

EFFECT OF PROBABILITY ON THE DISCLOSURE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) OF HIGH PROFILE REGISTERED COMPANY

PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PERUSAHAAN HIGH PROFILE

Nofrivul¹, Yeni Melia², Ade Novelino³

UIN Mahmud Yunus Batusangkar^{1,2,3}

nofrivul@iainbatusangkar.ac.id¹, yenimelia@iainbatusangkar.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of profitability on disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR). The research method used is quantitative research with secondary data documentation in the form of financial reports or accountability reports published by the company for the period 2016-2018. With a total sample of 24 High Profile companies listed on the IDX. The statistical analysis used was a simple linear regression analysis that was preceded by a normality and linearity test as a prerequisite for the regression test and then tested for the significance of the regression coefficient (t-test) and the correlation test. The results of the hypothesis test are profitability affects the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR).

Keywords : *Profitability, Corporate Social Responsibility, ROA, Global Reporting Initiative Index*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan dokumentasi data sekunder berupa laporan keuangan atau laporan pertanggungjawaban yang dipublikasikan perusahaan untuk periode 2016-2018. Dengan jumlah sampel sebanyak 24 perusahaan *High Profile* yang terdaftar di BEI. Analisis statistik yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana yang didahului oleh uji normalitas dan linearitas sebagai prasarat uji regresi kemudian dilakukan pengujian keberartian koefisien regresi (uji t) dan uji korelasi. Hasil uji hipotesisnya bahwa nilai t hitung = 1,760 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti ada pengaruh yang nyata atau signifikan antara profitabilitas dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Kata Kunci: *Profitabilitas; Corporate Social Responsibility; Return On Asset; Global Reporting Initiative Index*

PENDAHULUAN

Profitabilitas menunjukkan keberhasilan sebuah perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (laba) perusahaan. Perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang baik juga akan

mendapat tekanan yang lebih kuat dari lingkungan perusahaan untuk lebih luas dalam mengungkapkan CSR secara luas dan semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar

pengungkapan atau tanggung jawab sosialnya.

Praktik pengungkapan tanggung jawab sosial memegang peranan yang penting untuk perusahaan karena perusahaan hidup di lingkungan masyarakat dan tak jarang aktivitasnya memiliki dampak sosial dan lingkungan. Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan alat manajerial yang digunakan perusahaan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan. Selain itu, pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dipandang sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik untuk menjelaskan berbagai dampak sosial yang ditimbulkan perusahaan (Indraswari & Astika, 2015).

Pelaksanaan CSR di Indonesia berbagai permasalahan muncul baik dari masyarakat, pemerintah maupun perusahaan. Kadang masyarakat belum siap mengimplementasikan CSR terutama bila sifatnya partisipatif, masyarakat tidak mau diajak berubah dan hanya ingin mendapatkan bantuan dana saja (filantropi) serta *cultur* dan terkadang *capacitybuilding* ketika masyarakat tidak bisa menyerap keinginan perusahaan. Sedangkan dari perusahaan masih banyak perusahaan yang menjalankan CSR-nya hanya untuk meningkatkan *image* perusahaan, bahkan ada beberapa perusahaan yang sama kali tidak mau menjalankan CSR. Jangkauan program CSR di Indonesia belum merata, belum dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat. CSR dilakukan hanya untuk tujuan pihak-pihak tertentu saja dan tidak bersifat berkelanjutan.

Perusahaan yang tidak melaksanakan kewajiban *corporate social responsibility* akan dikenakan sanksi sesuai dengan yang diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 Ayat (3),

PP No. 47 Tahun 2012 Tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas Pasal 7 Ayat (3), UU No. 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal Pasal 34 Ayat (1) dan (3), dan UU No. 32 Tahun 2009 Tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup Pasal 76 Ayat (1) dan (2). Bagi perusahaan yang menimbulkan dampak negatif serta tidak melaksanakan kewajiban *corporate social responsibility* akan memperoleh sanksi yang sangat merugikan bagi perusahaan karena perusahaan dibekukan dan dicabut usahanya sehingga tidak dapat beroperasi kembali (Wulandari et al., 2017).

Berikut beberapa kasus pencemaran lingkungan dari limbah perusahaan pertambangan yaitu: peristiwa yang terjadi pada PT Adaro Energy Tbk sekitar bulan Oktober 2009, dimana dalam peristiwa ini ikan-ikan yang dibudidayakan oleh masyarakat di Kabupaten Balangan mati akibat tercemarnya sungai Balangan sehingga mengakibatkan kerugian materi yang ditaksir hingga miliaran rupiah. Akibat pencemaran limbah buangan pertambangan PT Freeport Indonesia sehingga mengakibatkan salju di puncak tertinggi pegunungan Jaya Wijaya sudah mencair. PT Meares Soputan Mining atau Tambang Tondano Nusajaya diminta menghentikan aktivitas pertambangan di Minahasa, Sulawesi Utara, karena dinilai mencemari lingkungan. Eksploitasi batu bara di Samarinda yang mencemari air, menimbulkan banjir dan kurang membuat rakyat sejahtera dari segi ekonomi. Adapun kasus pencemaran lingkungan lain yaitu kasus lumpur Lapindo Brantas di Sidoarjo, Jawa Timur (Yanti & Budiasih, 2016).

Dari hasil studi literatur menunjukkan bahwa motivasi

perusahaan untuk melakukan pengungkapan sosial lebih banyak dipengaruhi oleh usaha untuk mengkomunikasikan kepada *stakeholder* mengenai kinerja manajemen dalam mencapai manfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang. *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat dijalankan melalui “*The Triple Bottom Line*”. Konsep tersebut mengakui jika perusahaan ingin *sustain* maka perlu memperhatikan 3P yaitu memberikan laba yang menguntungkan perusahaan (*profit*), memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut serta dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) (Edmawati, 2012).

Penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa Profitabilitas perusahaan merupakan karakteristik perusahaan yang digunakan sebagai faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian (Dewa et al., 2014), (Indraswari & Astika, 2015), (Rachman & Nopiyanti, 2015), (Wulandari et al., 2017), (Yanti & Budiasih, 2016), (Suarjaya, 2017) menunjukkan profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan oleh (Kurnianingsih, 2013), (Putri & Christiawan, 2014), (Nugroho & Yulianto, 2015) menemukan bahwa profitabilitas perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan paparan diatas dengan adanya perbedaan hasil penelitian maka peneliti ingin menguji kembali mengenai pengaruh profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility (CSR). Alasan menggunakan variabel tersebut karena terdapat perbedaan pada hasil penelitian terdahulu dan variabel tersebut dirasa

paling efektif dalam mempengaruhi CSR.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Rasio profitabilitas mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Profitabilitas merupakan faktor yang seharusnya mendapat perhatian penting karena untuk dapat melangsungkan hidupnya, suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Tanpa adanya keuntungan (*profit*), maka akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Dalam melakukan analisis perusahaan, di samping melihat laporan keuangan perusahaan, juga bisa dilakukan dengan menggunakan analisis rasio keuangan. Rasio profitabilitas mengukur efektifitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba (Kasmir, 2016)

Dalam mengukur profitabilitas perusahaan digunakan alat ukur return on asset (ROA). ROA merupakan suatu indikator keuangan yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atas total asset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar rasio ini semakin baik karena manajemen perusahaan mampu menghasilkan laba sebaik mungkin atas asset yang dimiliki (Putri & Christiawan, 2014).

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

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility adalah suatu kegiatan yang tidak hanya menguntungkan perusahaan, tetapi juga dapat mensejahterakan masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan beroperasi (Rusdianto, 2013). Standar pengungkapan CSR kini semakin pesat berkembang, dibuktikan dengan munculnya beberapa indikator atau standar dalam pelaporan sosial. Dari banyaknya standar pengungkapan, *Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Guidelines* adalah standar pengungkapan yang diterima umum dan digunakan oleh banyak perusahaan. GRI digagas oleh PBB melalui *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (CERES) dan UNEP pada tahun 1997 (Dewanty, 2016).

Pengungkapan corporate social responsibility diukur dengan proksi corporate social responsibility index berdasarkan Global Reporting Initiative (GRI) dengan jumlah 79 item pengungkapan yang meliputi 6 katagori yaitu economic (EC), environment (EN), human rights (HR), labor practices (LP), product responsibility (PR), dan society (SO) (Rachman & Nopiyantri, 2015)

Setelah pemberian skor pada setiap item pengungkapan selanjutnya skor dijumlahkan untuk mendapatkan skor secara keseluruhan.

Rumus perhitungan CSR:

$$CSRDI = \frac{\text{Jumlah Point}}{\text{Jumlah Indikator GRI (poin maksimal)} \times 100\%}$$

Keterangan:

CSRDI : index pengungkapan CSR

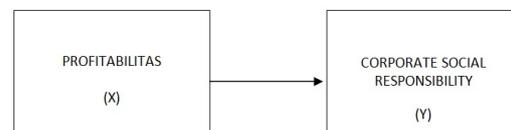
Jumlah poin : Jumlah item yang diungkapkan perusahaan

Jumlah indicator : jumlah keseluruhan indicator yakni 79 item

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba selama periode tertentu, yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam mengungkapkan CSR. (Nugroho & Yulianto, 2015) menyatakan bahwa perusahaan di Indonesia akan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial ketika memperoleh profit yang tinggi, sehingga semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba semakin tinggi juga tingkat pengungkapan CSR. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan ketersediaan dana yang lebih untuk melaksanakan CSR dan mengungkapkannya, sebagai bukti akuntabilitas kepada stakeholder dan meyakinkan bahwa aktivitas perusahaan sesuai dengan norma dan nilai sosial yang berlaku di masyarakat.

Kerangka Berfikir



Gambar 1. Kerangka Berfikir

Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka hipotesis penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_0 : Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

H_1 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Metode Penelitian yaitu kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2018. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018 sebanyak 124 perusahaan yang terdiri dari 29 perusahaan sektor Pertambangan, 11 perusahaan sektor Industri Dasar dan Kimia, 9 perusahaan sektor Pulp dan Kertas, 10 perusahaan sektor Otomotif dan Komponen, 35 perusahaan sektor Transportasi, 4 perusahaan sektor Rokok, 16 perusahaan sektor Makanan dan Minuman, 10 perusahaan sektor Farmasi,

Pemilihan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun pertimbangan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan karakteristik sebagai berikut:

Tabel 1. Kriteria Pengambilan Sampel

No	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan <i>High Profile</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016- 2018	124
2.	Perusahaan <i>High Profile</i> yang satuan Hitung Rupiah	(45)
3.	Perusahaan <i>High Profile</i> yang tidak Mengungkapkan Tanggung Jawab Sosial Periode 2016-2018	(21)
	Jumlah	24

Perusahaan tersebut antara lain 8 perusahaan pertambangan, 7 perusahaan perminyakan, 2 perusahaan kimia, 1 perusahaan kertas, 1 perusahaan otomotif, 2 makanan dan minuman, 2 perusahaan tembakau dan rokok, 1 perusahaan transportasi dan 1 farmasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Hasil Penelitian

Profitabilitas Perusahaan *High Profile* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Tabel 1. Tingkat Profitabilitas (ROA) Perusahaan *High Profile* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018

Industri	Year	No	Issuer code	Company Name	ROA	
Tambang	2016	1	ANTAM	Aneka Tambang	0,79	
	2017				1,51	
	2018				3,79	
	2016	2	CITA	Cita Mineral Investindo	9,79	
	2017				1,74	
	2018				22,1	
	2016	3	DKFT	Central Omega	1,49	
	2017				2,59	
	2018				4,55	
	2016	4	PTBA	Bukit Asam	27,7	
	2017				14,7	
	2018				28,3	
Tambang	2016	5	AALI	Astra Agro Lestari	11,7	
	2017				9,11	
	2018				8,72	
	2016	6	BTEK	Bumi Teknoultra Unggul	0,04	
	2017				0,07	
	2018				1,49	
	2016	7	BWPT	Eagle High Plantations	2,06	
	2017				1,17	
	2018				1,44	
	2016	8	CPRO	Central Proteina Prima	23,5	
	2017				35,8	
	2018				27,8	
Minyak	2016	9	ARTI	Ratu Prabu Energi	0,07	
	2017				1,31	
	2018				1,70	
	2016	10	ELSA	Elnusa	10,1	
	2017				6,9	
	2018				6,6	
	2016	11	BISI	Bisi Internasional	18,8	
	2017				19,8	
	2018				18,3	
	2016	12	RUIS	Radiant Utama Interinso	5,6	
	2017				4,05	
	2018				4,5	
Minyak	2016	13	MEDC	Medco Energi International	8,2	
	2017				5,68	
	2018				3,78	
	2016	14	ESSA	Surya Esa Perkasa	3,9	
	2017				0,51	
	2018				88,7	
	Kimia	2016	15	BUDI	Budi Starch & Sweetener	1,80
		2017				2,07
		2018				2,11
		2016	16	INCI	Intanwijaya International	5,04
		2017				7,26
		2018				5,63
Kertas		2016	17	TKIM	Tjiwi Kimia	0,03
		2017				1,38
		2018				0,82
Otomotif		2016	18	AUTO	Astra Otoparts	4,44
		2017				4,82
		2018				5,02
Makanan dan minuman	2016	19	MYOR	Mayora Indah Tbk	2,34	
	2017				2,5	
	2018				2,72	
Rokok	2016	20	ULTJ	Ultrajaya Milk Industri Tbk	8,82	
	2017				2,95	
	2018				5,66	
	2016	21	GGRM	Gudang Garam	0,01	
2017				0,15		
2018				0,01		
Rokok	2016	22	HMSP	HM Sampoerna	7,68	
	2017				3,28	
	2018				4,37	
	2016	23	GLAA	Garuda Indonesia	0,47	
2017				4,2		
2018				0,43		
Farmasi	2016	24	KAEF	Kimia Farma	10,1	
	2017				10,5	
	2018				1,8	

Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan High Profile Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Tabel 2. Pengungkapan CSR Perusahaan High Profile Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016 – 2018

Nama Perusahaan	Tahun	Indikator				
		1	2	3	4	5
Aneka Tambang	2016	1	8	4	2	7
	2017	1	7	5		9
	2018	2	10	2	2	5
Cita Mineral Investindo	2016		3			
	2017		1	1		5
	2018	1	1	1		5
Central Omega	2016			3		
	2017			4		1
	2018		3	5		1
Bukit Asam	2016		5	5		2
	2017		5	5		2
	2018		5	5		2
Astra Agro Lestari	2016	2	3	4		5
	2017	2	3	4		5
	2018	3	2	5		6
Bumi Teknoultra Unggul	2016		8	3		5
	2017		5	3		5
	2018		5	3		5
Eagle High Plantations	2016	1	5	5		2
	2017	1	5	5		2
	2018	1	5	5		2
Central Proteina Prima	2016	1	4	2		1
	2017	1	4	2		1
	2018	1	4	2		1
Ratu Prabu Energi	2016					5
	2017		1			3
	2018					5
Elmusa	2016	3	7	22		5
	2017	3	5	22		10
	2018	3	3	22		10
Bisi Internasional	2016		3	3		2
	2017		3	3		2
	2018		3	3		2
Radiant Utama Interinsco	2016		5	20		5
	2017		6	20		5
	2018		6	20		5
Medco Energi International	2016	2	5	3		2
	2017	2	5	3		2
	2018	2	5	3		2
Surya Esa Perkasa	2016	3	6	5		2
	2017	3	6	5		2
	2018	3	6	5		2
Budi Starch & Sweetener	2016		3	1		5
	2017		3	1		5
	2018		3	1		5
Intanwijaya International	2016		5	3		5
	2017		5	3		5
	2018		5	3		5
Tjiwi Kimia	2016		1			
	2017		1			
	2018		1			
Astra Otoparts	2016		4	5		5
	2017		3	5		8

Mayora Indah	2018	2	2			6
	2016	2	5			
	2107	2	6			
Ultrajaya Milk Industri	2018	2	6			
	2016	2	5	5		
	2017	2	5	5		
Gudang Garam	2018	2	5	5		
	2016		5			4
	2017		5			4
HM Sampoerna	2018		5			4
	2016		4			6
	2017		4			6
Garuda Indonesia	2018		4			6
	2016		6	2		4
	2017		6	2		4
Kimia Farma	2018		6	2		4
	2016	5	7	2		2
	2017	5	7	2		2
2018	5	7	2		2	

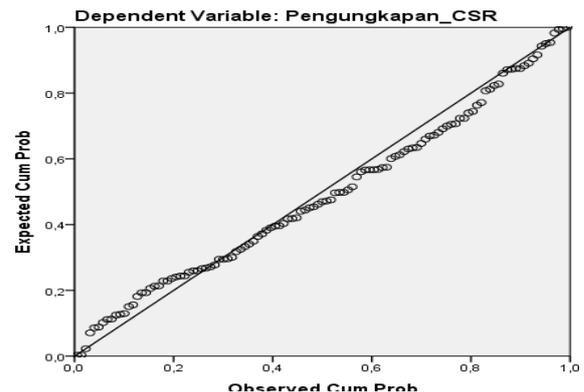
Keterangan Indikator:

1. Kinerja Ekonomi
2. Kinerja Lingkungan
3. Kinerja Tenaga Kerja
4. Kinerja HAM
5. Kinerja Masyarakat
6. Kinerja Tanggung Jawab Produk

Analisis Data dan Pengujian Hipotesis Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas *probably plot of standardized residual*, yang hasilnya sebagai berikut:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 2. Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 2 dapat diketahui bahwa letak titik-titik (plots) menyebar atau berada disekitar garis yang memotong sumbu X dan Y serta membuat suatu pola, maka dapat diketahui bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat berdistribusinormal. Karena data

berdistribusi normal, maka penelitian dapat dilanjutkan.

Uji Linieritas

Tabel 4. Pengujian Linieritas Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,131 ^a	,017	,004	8,641	1,689

a. Predictors: (Constant), Profitability

b. Dependent Variable: CSR

Dilihat dari tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai Durbin Watson (DW) hitung adalah sebesar 1,689. Jika dibandingkan dengan nilai dL(1,6783), maka dapat dilihat bahwa nilai DW lebih besar dari pada nilai dL (DW > dL). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data berbentuk linier.

Uji Hipotesis

Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Coefficients^a

Model	Non-Standard Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,384	2,694		1,999	,050
CSR	,165	,157	,125	1,760	,000

a. Dependent Variable: Profitability

Berdasarkan tabel 5 dapat diperoleh persamaan regresi antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas sebagaiberikut:

$$\hat{Y} = \alpha + \beta X$$

$$\hat{Y} = 5,384 + 0,165X$$

Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa:

- Jika dilihat arah hubungan, maka menggambarkan arah yang positif atau menunjukkan hubungan positif. hal ini menunjukkan bahwa arah antara variabel X dengan variabel Y searah. Artinya peningkatan profitabilitas diikuti dengan peningkatan CSR.
- Koefesien regresi 0,165 nilai ini berarti bahwa setiap satu persen kenaikan pengungkapan CSR maka akan diikuti oleh kenaikan profitabilitas sebesar 0,165 kali

Uji keberartian Koefisien regresi (Uji t)

Tabel 4. Hasil Perhitungan Uji t

Model	Coefficients ^a			T	Sig.
	Non-Standard Coefficients	Standardized Coefficients	Beta		
1 (Constant)	5,384	2,694		1,999	,050
CSR	,165	,157	,125	1,760	,000

a. Dependent Variable: Profitability

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat besarnya t hitung adalah sebesar 1,760 dan besarnya t tabel adalah sebesar 1,666. Maka t hitung > t tabel, dengan nilai 1,760 > 1,666, Keputusannya H0 ditolak dan H1 diterima, artinya profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Jika dilihat dari mode regresinya terdapat pengaruh sebesar 0,165 dan dapat dikatakan pengaruh profitabilitas tersebut signifikan jadi pengaruh dapat dikatakan berarti.

Dari output di atas dapat diketahui nilai t hitung = 1,760 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, maka Ho ditolak dan H1 diterima, yang berarti ada pengaruh yang nyata atau signifikan antara profitabilitas dengan corporate social responsibility

Uji Korelasi

Tabel 5. Hasil Perhitungan Uji Korelasi

		Profitability	CSR
Profitabilit y	Pearson Correlation	1	,615
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	72	72
CSR	Pearson Correlation	,615	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	72	72

Berdasarkan tabel 7 diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,615, dengan signifikansi sebesar 0,000. Berdasarkan data tersebut diatas maka dapat dilakukan pengujian hipotesis dengan membandingkan taraf signifikansi. Pada kasus ini terlihat bahwa koefisien korelasi sebesar 0,615 dengan signifikansi 0,000 Karena signifikansi 0,000 < 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima yang berarti bahwa hubungan antara pengaruh pengungkapan profitabilitas berpengaruh terhadap

pengungkapan *corporate social responsibility*

Berdasarkan hasil koefisiensi korelasi tersebut dapat di katakan bahwa korelasi bersifat positif, artinya semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi pengungkapan tanggungjawab sosialnya. Dengan memperhatikan koefisiensi korelasi sebesar 0,615 berarti korelasinya kuat. Maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini sejalan atau sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa profitabilitas yang tinggi maka membuat manajemen melakukan pengungkapan CSR luas.

Pembahasan

Dari tabel 2 terlihat bahwa rata-rata ROA perusahaan high profile yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2018 sangat beragam dengan rata-rata ROA tahun 2016 sebesar 6,85% pada tahun 2017 dengan rata-rata ROA sebesar 5,98% dan tahun 2018 dengan rata-rata ROA sebesar 6,85% pada tahun 2017 dengan rata-rata ROA sebesar 5,98%. rata-rata OA sebesar 10,4%. Jika dilihat dari sektornya dari tahun 2016-2018, sektor yang memiliki ROA terendah adalah sektor industri tembakau dan rokok sebesar 0,01% dan sektor yang memiliki ROA tertinggi adalah sektor industri minyak sebesar 88,7%.

Perusahaan yang memiliki ROA tertinggi pada tahun 2016 adalah PT. Bukit Asam Tbk sebesar 27,7%, pada tahun 2017 ROA tertinggi adalah PT. Central Proteima Prima Tbk sebesar 35,8% dan pada tahun 2018 ROA tertinggi adalah PT. Surya Esa Perkasa Tbk sebesar 87,7% yang berarti laba bersih yang diperoleh dari operasional perusahaan dengan jumlah aset yang digunakan untuk menghasilkan laba tahun 2016 sebesar 27,7%, tahun 2017 35,8%, dan 2018 87,7%. Dalam hal ini

PT. Central Proteima Prima Tbk dan PT. Surya Esa Perkasa Tbk memiliki ROA jauh di atas standar dan sudah pandai mengoptimalkan asetnya. Sedangkan ROA terendah tahun 2016 adalah PT Gudang Garam Tbk sebesar 0,01%, tahun 2017 PT Bumi Teknoultra Unggul Tbk sebesar 0,07% dan tahun 2018 PT Gudang Garam Tbk sebesar 0,01%. Pasalnya, PT Gudang Garam Tbk dan PT Bumi Teknoultra Unggul Tbk dinilai kurang mampu mengoptimalkan aset yang dimiliki. Semakin tinggi ROA maka semakin tinggi pula keuntungan yang akan diperoleh perusahaan. Namun pada kenyataannya masih banyak perusahaan yang memiliki ROA yang rendah. Nilai rata-rata untuk industri adalah 9% (Birham, 2011).

Jika perusahaan mendapatkan ROA sama dengan atau lebih dari 9% maka kinerja perusahaan dianggap baik, dan sebaliknya jika perusahaan mendapatkan ROA kurang dari 9% maka kinerja perusahaan dianggap buruk. Rendahnya ROA dapat diartikan bahwa perusahaan dianggap kurang mampu mengoptimalkan asetnya.

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa pengungkapan CSR oleh perusahaan ternama yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sangat beragam dengan jumlah pengungkapan dari tahun 2016 hingga 2018 untuk semua sektor adalah 1014. Kita dapat melihat pengungkapan terluas terjadi pada indikator lingkungan. sebanyak 303 item, indikator 286 pekerja, 226 indikator komunitas, 159 indikator tanggung jawab produk, 70 indikator ekonomi dan 4 untuk sektor HAM untuk semua perusahaan selama 2016-2018.

Indikator kinerja lingkungan merupakan indikator yang paling banyak diungkapkan oleh perusahaan. Jika dilihat lebih sempit pada item

pengungkapan, item yang paling banyak diungkapkan adalah item no. 16 (aspek energi), yaitu di PT Aneka Tambang Tbk. Perusahaan high profile umumnya merupakan perusahaan yang mendapat sorotan dari masyarakat karena kegiatan operasional perusahaan memiliki potensi dan kemungkinan yang berkaitan dengan kepentingan yang luas. Jika terkait, bias dapat dijadikan alasan mengapa perusahaan ternama lebih banyak mengungkapkan kepada indikator publik. Pengungkapan item no. 16 mengenai aspek energi paling mudah diungkapkan karena setiap kegiatan produksi perusahaan pasti menghasilkan dan harus mengolah atau membuang limbahnya. Untuk pengungkapan item nomor 27, banyak perusahaan telah mengungkapkan cara memproses pembuangan limbah, mengelola proses hemat energi dalam operasi, dll. Adapun item nomor 24 tentang keanekaragaman hayati, banyak perusahaan menyatakan keprihatinan mereka untuk penghijauan di dalam dan di luar perusahaan, dan beberapa bahkan bekerjasama dengan pemerintah dalam pembangunan taman kota.

Sedangkan pengungkapan terendah terdapat pada indikator Hak Asasi Manusia (HAM). Item yang paling banyak diungkapkan adalah item no 50 (aspek pekerja anak). Untuk barang no. 50, perusahaan hanya mengungkapkan dua kali, perusahaan PT Aneka Tambang Tbk dan PT Cita Mineral Investindo Tbk mengungkapkan CSR tentang aspek pekerja anak yaitu dengan mendidik siswa dengan memberikan pendidikan, motivasi, dan keterampilan untuk menjauhkan mereka dari kegiatan yang tidak sesuai untuk anak-anak.

Untuk indikator HAM, perusahaan sangat minim terungkap. Hal ini mungkin karena pekerja di lingkungan perusahaan dan tidak

berhubungan langsung dengan masyarakat membuat pihak perusahaan kurang menyentuh indikator ini, masalah yang terjadi dengan hak asasi pekerja dianggap sebagai masalah internal yang tidak perlu diungkapkan kepada masyarakat luas. Jika dilihat dari keseluruhan item tanpa pengelompokan menurut indikatornya, sebenarnya item no 16 yang paling banyak diungkapkan yaitu item pengungkapan nomor 16 tentang aspek energi paling mudah diungkapkan karena setiap kegiatan produksi perusahaan harus berproduksi dan harus mengolah atau membuang limbahnya.

Perusahaan dengan pengungkapan CSR paling luas terjadi pada PT Elnusa Tbk dengan 46 item pada tahun 2017, artinya perusahaan telah mengungkapkan setengah dari item yang terdapat dalam GRI. Sedangkan area pengungkapan terendah secara keseluruhan adalah PT Jiwu Kimia Tbk, PT Ratu Prabu Energi Tbk, PT Cita Mineral Investindo Tbk, PT Garuda Indonesia Tbk dan PT Bisi International Tbk. Perusahaan yang kurang mengungkapkan CSR karena kurangnya kesadaran akan kegiatan dan pengungkapan CSR, bahkan kesadaran terhadap peraturan pemerintah diabaikan meskipun sanksi terberatnya adalah pencabutan izin usaha.

PENUTUP

Kesimpulan

Bedasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat peneliti simpulkan bahwa dapat diketahui nilai t hitung = 1,760 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti ada pengaruh yang nyata atau signifikan antara profitabilitas dengan corporate social responsibility. Dengan taraf kepercayaan 0,05, maka dapat diperoleh

r tabel sebesar 0,228. Ternyata r hitung lebih besardari pada r tabel ($0,615 > 0,228$), sehingga H_0 ditolak dan H_a ditreima. Artinya ada hubungan yang signifikansi antara profitabilitas dengan corporate social responsibility.

Saran

Penelitian ini dapat dikembangkan kembali mengenai profitabilitas dengan menggunakan alat ukur lain seperti ROI, NPM, EPS, ROE, dan metode lain yang sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewa, G. P., Fachrurozie, & Utaminingsih, N. S. (2014). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Luas Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Moderasi. *Accounting Analysis Journal*, 3(1), 62–69.
- Dewanty, M. (2016). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Simposium Akuntansi*, 1, 22–34.
- Edmawati. (2012). *Pengungkapan Informasi Sosial Perusahaan dan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan*. Gramedia.
- Indraswari, G. A. D., & Astika, I. Ba. P. (2015). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan csr. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 1, 289–302.
- Kasmir. (2016). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Kencana.
- Kurnianingsih, H. T. (2013). Pengaruh profitabilitas dan Size Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 13(1), 93–111.
- Nugroho, M. N., & Yulianto, A. (2015). Pengaruh Profitabilitas Dan Mekanisme Corporate Governance Terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan Terdaftar. *Accounting Analysis Journal*, 4(1), 1–12.
- Putri, R. A., & Christiawan, Y. J. (2014). Pengaruh profatibilitas, likuiditas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Businnes Accounting Review*, 2(2), 61–70.
- Rachman, H. A., & Nopiyanti, A. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Equity*, 18(2).
- Rusdianto, U. (2013). *CSR Communication*. Graha Ilmu.
- Suarjaya, A. A. G. (2017). *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Coorporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan*. 6(2), 1112–1138.
- Wulandari, S., Zulhaimi, H., Akuntansi, P. S., & Indonesia, U. P. (2017). *Pengaruh Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur dan Jasa yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Corporate social responsibility atau Pengolahan Lingkungan Hidup (Proper) merupakan Program Kementrian Lingkungan*. 2(2), 1477–1488.
- Yanti, N. K. A. G., & Budiasih, I. G. A. N. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 17, 1752–1779.