

**ANALISIS PERBANDINGAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN SEBELUM
DAN SESUDAH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BURSA EFEK
INDONESIA**

Oleh :

Indrayani, S.E., M.Si., Ak dan Totok Rudianto, S.E., M. Si

Program Studi Akuntansi Politeknik Aceh

Email: indra@politeknikaceh.ac.id

Program Studi Akuntansi Politeknik Aceh

Email: Totok@politeknikaceh.ac.id

Abstrak

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan konsep yang menyatakan bahwa perusahaan harus secara aktif memperhatikan kesejahteraan masyarakat luas. *Corporate Social Responsibility (CSR)* bermanfaat untuk mengkomunikasikan dampak social dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Penelitian ini menguji bukti empiris Analisis Perbandingan Profitabilitas Perusahaan Sebelum dan Sesudah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (studi empiris pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sampai dengan periode 2013 dan secara terus menerus mengungkapkan dan melaporkan informasi CSR dan selama periode pengamatan tidak pernah mengalami kerugian sehingga diperoleh 10 perusahaan yang menjadi populasi dalam penelitian ini. Data diperoleh dari pusat referensi pasar modal. Metode analisis data menggunakan Pengujian H_1-H_3 dilakukan dengan membandingkan nilai rata-rata profitabilitas sebelum dan sesudah pengungkapan CSR. Pengolahan data akan dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Standard Program for Social Science*). Hasil Penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan Profitabilitas perusahaan sebelum dan sesudah pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility (CSR)*, Profitabilitas.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Era globalisasi seringkali dikaitkan dengan hadir dan meluasnya operasi perusahaan multinasional di negara-negara berkembang. Selain itu, hadirnya lingkungan global membuat perusahaan diseluruh dunia telah banyak mengalami perubahan baik dari sistem maupun kebijakan. Disatu sisi, globalisasi menuntut perusahaan untuk melakukan pembaharuan dengan cara berpikir global, disisi lain perusahaan harus mampu mengaplikasikannya dengan cara bertindak lokal.

Hal ini membawa konsekuensi tersendiri terhadap lingkungan dimana makin sering perusahaan atau industri itu beroperasi mengakibatkan perubahan lingkungan yang sangat dinamis, baik yang dipicu oleh masalah internal maupun eksternal. Masalah internal perusahaan menyangkut dengan perhatian kesejahteraan, kesehatan dan keselamatan kerja karyawan, sedangkan masalah eksternal perusahaan menyangkut dengan masyarakat umum serta penanganan lingkungan disekitar perusahaan (Sule dan Saefullah, 2008:91).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan kewajiban moral dan etika perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan termasuk kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri, gagasan tersebut bersandar pada *triple bottom line* (profit, people dan planet) (Rachman, 2010). Praktik CSR telah menjadi tren global di seluruh dunia. Dalam beberapa tahun terakhir, makin banyak perusahaan yang menyadari bahwa menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan investasi sosial yang baik untuk keberlanjutan (*sustainability*)

perusahaan. Kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan hanya diatur oleh Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Pasal 74 tahun 2007, dimana perusahaan yang melakukan kegiatan usaha berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Akan tetapi, pengungkapan CSR itu sendiri masih bersifat sukarela, hal ini disebabkan belum adanya standar akuntansi keuangan yang mewajibkannya. Selain itu, menurut Darwin (2006) banyak perusahaan di Indonesia telah menjalankan CSR tapi sangat sedikit yang mengungkapkannya dalam sebuah laporan. Hal ini terjadi karena belum adanya sarana pendukung seperti; standar pelaporan, tenaga terampil (baik penyusun laporan maupun auditornya), serta institusi atau lembaga pendidikan dan pelatihan untuk kompetensi yang diperlukan.

Salah satu informasi dalam penilaian kinerja keuangan perusahaan adalah profitabilitas yang mendukung adanya pengungkapan adanya *corporate social Responsibility (CSR)* dalam

sebuah perusahaan. Brigham dan Houston (2006:107) menyatakan bahwa profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan. Profitabilitas diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivitya secara produktif, dengan demikian profitabilitas perusahaan dapat diketahui dengan membandingkan laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut. Profitabilitas dapat dihitung dengan menggunakan rasio profitabilitas. Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba. Rasio profitabilitas merupakan salah satu indikator penting untuk menilai kinerja suatu perusahaan. Oleh sebab itu, penelitian ini berfokus pada rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas terdiri dari beberapa jenis, namun indikator pengukuran profitabilitas dalam penelitian ini hanya *return on asset (ROA)* *return on equity (ROE)* dan *return on sales (ROS)*.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melihat perbedaan profitabilitas yang diperoleh perusahaan dalam aktivitas operasinya sebelum dan sesudah pengungkapan CSR. Penelitian ini mengambil periode pengamatan sampai dengan periode 2013 dan secara terus menerus mengungkapkan dan melaporkan informasi CSR. Dengan mengambil jangka waktu satu tahun sebelum dan sesudah dengan periode pengamatan sampai dengan tahun 2013 mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*. Objek pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, karena perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri yang melakukan pengolahan barang mentah menjadi barang jadi atau setengah jadi. Pengolahan tersebut membutuhkan sumber daya alam dan menghasilkan limbah, sehingga perusahaan manufaktur baik secara langsung maupun tidak langsung berkontribusi terhadap lingkungan, masyarakat dan ekonomi. Oleh sebab itu, perusahaan manufaktur dianggap lebih menerapkan serta mengungkapkan CSR. Atas dasar itu peneliti melakukan penelitian yang berjudul : **“Analisis Perbandingan Profitabilitas Perusahaan Sebelum dan Sesudah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (studi empiris pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia)”**.

Kerangka Pemikiran

Perbedaan return on asset (ROA) sebelum dan sesudah pengungkapan corporate social responsibility (CSR)

Return on Asset (ROA) merupakan rasio profitabilitas yang penting dalam sudut pandang perusahaan. ROA mengukur keefektifan manajemen dalam menghasilkan laba dengan aset yang tersedia. Semakin baik nilai ROA maka semakin baik pula tingkat efisiensi pemanfaatan aset. ROA yang tinggi akan memberikan gambaran kepada investor mengenai baik atau buruknya kinerja perusahaan. Pengungkapan corporate social responsibility (CSR) dapat mempengaruhi tingkat ROA suatu perusahaan, seperti hasil penelitian Soleh et al (2008) yang menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh secara positif signifikan terhadap ROA yang artinya pengungkapan CSR mampu meningkatkan nilai ROA. Oleh sebab itu ROA sebelum dan sesudah pengungkapan CSR akan berbeda. Hal ini didukung oleh penelitian Istiqomah (2010) yang menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan ROA sebelum dan sesudah pengungkapan CSR.

Perbedaan return on equity (ROE) sebelum dan sesudah pengungkapan corporate social responsibility (CSR)

Return on equity (ROE) merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang investor. ROE mengukur tingkat pengembalian yang diperoleh pemilik atas investasi di perusahaan. Dengan kata lain semakin tinggi nilai ROE maka akan semakin tinggi pula keuntungan yang akan diperoleh investor. Pengungkapan corporate social responsibility (CSR) juga akan mempengaruhi tingkat ROE yang diperoleh oleh perusahaan. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Laksmi (2010) yang menyimpulkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap ROE perusahaan. Oleh sebab itu nilai ROE sebelum dan sesudah pengungkapan CSR akan berbeda, karena sesudah pengungkapan CSR masyarakat maupun investor akan semakin tertarik terhadap produk sehingga laba perusahaan pun semakin meningkat.

Perbedaan return on sales (ROS) sebelum dan sesudah pengungkapan corporate social responsibility (CSR)

Return on sales (ROS) merupakan rasio profitabilitas yang dipengaruhi oleh aktivitas eksternal perusahaan. ROS digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan

menghasilkan laba pada tingkat penjualan tertentu. ROS menggambarkan tingkat efisiensi perusahaan yaitu sejauh mana perusahaan mampu menekan biaya-biaya yang ada diperusahaan. Semakin tinggi ROS, maka semakin efektif suatu perusahaan dalam menjalankan perusahaan. Pengungkapan corporate social responsibility (CSR) mempengaruhi tingkat ROS suatu perusahaan. Hal ini didukung oleh Kartini (2009:84) yang menyatakan bahwa program CSR dapat menjadikan citra perusahaan lebih baik dan dapat meningkatkan volume penjualan serta laba bersih perusahaan. Oleh sebab itu, nilai ROS sebelum dan sesudah pengungkapan CSR akan berbeda, karena laba atas penjualan akan meningkat dibandingkan sebelum pengungkapan CSR.

Skema kerangka pemikiran tentang hubungan antara pengungkapan CSR dan profitabilitas dapat dilihat pada Gambar 1



Gambar 1 Skema Kerangka Pemikiran

Berdasarkan Gambar 1 dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini peneliti mencoba membandingkan profitabilitas sebelum dan sesudah pengungkapan CSR. Indikator profitabilitas dalam penelitian ini adalah ROA, ROE dan ROS. Penelitian ini mengamati profitabilitas perusahaan yang mengungkapkan CSR selama empat tahun, dua tahun sebelum dan dua tahun sesudah pengungkapan CSR.

Hipotesis

Berdasarkan teori dan kerangka pemikiran, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁ : Terdapat perbedaan Return On Asset (ROA) sebelum dan sesudah pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

H₂ : Terdapat perbedaan Return On Equity (ROE) sebelum dan sesudah pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

H₃ : Terdapat perbedaan Return On Sales (ROS) sebelum dan sesudah pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

Metode dan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan profitabilitas yang diproksikan dengan *return on asset* (ROA), *return on equity* (ROE), dan *return on sales* (ROS) terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dengan menguji perbedaan ketiga variabel dengan memberikan dua perlakuan waktu berupa sebelum dan sesudah pengungkapan CSR.

Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang melakukan pengungkapan CSR yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sampai periode 2013 yang dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sampai dengan periode 2013 dan secara terus menerus mengungkapkan dan melaporkan informasi CSR. Dari keseluruhan populasi yang ada diperoleh 10 perusahaan yang menjadi observasi yang terpilih berdasarkan kriteria populasi sasaran yang telah ditentukan sebelumnya (Daftar Nama perusahaan yang dijadikan sampel penelitian dapat dilihat di lampiran).

Analisis data dilakukan dengan membandingkan nilai rata-rata ROA, ROE, dan ROS sebelum dan sesudah pengungkapan CSR. Pengujian hipotesis sesuai dengan rancangan pengujian hipotesis yang telah dibuat serta data diolah dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package For Social Science*) 16.0 for Windows Evolution Version.

Deskripsi Data Penelitian

Berikut ini akan dilakukan analisis pertama untuk mengetahui gambaran atau deskripsi dari variabel-variabel yang diteliti pada hipotesis pertama sampai hipotesis ketiga (H₁-H₃) yang ditunjukkan dalam Tabel 1

Tabel 1 Descriptive Statistics Data Penelitian

	N	Minimum	Maximum
ROASEBELUM	10	.0063	.2935
ROASESUDAH	10	.0020	.3307
ROESEBELUM	10	.0440	6.9856

ROESESUDAH	10	.0047	11.6233
ROSSEBELUM	10	.0098	.2426
ROSSESUDAH	10	.0021	.2306
Valid N (listwise)	10		

Sumber: Data diolah 2014

Dari Tabel 1 dapat dilihat nilai minimum dan maksimum untuk masing-masing variabel dengan jumlah populasi yang mengungkapkan CSR sampai tahun 2013 sesuai dengan kriteria yang penulis tentukan sebanyak 10 perusahaan. Profitabilitas diproksikan dengan ROA, ROE, dan ROS. ROA merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan memperoleh laba bersih dengan memanfaatkan total aset yang dimiliki perusahaan. Berdasarkan data yang diperoleh nilai ROA tertinggi sebelum pengungkapan CSR dimiliki oleh PT. Unilever Tbk yaitu sebesar 0,2935 dan nilai ROA terendah sebelum pengungkapan CSR dimiliki oleh PT. Ultra Jaya Milk Industri, Tbk yaitu sebesar 0,0063. Sedangkan nilai ROA tertinggi sesudah pengungkapan CSR dimiliki oleh PT. Unilever Tbk yaitu sebesar 0,3307 dan nilai ROA terendah sesudah pengungkapan CSR dimiliki oleh PT. Fajar Surya Wisesa yaitu sebesar 0,0020.

Rasio kedua yang menjadi proksi dari profitabilitas adalah *return on equity* (ROE), yaitu rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan ekuitas yang dimiliki perusahaan. Berdasarkan data yang diperoleh nilai ROE tertinggi sebelum pengungkapan CSR dimiliki oleh PT. Unilever Tbk yaitu sebesar 6,9856 dan nilai ROE terendah sebelum pengungkapan CSR dimiliki oleh PT. Fajar Surya Wisesa Tbk yaitu sebesar 0,0440. Sedangkan nilai ROE tertinggi sesudah pengungkapan CSR dimiliki oleh PT. Unilever Tbk yaitu sebesar 11,6233 dan nilai ROE terendah sesudah pengungkapan CSR dimiliki oleh PT. Fajar Surya Wisesa Tbk yaitu sebesar 0,0047.

Rasio ketiga yang menjadi proksi dari profitabilitas adalah *return on sales* (ROS), yaitu rasio yang menggambarkan tingkat keuntungan yang diperoleh oleh suatu perusahaan dari kegiatan operasionalnya. Nilai ROS tertinggi sebelum pengungkapan CSR dimiliki oleh PT. Aneka tambang Tbk yaitu sebesar 0,2426 dan nilai ROS terendah sebelum pengungkapan CSR dimiliki oleh PT. Alfa Retalindo Tbk yaitu sebesar 0,0098. Sedangkan nilai ROS tertinggi sesudah pengungkapan CSR dimiliki oleh PT. Astra Argo

Lestari, Tbk yaitu sebesar 0,2306 dan nilai ROS terendah sesudah pengungkapan CSR dimiliki oleh PT. Alfa Retalindo, Tbk yaitu sebesar 0,0021.

Pengujian Hipotesis

Tabel 2 menyajikan hasil pengujian hipotesis dengan membandingkan rata-rata ROA, ROE, dan ROS sebelum dan sesudah pengungkapan CSR.

Tabel 2
Descriptive Statistics Pengujian hipotesis

	N	Mean	Std. Deviation
ROASEBELUM	10	.088370	.0824812
ROASESUDAH	10	.116580	.1092147
ROESEBELUM	10	1.266420E0	2.1516237
ROESESUDAH	10	2.020940E0	3.5604143
ROSSEBELUM	10	.101630	.0648819
ROSSESUDAH	10	.100560	.0810596
Valid N (listwise)	10		

Sumber: Data diolah 2014

Perbedaan *Return on Asset (ROA)* Sebelum dan Sesudah Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Pengujian hipotesis pertama dilakukan dengan membandingkan rata-rata ROA sebelum dan sesudah pengungkapan CSR. Hipotesis pertama menyatakan bahwa terdapat perbedaan ROA sebelum dan setelah pengungkapan CSR.

Berdasarkan Tabel 2 terdapat perbedaan jumlah rata-rata ROA . Rata-rata ROA sebelum dan sesudah pengungkapan CSR mengalami kenaikan yaitu sebesar 0,02821, yaitu dari 0,088370 padasebelum pengungkapan CSR, menjadi 0,116580 sesudah pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas perusahaan yang ditinjau dari ROA mengalami peningkatan sesudah pengungkapan CSR. Begitu juga dengan standar deviasi yang cenderung mengalami kenaikan sebesar 0,0267335, yaitu dari 0,0824812 pada sebelum pengungkapan CSR menjadi 0,1092147 sesudah pengungkapan

CSR. Artinya ukuran penyebaran ROA sesudah pengungkapan CSR naik sebesar 0,0100377 dari sepuluh pengamatan dalam penelitian ini.

Berarti terdapat perbedaan ROA sebelum dan sesudah pengungkapan CSR. Maka, dapat disimpulkan bahwa pengujian ini menerima H_1 atau menolak H_{01} . Adanya perbedaan ROA sebelum dan sesudah pengungkapan CSR menunjukkan bahwa adanya pertumbuhan profitabilitas yang diukur dengan ROA karena pengungkapan CSR. Dengan kata lain pengungkapan CSR menjadi salah satu faktor yang mampu meningkatkan ROA perusahaan.

Perbedaan *Return on Equity* (ROE) Sebelum dan Sesudah Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Pengujian hipotesis kedua dilakukan dengan membandingkan rata-rata ROE sebelum dan sesudah pengungkapan CSR. Hipotesis kedua menyatakan bahwa terdapat perbedaan ROE sebelum dan setelah pengungkapan CSR.

Berdasarkan Tabel 5.2 rata-rata ROE sebelum dan sesudah pengungkapan CSR juga mengalami kenaikan sebesar 0,75452, yaitu dari 1,266420E0 pada sebelum pengungkapan CSR menjadi 2,020940E0 pada sesudah pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas perusahaan yang ditinjau dari ROE mengalami peningkatan sesudah pengungkapan CSR. Sementara standar deviasi cenderung mengalami kenaikan sebesar 1,4087906 yaitu dari 2,1516237 pada sebelum pengungkapan CSR menjadi 3,5604143 sesudah pengungkapan CSR. Artinya ukuran penyebaran ROE sesudah pengungkapan CSR meningkat sebesar 1,4087906 dari sepuluh pengamatan dalam penelitian ini.

Dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan ROE sebelum dan sesudah pengungkapan CSR. Dengan demikian H_2 diterima atau H_{02} ditolak. Adanya perbedaan ROE sebelum dan sesudah pengungkapan CSR maka pengungkapan CSR dapat membantu meningkatkan profitabilitas yang diukur dengan ROE.

Perbedaan *Return on Sales* (ROS) Sebelum dan Sesudah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengujian hipotesis ketiga dilakukan dengan membandingkan rata-rata ROS sebelum dan sesudah pengungkapan CSR. Hipotesis ketiga menyatakan bahwa terdapat perbedaan ROS sebelum dan setelah pengungkapan CSR.

Berdasarkan Tabel 5.2 rata-rata ROS sebelum dan sesudah pengungkapan CSR mengalami penurunan sebesar 0,00107, yaitu dari 0,101630 pada sebelum pengungkapan CSR menjadi 0,100560 pada sesudah pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas perusahaan yang ditinjau dari ROS mengalami penurunan sesudah pengungkapan CSR. Sementara standar deviasi cenderung mengalami peningkatan sebesar 0,0161777, yaitu dari 0,0648819 pada sebelum pengungkapan CSR menjadi 0,0810596 sesudah pengungkapan CSR. Artinya ukuran penyebaran ROS sesudah pengungkapan CSR peningkatan sebesar 0,0161777 dari sepuluh pengamatan dalam penelitian ini

Dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan ROS sebelum dan sesudah pengungkapan CSR. Dengan demikian H_3 diterima atau H_{03} ditolak. Adanya perbedaan ROS sebelum dan sesudah pengungkapan CSR bahwa pengungkapan CSR mempengaruhi penjualan perusahaan sehingga tidak meningkatkan ROS.

Pembahasan Perbedaan *Return on Asset* (ROA) Sebelum dan Sesudah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan Tabel 2, hasil uji hipotesis menunjukkan peningkatan nilai rata-rata ROA sebelum dan sesudah pengungkapan CSR yang berarti terdapat perbedaan ROA sebelum dan sesudah pengungkapan CSR. Pengujian secara statistik menunjukkan nilai ROA sebelum pengungkapan CSR lebih rendah daripada nilai ROA setelah pengungkapan CSR.

Hasil pengujian hipotesis pertama ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Polem (2009) yang menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas yang diprosioleh ROA sesudah pengungkapan CSR lebih besar jika dibandingkan sebelum pengungkapan CSR, akan tetapi peningkatannya tidak signifikan.

Hasil pengujian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Istiqomah (2010) yang menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan ROA sebelum dan sesudah pengungkapan CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Soleh et al (2008) juga menemukan bahwa

pengungkapan CSR berpengaruh secara positif signifikan terhadap ROA yang artinya pengungkapan CSR mampu meningkatkan nilai ROA. Semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan maka semakin tinggi pula nilai ROA suatu perusahaan.

Perbedaan *Return on Equity* (ROE) Sebelum dan Sesudah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan Tabel 2, hasil uji hipotesis menunjukkan peningkatan nilai rata-rata ROE sebelum dan sesudah pengungkapan CSR yang berarti terdapat perbedaan ROE sebelum dan sesudah pengungkapan CSR. Pengujian secara statistik menunjukkan nilai ROE sebelum pengungkapan CSR lebih rendah daripada nilai ROE setelah pengungkapan CSR.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Istiqomah (2010) yang menyimpulkan tidak terdapat perbedaan ROE sebelum dan sesudah pelaksanaan CSR. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Laksmi (2010) yang menyimpulkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap ROE perusahaan. Semakin baik pengungkapan CSR maka semakin baik pula nilai ROE perusahaan.

Perbedaan *Return on Sales* (ROS) Sebelum dan Sesudah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan Tabel .2, hasil uji hipotesis menunjukkan penurunan nilai rata-rata ROS sebelum dan sesudah pengungkapan CSR yang berarti terdapat perbedaan ROS sebelum dan sesudah pengungkapan CSR. Pengujian secara statistik menunjukkan nilai ROS sebelum pengungkapan CSR lebih tinggi daripada nilai ROS setelah pengungkapan CSR.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dikemukakan Kartini (2009:84) yaitu program CSR dapat menjadikan citra perusahaan lebih baik dan dapat meningkatkan volume penjualan serta laba bersih perusahaan. Namun, program CSR membutuhkan proses dan waktu yang tidak singkat. Hal ini lah yang mengakibatkan tidak terdapatnya peningkatan perbedaan ROS secara signifikan sebelum dan sesudah pengungkapan CSR. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Istiqomah (2010) yang

menyimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan *profit margin* atau ROS sebelum dan sesudah pengungkapan CSR.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa: (1) Terdapat perbedaan *return on asset* (ROA) sebelum dan sesudah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. (2) Terdapat perbedaan *return on equity* (ROE) sebelum dan sesudah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. (3) Terdapat perbedaan *return on sales* (ROS) sebelum dan sesudah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, Djamaludin. 2005. *Investasi Sosial*. Jakarta: Pusat Penyuluhan Sosial.
- Ardiyos. 2005. *Kamus Besar Akuntansi*. Jakarta: Citra Harta Prima.
- Brigham, Eugene & Joel. Houston. 2006. *Dasardasar Manajemen Keuangan*. Buku 1. Edisi 10. Terjemahan Ali Akbar Yulianto. Jakarta: Salemba Empat.
- Brigham, E. dan J. Houston. 2001. *Manajemen Keuangan*. Edisi kedelapan, Buku Kedua, Alih Bahasa Dodo Suharno, Herman Wibowo: Editor, Yanti Sumiharti, Wisnu Chandra Kridhaji. Jakarta: Erlangga.
- Choi, Jong-Seo, Young Min Kwak, & Chongwoo Choe. 2010. Corporate Social Responsibility and Corporate Financial Performance: Evidence From Korea". *Australian Journal of Management*, Vol.35, No.3: 291-311.
- Darmadji, Tjiptono & Hendi M. Fakhruddin. 2008. *Pasar Modal di Indonesia Pendekatan tanya jawab*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Darwin, Ali. 2006. Akuntabilitas, Kebutuhan, Pelaporan dan Pengungkapan CSR bagi Perusahaan di Indonesia. *eBAR*. Edisi III: 83-95.

- Daud, Rulfah M. & Abrar Amri. 2008. Pengaruh *Intellectual Capital* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Telaah dan Riset Akuntansi*. Vol 1, No.2: 213-231.
- Effendi, Muh.Arief. 2009. *The Power Of Good Corporate Governance Teori dan Implementasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fatahillah, A. & N. M. Rachman. 2009. *Corporate Social Responsibility, Sebuah Budaya Bisnis*. (<http://www.interdev.co.id>). Diakses 12 Agustus 2011.
- Goering, Gregory E. 2010. Corporate Social Responsibility, Durable-Goods And Profitability. *Managerial and Decision Economics*, Vol.31: 489-496.
- Hanafi, M. Mamduh & Abdul Halim. 2007. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi 3, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPM.
- Handoko, Hani. 2003. *Manajemen*. Edisi 2. Jakarta: BPPE.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2007. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hartanti, Dwi. 2006. Makna Corporate Social Responsibility: Sejarah dan Perkembangannya. *eBAR*. Edisi III: 113-119.
- Henderson, D. 2001. Misguided Virtue; False Notification of Corporate Social sponsibility. *The New Zealand Business oundtable*. New Zealand.
- Husnan, Suad. 2005. *Dasar-dasar Teori Portofolio Dan Analisis Portofolio*. Edisi 4. Yogyakarta: AMP YKPN Yogya.
- Kartini, Dwi. 2009. *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Kasmir. 2010. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Keown, Athur J., John D. Martin, J. William Petty, David F. Scott (2008) *Manajemen Keuangan Prinsip Dan Penerapan*. Jilid 1, Jakarta: Indeks.
- Sembiring, Eddy. 2005. Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi VIII*. Solo.
- Suharto, Edi. 2008. *Corporate Social Responsibility: What is and Benefit for Corporate*. (<http://www.policy.hu/suharto>). Diakses 12 Agustus 2013.

Sule, Erni Trienawati & Sefullah Kurniawan. 2008. Pengantar Manajemen. Edisi 1. Jakarta: Prenada Media.

Yuniarti, Emylia. 2003. Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Pada Perusahaan yang Terdaftar di BEJ. *Jurnal Telaah dan Riset Akuntansi*. Vol 1. No.2: 240-252. www.csrindonesia.com www.globalreporting.org. www.google.com www.idx.co.id.