesadaran etika tentang tanggung jawab sosial. Pada dasarnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan untuk memperlihatkan kepada masyarakat tentang aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan pengaruhnya terhadap masyarakat. Dalam hal ini keamanan perusahaan dapat diperoleh yang pada akhirnya berujung pada kepentingan pemilik perusahaan, kemudian manajer akan termotivasi untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan yang menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan (Tamba, 2015). Menurut Anggraini (2007) ada 3 alasan mengapa adanya pelaksanaan CSR yaitu pertama, perusahaan sendiri adalah bagian dari masyarakat, sehingga perusahaan juga harus memperhatikan kepentingan masyarakat. Kedua, dunia usaha dan masyarakat saling menguntungkan apabila saling memenuhi kewajibannya. Ketiga, kegiatan CSR adalah salah satu cara perusahaan untuk menghindari masalah sosial.

Menurut Baker (2007) dalam Mangoting (2007) tanggung jawab sosial adalah bagaimana cara perusahaan mengelola bisnisnya untuk menghasilkan segala hal yang positif yang berpengaruh terhadap lingkungannya. Tanggung jawab sosial dapat dikatakan sebagai cara perusahaan mengatur produksi yang berdampak positif, bukan pada investor dan kreditur saja melainkan juga kepada masyarakat luas.

Dalam penelitian ini, CSR akan diukur dengan menggunakan tiga variabel lain, sehingga akan diperoleh hasil yang terperinci dan diperoleh hasil yang lebih tepat. Variabel-variabel lain yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

Employee Relations

Employee relations merupakan suatu hubungan yang dibina oleh perusahaan dengan para karyawannya (Fitri, 2008). *Employee relations* meliputi dampak aktivitas perusahaan pada orang-orang dalam perusahaan tersebut. Dimana aktivitasnya meliputi: rekrutmen, program pelatihan, gaji dan tuntutan, mutasi dan promosi dan lainnya (Permanasari, 2010).

Community Services

Community services merupakan suatu hubungan yang mengidkasikan bagaimana tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan sekitarnya (Fitri, 2008). *Community services* mencakup aktivitas kemasyarakatan yang diikuti oleh perusahaan misalnya, aktivitas yang terkait dengan kesehatan, pendidikan, dan seni serta pengungkapan aktivitas kemasyarakatan lainnya (Permanasari, 2010).

Environmental Awareness

Environmental awareness merupakan bentuk keterlibatan sosial perusahaan terhadap lingkungan hidup (Fitri, 2008). *Environmental awareness* meliputi aspek lingkungan dari proses produksi, yang meliputi pengendalian polusi dalam menjalankan operasi bisnis, pencegahan dan perbaikan kerusakan lingkungan akibat pemrosesan sumber daya alam dan konversi sumber daya alam (Permanasari, 2010).

Profitabilitas

Profit atau laba selalu dijadikan tujuan dari suatu perusahaan. Laba sering diartikan dengan efisiensi dan efektivitas unit organisasi dalam memanfaatkan sumber daya perusahaan. Di lain pihak ada yang berpendapat bahwa laba yang tinggi tidak selalu merupakan ukuran keberhasilan perusahaan. Mereka pada umumnya tertarik pada tingkat kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan profit disebut profitabilitas. 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.

Ada sejumlah ukuran rasio profitabilitas yang lazim dipergunakan yaitu *profit margin*, *Return on Asset* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE). Namun demikian dalam penelitian ini ukuran rasio profitabilitas yang dipergunakan adalah ROA yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. Rasio yang tinggi menunjukkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan aset yang berarti semakin baik. Permanasari (2010) menyatakan ROA adalah salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktivitas yang digunakan untuk aktivitas operasi perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

Pemilihan *Return on Asset* (ROA) sebagai ukuran rasio profitabilitas disini dengan beberapa alasan yaitu: (Batubara, 2005)

1. Rasio ini merupakan ukuran keseluruhan keefektifan manajemen dalam menghasilkan laba dengan aktiva yang tersedia disebut juga hasil atas investasi.
2. Rasio ini dapat menilai kemampuan perusahaan untuk menggunakan rata-rata aset-nya dalam menghasilkan profit.
3. Rasio ini dapat menunjukkan 'return' yang diterima oleh pemilik modal dimana untuk mengukur return ini adalah laba bersih setelah pajak dibagi dengan total aktiva.

Hubungan antara Corporate Social Responsibility dengan Profitabilitas Perusahaan

CSR merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan atas dampak-dampak yang ditimbulkan dari kegiatan bisnis yang dilakukan. Perusahaan adalah pihak yang selayaknya paling menyadari bahwa CSR merupakan salah satu penentu citra perusahaan baik dimata konsumen maupun masyarakat secara umum. Selain CSR sebagai upaya pembentukan "*brand image*" bagi perusahaan, CSR juga dilakukan karena UU No 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas pada tanggal 20 Juli 2007 ini dikeluarkan, berdampak pada perusahaan yang bergerak dibidang sumber daya alam, penerapan yang semula berlandaskan atas kerelaan menjadi sesuatu yang diwajibkan. Dimana disertai dengan ancaman sanksi jika tidak menaatinya. Dengan mengimplementasikan CSR, secara tidak langsung perusahaan telah meminimalkan

biaya yang sifatnya implisit dari tindakan perusahaan yang tidak bertanggung jawab. Contoh biaya implisit: biaya hukum akibat tuntutan adanya limbah perusahaan yang merusak lingkungan, biaya klaim karyawan akibat ketidakpedulian perusahaan terhadap kondisi kesehatan dan keamanan karyawan selama bekerja (Lindrawati, 2008).

Pada tahap awal berkembangnya CSR dilakukan secara internal oleh perusahaan, dimana perusahaan melakukan berbagai kegiatan seperti pelatihan ketrampilan, sertifikat pada setiap karyawannya. Namun seiring dengan timbulnya isu-isu sosial yang ada disekitar perusahaan, CSR mulai menjadi perhatian beberapa pihak. CSR semakin berkembang pada masyarakat, khususnya masyarakat yang berada disekitar perusahaan. Selain perhatian yang diberikan masyarakat, perusahaan juga mulai memperhatikan aspek lingkungan. Perusahaan semakin menyadari akan dampak-dampak yang ditimbulkan terhadap lingkungan.

Penelitian yang dilakukan oleh Whetten, Rands and Godfrey (2002) dalam Fitri (2008) yang menyatakan bahwa CSR terkait erat dengan cara perusahaan menangani individu-individu yang ada dalam perusahaan, yang tidak lain adalah karyawan. Perusahaan yang memiliki komitmen dalam melakukan kegiatan CSR dapat memberikan manfaat dalam peningkatan kemampuan dan mempertahankan karyawan, yang dapat membantu perusahaan mengurangi biaya perekrutan karyawan. Selain itu peningkatan kondisi kerja dan praktik ketenagakerjaan juga dapat membantu meningkatkan produktivitas karyawan. Sulistyono (2008) juga menyatakan bahwa penerapan CSR untuk karyawan dapat meningkatkan produktivitas tenaga kerja dan meningkatkan kualitas produk yang dapat menyebabkan arus kas positif dan dapat menutupi biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan CSR karyawan. Leutkenhorst (2004) dalam Fitri (2008) juga berpendapat bahwa CSR dapat meningkatkan loyalitas karyawan dengan cara menerapkan program-program pengembangan sumber daya manusia yang baik sesuai dengan kaidah penerapan tanggungjawab sosial perusahaan yang berkorelasi positif dengan reputasi perusahaan dan profitabilitas perusahaan yang dilihat berdasarkan nilai ROA perusahaan. Dengan demikian, CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat meningkatkan loyalitas karyawan yang pada akhirnya dapat membantu meningkatkan produktivitas perusahaan, yang akan diikuti dengan meningkatnya profitabilitas perusahaan.

Selain itu salah satu faktor yang paling penting yang berhubungan dengan CSR adalah kepedulian perusahaan terhadap masalah-masalah dan isu-isu sosial yang terjadi disekitar lingkungan perusahaan. Graham Jr. (1995) dalam Fitri (2008) berpendapat bahwa program-program kerja yang disponsori oleh perusahaan yang bertujuan untuk memberantas kemiskinan dan kelaparan pada umumnya memberikan citra positif di mata konsumen. Dalam jangka panjang kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan membantu perusahaan mengurangi biaya iklan dan promosi, sehingga hal ini dapat membantu mengurangi biaya operasional perusahaan dan meningkatkan profitabilitas perusahaan yang dilihat berdasarkan besarnya ROA. William dan Barret (2000) dalam Fitri (2008) dalam studinya mengatakan bahwa kepedulian perusahaan terhadap komunitas sosial berkorelasi positif dengan kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Faktor lain yang memiliki keterkaitan dengan CSR adalah kepedulian perusahaan terhadap lingkungan hidup. Perusahaan tidak dapat mengabaikan

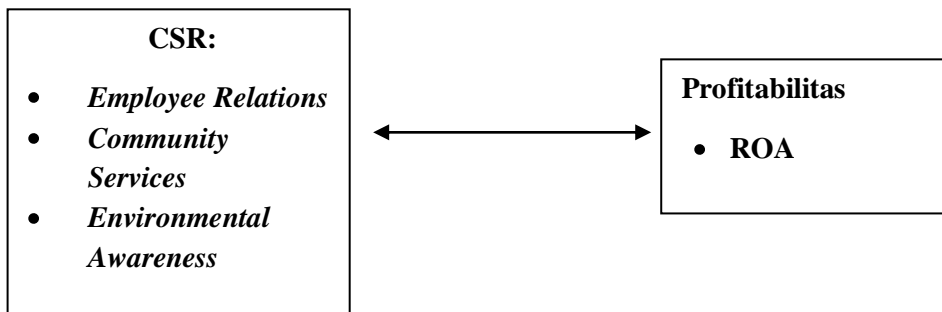
masalah lingkungan dimana perusahaan beroperasi, perusahaan harus memperhatikan aspek lingkungan atas dampak operasional perusahaan. Douglass dan Judge (1996) dalam Fitri (2008) menyatakan bahwa jika suatu perusahaan mengintegrasikan proses perencanaan strategisnya dengan masalah perlindungan lingkungan hidup, maka dapat membangun *brand image* dimata konsumen dengan demikian kepedulian perusahaan terhadap lingkungan hidup berkaitan positif dengan profitabilitas perusahaan yang dilihat berdasarkan besarnya ROA dan reputasi perusahaan.

Corporate Social Responsibility yang dilakukan oleh perusahaan akan menjadi sebuah strategi bisnis bagi perusahaan, untuk menjaga daya saing melalui reputasi dan kesetiaan merek produk (loyalitas) atau citra baik perusahaan, hal tersebut akan menjadi keunggulan kompetitif perusahaan yang akan sulit untuk ditiru oleh pesaing (Kamaludin, 2010). Khususnya bagi perusahaan pertambangan, konsumen dari perusahaan pertambangan akan memilih produk yang berdasarkan kriteria-kriteria berbasis nilai-nilai dan etika. Konsumen akan memperoleh produk yang unggul yang ramah lingkungan, produsen pun mendapatkan profit yang sesuai dengan besarnya biaya yang dikeluarkan untuk dapat menciptakan produk yang unggul dan ramah lingkungan (Widjaja dan Pramana, 2008:52, dalam Kamaludin, 2010).

Berdasarkan penelitian terdahulu, dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

- H_{1a}:** Ada hubungan positif antara biaya *employee relations* dengan ROA.
H_{1b}: Ada hubungan positif antara biaya *community services* dengan ROA.
H_{1c}: Adahubungan positif antara biaya *environmental awareness* dengan ROA.

Model Penalarannya



Gambar 1
Model Penelitian

METODA PENELITIAN

Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang terdiri dari data akuntansi yang berupa data laporan keuangan, dan data laporan tahunan perusahaan yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia melalui *website www.idx.co.id* pada tahun 2010-2013. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI. Pemilihan sampel berdasarkan

metoda *purposive sampling* dengan beberapa kriteria, perusahaan terdaftar di BEI tahun 2010 sampai dengan tahun 2013. Mempublikasikan laporan keuangan yang telah diaudit dan laporan tahunan yang memuat informasi mengenai biaya CSR yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam satuan mata uang rupiah.

Tabel 1
Prosedur Pemilihan Sampel

Keterangan	Jumlah
Perusahaan Sektor Pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2010-2013	39
Perusahaan pertambangan yang laporan keuangan dan tahunannya tidak disajikan dalam satuan mata uang rupiah.	(11)
Perusahaan yang tidak mengungkapkan biaya CSR dalam laporan tahunan	(14)
Jumlah Perusahaan yang memenuhi syarat	14
Jumlah unit pengamatan	26

Sumber: Data diolah

Dari 39 perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI sampai dengan akhir tahun 2013 terdapat 14 perusahaan yang memenuhi syarat, dengan 26 unit pengamatan sebagai sampel penelitian. Seluruh sampel tersebut akan diolah untuk mengetahui hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan Profitabilitas Perusahaan.

Pengukuran Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari *Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas. CSR yang akan diukur dengan metoda *Opportunity Cost Approach* yang terdiri dari tiga variabel dalam penelitian ini adalah *employee relations*, *community services* dan *environmental awareness*, sedangkan profitabilitas diukur dengan ROA. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat diukur dengan menggunakan rumus sesuai dengan penelitian dari Fitri (2008):

1. Biaya Employee Relations (BER)

$$BER = \frac{\text{Proporsi Biaya Pelatihan Karyawan}}{\text{Total Biaya Operasi}} \times 100\%$$

Proporsi biaya pelatihan karyawan dapat diperoleh dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

2. Biaya Community Services (BCS)

$$BCS = \frac{\text{Proporsi Biaya Kepedulian Sosial}}{\text{Total Biaya Operasi}} \times 100\%$$

Proporsi biaya kepedulian sosial dapat diperoleh dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

3. Biaya *Environmental Awareness*

$$BEA = \frac{\text{Proporsi Biaya Lingkungan Hidup}}{\text{Total Biaya Operasi}} \times 100\%$$

Proporsi biaya lingkungan hidup dapat diperoleh dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

4. *Return On Assets*

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Return on Assets diperoleh dalam laporan keuangan perusahaan dalam laporan posisi keuangan untuk total aset dan laporan laba rugi untuk laba bersih.

Teknik dan Langkah Analisis

Teknik analisis dalam penelitian ini, menggunakan uji statistik dengan korelasi untuk menjawab persoalan penelitian. Sedangkan dalam langkah analisis yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan profil dan sampel yang meliputi antara lain mean, median, maksimum, minimum dan deviasi standar.
2. Uji Normalitas non parametrik dengan *Kolmogorov-Smirnov* data untuk mengetahui distribusi dari masing-masing variabel.
3. Uji Hipotesis, uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi, jika data terdistribusi normal, maka pengujian korelasi menggunakan korelasi pearson (Jogiyanto, 2004).

Hipotesis statistiknya adalah:

H_0 : $b_1 = 0$; tidak terdapat hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan profitabilitas perusahaan dalam sektor pertambangan.

H_a : $b_1 \neq 0$; terdapat hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan profitabilitas perusahaan dalam sektor pertambangan.

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

H_0 diterima apabila angka signifikansi (Asymp. Sig) > 0,05 dan H_0 ditolak apabila angka signifikansi (Asymp. Sig) < 0,05

Adapun patokan untuk menilai kekuatan hubungan antara variabel adalah (Ihalauw, 2000):

0,00 – 0,20 = tidak ada korelasi

0,21 – 0,40 = korelasi lemah

0,41 – 0,60 = korelasi sedang

0,61 – 0,80 = korelasi kuat

0,81 – 1,00 = korelasi sangat kuat

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Berdasarkan analisis statistik deskriptif, diperoleh gambaran perusahaan sebagai berikut:

Tabel 2
Deskriptif Statistik

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviasi
Biaya <i>Employee Relations</i> (BER)	26	0,01	1,22	0,1673	0,26108
Biaya <i>Community Services</i> (BCS)	26	0,01	1,36	0,3262	0,41924
Biaya <i>Environmental Awareness</i> (BEA)	26	0,01	1,12	0,1869	0,26144
ROA	26	-0,02	0,24	0,0781	0,07376

Tabel 2 menunjukkan variabel pertama yaitu Biaya *Employee Relations* (BER) memiliki nilai minimum sebesar 0,01 yang berarti terdapat perusahaan yang BER hanya sebesar 0,01% dari total biaya operasinya. Sedangkan nilai maksimum dari BER adalah 1,22 yang berarti terdapat perusahaan yang BER hanya 1,22% dari total biaya operasinya, yaitu PT Timah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa BER perusahaan yang menjadi sampel rata-rata adalah cukup besar, yaitu rata-rata sampel 0,1673% BER dari total biaya operasional. Standar deviasi sebesar 0,26108 yang menunjukkan adanya kesenjangan yang sangat besar dari nilai BER terendah dengan nilai BER tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan untuk karyawan sudah cukup baik, sebab rata-rata perusahaan telah mengeluarkan biaya *employee relations* lebih dari nilai minimum BER. Banyak kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. Timah untuk karyawannya, antara lain penyerapan tenaga kerja lokal, pelatihan dan pengembangan potensi melalui training karyawan, peningkatan kesehatan dan keselamatan kerja, adanya remunerasi dan berbagai macam bentuk tunjangan, serta adanya dukungan perusahaan terhadap serikat pekerja PT. Timah.

Variabel kedua yaitu Biaya *Community Services* (BCS) memiliki nilai minimum sebesar 0,01 yang berarti terdapat perusahaan yang BCS hanya sebesar 0,01% dari total biaya operasinya. Sedangkan nilai maksimum BCS adalah 1,36 yang berarti terdapat perusahaan yang BCS hanya sebesar 1,36% dari total biaya operasinya, yaitu PT Elnusa. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa BCS perusahaan yang menjadi sampel rata-rata adalah cukup besar, yaitu rata-rata sampel 0,3262% BCS dari total biaya operasional. Standar deviasi sebesar 0,41924 yang menunjukkan adanya kesenjangan yang sangat besar dari nilai BCS terendah dengan nilai BCS tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan untuk masyarakat sudah cukup baik, sebab rata-rata perusahaan telah mengeluarkan biaya *Community Services* lebih dari nilai minimum BCS. Kegiatan-kegiatan yang mendukung program CSR PT Elnusa khususnya untuk *Community Services* telah banyak dilakukan, antara lain dalam bentuk pemberian bantuan dana dalam program kemitraan untuk usaha kecil, berbagai macam bantuan pendidikan seperti beasiswa, pengadaan taman belajar terpadu dan adanya dukungan untuk kegiatan penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa. Selain itu, kegiatan yang berhubungan dengan peningkatan layanan kesehatan juga dilakukan oleh PT Elnusa, antara lain dengan

dibangunnya Balai Pengobatan, Forum Posyandu, Pos Sehat serta adanya kegiatan donor darah.

Variabel ketiga yaitu Biaya *Environmental Awareness* (BEA) memiliki nilai minimum sebesar 0,01 yang berarti terdapat perusahaan yang BEA hanya sebesar 0,01% dari total biaya operasinya. Sedangkan nilai maksimum dari BEA adalah 1,12 yang berarti terdapat perusahaan yang BEA hanya 1,12% dari total biaya operasinya, yaitu PT Bukit Asam. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa BEA perusahaan yang menjadi sampel rata-rata adalah cukup besar, yaitu rata-rata sampel 0,1869%BEA dari total biaya operasional. Standar deviasi sebesar 0,26144 yang menunjukkan adanya kesenjangan yang sangat besar dari nilai BEA terendah dengan nilai BEA tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan untuk lingkungan sudah cukup baik, sebab rata-rata perusahaan telah mengeluarkan biaya *environmental awareness* lebih dari nilai minimum BEA. Untuk menjaga komitmen dalam melakukan kegiatan CSR khususnya untuk *Environmental Awareness* PT Bukit Asam telah melakukan banyak kegiatan untuk terus menjaga kelestarian lingkungan, antara lain dengan melakukan pemantauan luas lahan, reklamasi pasca tambang, pemeliharaan tanaman, penanggulangan air asam tambang dan erosi, pengolahan limbah B3, *emisi* dan *effluent*, penanaman pohon di lokasi *bufferzone*, melakukan penyemprotan debu, dan pembuatan kolam pengendap lumpur.

Variabel keempat yaitu *Return On Asset* (ROA) memiliki nilai minimum sebesar -0,02 yang berarti terdapat perusahaan yang hanya memiliki nilai ROA sebesar -0,02% dari total aset perusahaan, karena perusahaan mengalami rugi. Sedangkan nilai maksimum dari ROA adalah 0,24 yang berarti terdapat perusahaan yang memiliki ROA sebesar 0,24% dari total aset perusahaan, yaitu PT Harum Energy. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa ROA yang dimiliki perusahaan yang menjadi sampel rata-rata adalah kecil, yaitu rata-rata sampel memiliki ROA sebesar 0,0781% dari total aset perusahaan. Standar deviasi sebesar 0,07376 yang menunjukkan adanya kesenjangan yang sangat besar dari nilai ROA terendah dengan nilai ROA tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya ROA yang dicapai perusahaan kurang baik, sebab rata-rata profitabilitas yang dicapai perusahaan kecil.

Hasil uji normalitas yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3
Uji Normalitas

N	26
Kolmogorov- Smirnov Z	0,534
Sig	0,938

Dari tabel 3 dapat diperoleh hasil bahwa seluruh variabel dalam model penelitian memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data telah terdistribusi secara normal. Karena terdistribusi normal maka pengujian univariate yang akan digunakan untuk mengetahui hubungan antara

Corporate Social Responsibility dengan profitabilitas perusahaan dalam sektor pertambangan adalah pengujian parametrik yaitu korelasi pearson.

Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4
Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel	Biaya <i>Employee Relations</i> (BER)		Biaya <i>Community Services</i> (BCS)		Biaya <i>Environmental Awareness</i> (BEA)		<i>Return On Asset</i> (ROA)	
	Korelasi	Sig	Korelasi	Sig	Korelasi	Sig	Korelasi	Sig
BER	1	-	0,458	0,019	0,435	0,026	0,412	0,036
BCS	0,458	0,019	1	-	0,662	0,000	0,408	0,039
BEA	0,435	0,026	0,662	0,000	1	-	0,504	0,009
ROA	0,412	0,036	0,408	0,039	0,504	0,009	1	-

Dari tabel 4 pada variable BER dengan ROA dapat diperoleh hasil angka signifikansi (Asymp. Sig) $0,036 < 0,05$ yang berarti H_{1a} diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian dapat dikatakan bahwaterdapat hubungan positif BER dengan profitabilitas perusahaan. Besarnya angka korelasi 0,412 menunjukkan bahwa ada korelasi sedang antara BER dengan profitabilitas perusahaan.

Pada variabel BCS dengan ROA dapat diperoleh hasil angka signifikansi (Asymp. Sig) $0,039 < 0,05$ yang berarti H_{1b} diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian dapat dikatakan bahwaterdapat hubungan positif BCS dengan profitabilitas perusahaan. Besarnya angka korelasi 0,408 menunjukkan bahwa ada korelasi lemah antara BCS dengan profitabilitas perusahaan.

Pada variabel BEA dengan ROA diperoleh hasil angka signifikansi (Asymp. Sig) $0,009 < 0,05$ yang berarti H_{1c} diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan positif BEA dengan profitabilitas perusahaan. Besarnya angka korelasi 0,504 menunjukkan bahwa ada korelasi sedang antara BEA dengan profitabilitas perusahaan.

Penelitian ini dapat membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* berhubungan positif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Adanya hubungan yang positif dan signifikan diantara CSR dengan profitabilitas bisa disebabkan karena melalui CSR yang dilakukan perusahaan akan membuat masyarakat dan lingkungan akan memberikan respon positif yang diwujudkan dengan cara menggunakan produk perusahaan. Hal ini tentu saja akan memberikan dampak positif bagi perusahaan berupa peningkatan produktivitas. Ini sejalan dengan pendapat Susiloadi (2008) bahwa CSR dapat dipandang sebagai asset strategis dan kompetitif bagi perusahaan ditengah persaingan bisnis yang

makin kompetitif. CSR dapat memberi banyak keuntungan diantaranya adalah peningkatan profitabilitas bagi perusahaan dan kinerja financial yang semakin jadi lebih baik.

Tresnawati (2008) juga memberikan pendapat bahwa perusahaan didirikan bukan hanya untuk waktu sesaat melainkan untuk *going concern*. Untuk mencapai tujuan tersebut maka perusahaan perlu melakukan CSR yang hasilnya dapat diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Dengan adanya perhatian dan bantuan yang diberikan perusahaan terhadap masyarakat dan bina lingkungan akan menimbulkan respon positif dari masyarakat. Hal ini akan membuat daya beli masyarakat membaik dan akan menumbuhkan kepedulian masyarakat terhadap produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Maka, secara tidak langsung masyarakat memegang peranan penting dalam upaya peningkatan profitabilitas perusahaan. Dengan tercapainya profitabilitas yang memadai, perusahaan dapat membagi dividen kepada pemegang saham, memberi imbalan yang layak kepada karyawan, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh untuk pertumbuhan dan pengembangan usaha di masa depan, membayar pajak kepada pemerintah, dan memberikan *multiplier effect* yang diharapkan kepada masyarakat (Susiloadi, 2008).

Pelaksanaan CSR dilakukan oleh perusahaan pertambangan di Indonesia sifatnya *mandatory*. Peraturan yang dibuat oleh pemerintah, melalui Undang-Undang No 40 tahun 2007 pasal 74, yang menyatakan bahwa setiap perseroan yang menjalankan bidang usaha yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan dan perseroan harus menganggarkan dan memperhitungkan biaya tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai biaya perseroan. Selain itu Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 78 Tahun 2010 yang mewajibkan setiap perusahaan pertambangan untuk melakukan reklamasi pasca tambang. Bagi setiap perusahaan pertambangan yang tidak menjalankan kegiatan CSR sesuai dengan peraturan maka akan dikenakan sanksi administratif berupa peringatan tertulis, penghentian sementara kegiatan dan sanksi berupa pencabutan Izin Usaha Pertambangan (IUP) dan Izin Usaha Pertambangan Khusus (IUPK). Hal ini diperkuat oleh adanya penelitian yang dilakukan oleh Maydarindra dan Maghviroh pada tahun 2012 yang menyatakan bahwa pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia bukan lagi merupakan *voluntary* melainkan diatur undang-undang atau bersifat *mandatory*, Badan Usaha memiliki kewajiban untuk menyisihkan sebagian laba yang diperoleh perusahaan untuk menunjang kegiatan sosial seperti pemberian modal bergulir untuk Usaha Kecil dan Menengah.

Adanya hubungan positif antara CSR dengan profitabilitas dalam sektor pertambangan memberikan bukti bahwa CSR sesungguhnya tidak merugikan perusahaan justru sebaliknya mendatangkan kebaikan seperti mendapat dukungan dari masyarakat yang selanjutnya dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Dan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk CSR ini tertutupi oleh profit yang diperoleh perusahaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa CSR bukanlah kegiatan yang sia-sia dan bukanlah kegiatan yang hanya menghambur-hamburkan uang perusahaan.

Dalam penelitian ini juga ditemukan hasil lain mengenai hubungan positif antara komponen-komponen yang ada dalam *Corporate Social Responsibility*. Dari tabel empat variable BER dengan BEA diperoleh nilai signifikansi $0,026 < 0,05$

dengan demikian Biaya *Employee Relations*(BER) memiliki hubungan positif dengan Biaya *Environmental Awareness*(BEA), besarnya nilai korelasi 0,435 menunjukkan bahwa terdapat korelasi sedang antara BER dengan BEA. Kemudian pada variabel BEA dengan BCS diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dengan demikian BEA memiliki hubungan positif dengan Biaya *Community Services* (BCS), besarnya nilai korelasi 0,662 menunjukkan bahwa terdapat korelasi kuat antara BEA dengan BCS. Pada variabel BER dengan BCS juga diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,019 < 0,05$, dengan demikian BER memiliki hubungan positif dengan BCS, besarnya nilai korelasi 0,458 menunjukkan bahwa terdapat korelasi sedang antara BER dengan BCS.

BER berhubungan positif atau berkaitan dengan BEA diduga disebabkan oleh adanya interaksi para karyawan dengan lingkungan hidup. Karyawan secara langsung melakukan kegiatan produksi dengan cara melakukan kegiatan penambangan sumber daya yang dihasilkan oleh lingkungan hidup. Selain itu karyawan yang berada di dalam lingkungan perusahaan juga melakukan interaksi dengan lingkungan hidup yang ada disekitar perusahaan, seperti hubungan karyawan dengan karyawan yang lain, karyawan dengan lingkungan udara yang ada disekitar perusahaan, dan karyawan dengan makhluk hidup lain yang ada disekitar perusahaan, sehingga hal inilah yang diduga menjadi penyebab adanya hubungan positif antara BER dengan BEA.

BEA berhubungan positif dengan BCS diduga disebabkan oleh adanya keterkaitan antara lingkungan hidup dengan komunitas yang ada disekitar perusahaan, termasuk didalamnya masyarakat dan lingkungan yang ada ditengah-tengah masyarakat itu sendiri (budaya, adat istiadat maupun agama). Masyarakat sangat bergantung dengan keberadaan lingkungan hidupnya, seperti masyarakat yang bergantung dengan keberadaan udara yang bersih disekitar tempat tinggalnya, juga masyarakat yang bergantung dengan keberadaan air bersih. Selain itu lingkungan hidup juga membutuhkan masyarakat untuk mengolah alam. Sehingga hal inilah yang diduga menjadi penyebab adanya hubungan antara BEA dengan BCS.

BER berhubungan positif dengan BCS diduga disebabkan oleh adanya keterkaitan antara karyawan dengan komunitas yang ada disekitar lingkungan perusahaan. Karyawan yang dimiliki oleh perusahaan sebagian besar berasal dari komunitas yang ada disekitar perusahaan. Sebagai bagian dari kegiatan *Corporate Social Responsibility* perusahaan melakukan rekrutmen karyawan yang berasal dari masyarakat disekitar perusahaan. Sehingga hal inilah yang diduga menjadi penyebab adanya hubungan antara BER dengan BCS.

Hasil penelitian ini membuat penelitian ini menjadi konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitri (2008) yang menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* (biaya *employee relations*, biaya *community services* dan biaya *environmental awareness*) berhubungan positif dengan profitabilitas perusahaan.

SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (biaya *employee relations*, biaya *community services* dan biaya *environmental awareness*) berhubungan positif dengan profitabilitas pada perusahaan pertambangan, karena *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan

perusahaan membuat masyarakat dan lingkungan memberikan respon positif dan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan pertambangan sifatnya *mandatory*, sehingga perusahaan pertambangan harus mematuhi undang-undang.

Dalam penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yang pertama penelitian ini hanya melihat hubungan antara Variabel *Corporate Social Responsibility* dengan Profitabilitas perusahaan saja. Tidak melihat juga hubungan antara komponen yang ada dalam Variabel *Corporate Social Responsibility*, seperti *Employee Relations*, *Community Services* dan *Environmental Awareness*. Kedua, dalam penelitian ini data biaya CSR diperoleh dari Laporan Tahunan perusahaan, sehingga tidak semua perusahaan mencantumkan besarnya biaya CSR yang telah dikeluarkan.

Sehingga saran yang dapat penulis sampaikan untuk penelitian selanjutnya antara lain, diharapkan juga melihat hubungan antara masing-masing komponen yang ada dalam variabel *Corporate Social Responsibility*, karena komponen biaya *employee relations*, biaya *community services* dan biaya *environmental awareness* diduga memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lainnya. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan untuk dapat menganalisis aktivitas CSR secara mendalam melalui laporan tanggung jawab social perusahaan yang disajikan secara terpisah dari Laporan Tahunan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Nenny. 2007. *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Buletin Ekonomi*. Vol. 11 No.2 (September): 40-46.
- Anggraini, Fr. R. R. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang. 23-26 Agustus.
- Badjuri, Ahmad. 2011. Faktor-Faktor Fundamental, Mekanisme *Corporate Governance*, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Perusahaan Manufaktur dan Sumber Daya Alam di Indonesia, *Jurnal Dinamika Keuangan dan Perbankan* Vol. 3 No.1 (Mei).
- Batubara, Abdul Haris. 2005. Analisis Hubungan Antara Profitabilitas Perusahaan Dengan *Free Cash Flow* pada Laporan Arus Kas (Studi Kasus pada PT Pos Indonesia di Bandung). Available at <https://dspace.widyatama.ac.id>.
- Bose, Sudipta. 2006. *Environmental Accounting and Reporting in Fossil Fuel Sector: A Study on Bangladesh Oil, Gas and Mineral Corporation (Petrobangla)*. *The Cost & Management*. Vol. 34 No. 2 (May): 53-67.
- Fitri. 2008. *Pengaruh Variabel – Variabel Corporate Reputation Terhadap Corporate Performance*. Thesis. Tidak dipublikasikan. Universitas Indonesia.
- Ghozali dan A. Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hapsoro, Dody. 2012. *Pengaruh Corporate Governance dan Kualitas Audit Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: STIE YKPN Yogyakarta.
- Ihalauw, Jhon J.O.I. 2000. *Bangunan Teori*. Salatiga: Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana.
- Jogiyanto, H.M. 2004. *Metode Penelitian Bisnis, Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: BPFE.

- Kamaludin. 2010. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas dan Reputasi Perusahaan. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Lindrawati, dkk. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Terdaftar Sebagai 100 *Best Corporate Citizen* oleh KLD *Research & Analytics*. Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Surabaya. *Majalah Ekonomi*, Tahun XVIII. No. 1. (April).
- Lujun, 2010. *The Relations Among Environmental Disclosure, Environmental Perfomance and Financial Perfomance : An Empirical Study in China. Working Paper Series*.
- Mangoting, Yenni. 2007. Biaya Tanggungjawab Sosial sebagai Tax Benefit. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 9 No. 1. (Mei): 35-42.
- Nurkhin, Ahmad. 2010. *Corporate Governance* dan Profitabilitas: Pengaruhnya terhadap pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Magister Akuntansi*. Univertas Dipenogoro.
- Permanasari, Wien Eka. 2010. Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional, dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. *Thesis*. Tidak dipublikasikan. Semarang Universitas Diponegoro.
- Rustiarini, Ni Wayan. 2010. Pengaruh struktur Kepemilikan Saham pada pengungkapan *Social Responsibility*. Denpasar: Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Sulistyo, H. 2008. Pelaporan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan Jangka Panjang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Vol. 9 No. 1.
- Surya, D.L.2009. Perbedaan Kinerja Keuangan Perusahaan Sumber Daya Alam atas Pertanggungjawaban Sosial Sebelum dan Sesudah Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas: Sebuah Kajian Literatur. Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana.
- Susiloadi, Priyanto. 2008. Implementasi *Corporate Social Responsibility* untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan Spirit Publik. No 2.
- Sutopoyudo, 2009. Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan. Available at <http://www.wordpress.com>.
- Tamba, Erida G.H. 2015. Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Pengungkapan tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*. Vol.3 No.1.
- Tresnawati, Rina. 2008. Pengaruh Sebelum dan Setelah Penerapan CSR terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Kasus terhadap PT Telkom). *Skripsi*. Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Widyatama, Jakarta.

