

**PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**
**Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa
Efek Indonesia (BEI) Pada Tahun 2010-2012**

Oleh:

Rani Widiyasari Eko Putri

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

Email: rani.widiyasari@gmail.com

Dosen Pembimbing:

Zaki Baridwan, SE., M.Si., Dr., Ak, CA

Abstract

The objective of this research is to analyze influence of profitability to corporate social responsibility disclosure. ROA, ROE and NPM are used as the proxy of profitability ratio. This research is conducted by testing effect of profitability as independent variable to corporate social responsibility disclosure as dependent variable.

Sample of this research are annual report for mining companies that listed in Indonesia Stock Exchange (BEI) in 2010-2012. Sample were selected using purposive sampling method and 63 mining companies were able to fulfill the criteria used as sample. The research data is analyzed by using multiple linier regression.

The result of this research shows that profitability is influential to the corporate social responsibility disclosure. ROA and NPM have positive effect on corporate social responsibility disclosure. Meanwhile, ROE shows negative effect on corporate social responsibility disclosure.

Keywords : *Profitability, ROA, ROE, NPM, Corporate Social Responsibility disclosure.*

Abstrak

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Rasio profitabilitas diproksikan melalui ROA, ROE, dan NPM. Penelitian ini dilakukan dengan menguji pengaruh profitabilitas sebagai variabel independen terhadap pengungkapan CSR sebagai variabel dependen.

Sampel penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada periode 2010-2012. Sampel dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling* dan diperoleh 63 perusahaan pertambangan yang telah memenuhi kriteria sampel. Data penelitian dianalisis dengan menggunakan metode regresi berganda.

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh antara profitabilitas melalui ROA, ROE, dan NPM terhadap pengungkapan CSR. ROA dan NPM berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sementara ROE berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Kata kunci : Profitabilitas, ROA, ROE, NPM, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

PENDAHULUAN

Keseimbangan antara kedua kelompok *stakeholder* perlu dicapai oleh suatu perusahaan agar tidak memicu adanya konflik sosial. Salah satu kasus yang mencerminkan adanya konflik sosial adalah peristiwa yang terjadi pada perusahaan PT Freeport Indonesia. Sebagai salah satu perusahaan pertambangan terbesar di Indonesia yang berlokasi di Papua, perusahaan ini tidak pernah lepas dari konflik yang berkepanjangan dengan melibatkan masyarakat lokal baik terkait dengan tanah ulayat, pelanggaran adat, maupun kesenjangan sosial dan ekonomi (Wibisono, 2007). Dengan adanya peristiwa tersebut maka perlu adanya sebuah implementasi dari perusahaan yang dilakukan secara sukarela dan berdampak positif yang disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pelaksanaan CSR adalah bagian dari peran perusahaan kepada *stakeholders* (Utama, 2010).

Secara lebih luas CSR didefinisikan sebagai komitmen perusahaan yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa yang baik bagi masyarakat tetapi juga mempertahankan kualitas lingkungan sosial maupun fisik, serta juga memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan komunitas tempat mereka berada sehingga menekankan pada bagaimana perusahaan memberikan apa yang masyarakat inginkan (Wahyudi, 2008:35). Praktik CSR dianggap penting oleh perusahaan karena selain berorientasi terhadap laba, perusahaan juga harus bertanggung jawab terhadap masalah sosial yang mereka timbulkan sebagai akibat

dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungan. Sehingga, praktik CSR dianggap sebagai suatu gagasan yang tidak hanya mengacu pada *single bottom line* yaitu tanggung jawab perusahaan yang hanya direfleksikan melalui kondisi keuangannya (*financial*) saja tetapi mengacu pada *triple bottom lines* yang juga harus ikut memperhatikan masalah lingkungan dan sosial. Dengan adanya praktik CSR maka perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan publik terkait pencapaian usaha perbaikan yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat yang merupakan bagian dari para *stakeholders*. Perusahaan dan masyarakat adalah dua buah elemen yang memiliki hubungan saling terkait dalam menjalankan aktivitasnya dengan saling memberi dan membutuhkan (Kurniawansyah, 2013).

Fenomena perkembangan isu CSR sendiri cukup populer di Indonesia dalam kurun waktu lima tahun terakhir ini.¹ Banyak perusahaan yang mulai antusias dalam menjalankan aktivitas CSR dengan beberapa alasan, diantaranya adalah agar dapat meningkatkan citra perusahaan, agar dapat membawa keuntungan tersendiri bagi perusahaan, dan agar dapat menjamin keberlangsungan perusahaan (*going concern*). Sama halnya dengan perusahaan yang dalam kegiatan bisnisnya bergerak di bidang pemanfaatan sumber daya alam seperti perusahaan pertambangan, pelaksanaan CSR dianggap sebagai bentuk jaminan bagi perusahaan untuk dapat terus bertahan. Hal ini dikarenakan kegiatan operasional perusahaan pertambangan dalam kenyataannya memberikan dampak negatif kepada lingkungan, seperti: masalah-masalah polusi, limbah, keamanan produk, dan tenaga kerja. Berikut ini merupakan kasus pencemaran lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan pertambangan di Indonesia dan menjadi pemicu berkembangnya praktik CSR (Utama, 2007), yaitu: peristiwa yang terjadi pada perusahaan 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 (Rahman, 2009). Kasus lain terkait pencemaran lingkungan oleh perusahaan pertambangan juga terjadi pada perusahaan PT Newmont Minahasa Raya yang beroperasi di wilayah Teluk Buyat, Kabupaten Bolaang Mongondouw Sulawesi Utara tahun 2004 yang banyak menjadi sorotan². Limbah tailing (sisa buangan tambang) yang dihasilkan perusahaan tambang tersebut dianggap mengakibatkan lebih dari 100 warga di Teluk Buyat terkena penyakit Minamata. Adapun kasus pencemaran lingkungan lain yang sempat menjadi *headline* dan masih belum terselesaikan hingga kini adalah kasus lumpur Lapindo Brantas di Sidoarjo, Jawa Timur.

¹ Isu CSR secara khusus dibahas oleh majalah MIX edisi 16 Oktober 2006, *CSR untuk Kemasalahatan Perusahaan Juga; Bagaimana Seharusnya CSR; dan Indonesia's Leading CSR Companies*, ditulis oleh Tim Redaksi, hlm. 14-26, © Majalah Mix 2006 (Kelompok Majalah SWA).

²Koran Kompas, Jumat 8 September 2006, "CSR Tidak Hanya Filantropi."

Diakses dari http://www.kompas.com/kompas_cetak/0609/08/ekonomi/2937837.

Melihat beberapa kasus negatif yang terjadi pada perusahaan pertambangan di atas maka pemerintah mewajibkan setiap perusahaan yang bergerak di sektor ini untuk memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi lingkungan sekitarnya dan mengharuskan pula untuk mengungkapkan segala kegiatan tanggung jawab sosialnya sesuai dengan Undang-undang yang ada. Diharapkan dengan adanya pengungkapan ini maka akan dapat dilakukan suatu bentuk penilaian yang nantinya dapat digunakan untuk melihat apakah terjadi kegiatan eksploitasi atau tidak. Pengungkapan CSR sendiri diartikan sebagai bagian dari akuntansi pertanggungjawaban sosial yang mengkomunikasikan informasi sosial kepada para *stakeholder*. Pengungkapan informasi CSR biasanya dilaporkan dalam sebuah laporan tahunan perusahaan yang dianggap sebagai sarana komunikasi terbaik bagi perusahaan dengan pihak eksternal. Seperti apa yang telah dinyatakan dalam PSAK No.1 tahun 2009 paragraf 9 tentang Penyajian Laporan Keuangan, bagian Tanggung Jawab atas Laporan Keuangan bahwa:

“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.”

Pengungkapan CSR disinyalir dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satu diantaranya adalah profitabilitas. Hackston dan Milne (1996) dalam Sembiring (2003) menyatakan bahwa suatu perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi seharusnya melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan secara transparan. Pernyataan serupa juga diungkapkan oleh Meek, Roberts, & Gray (1995) yang mengatakan bahwa perusahaan yang memiliki *profit* lebih besar harus lebih aktif dalam melaksanakan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap luas pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Profitabilitas dan pengungkapan CSR memiliki keterkaitan satu sama lain. Profitabilitas yang tinggi memicu para *stakeholder* untuk meningkatkan kepentingan dan harapan mereka akan transparansi yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan. Pengungkapan CSR adalah bentuk implementasi perusahaan untuk memenuhi harapan dari para *stakeholder* yang ingin mendapatkan informasi lebih terkait kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dihasilkan perusahaan maka pengungkapan CSR akan cenderung semakin besar.

Profitabilitas adalah suatu indikator kinerja manajemen yang ditunjukkan melalui laba yang dihasilkan selama mengelola kekayaan perusahaan (Soelistyoningrum, 2011). Profitabilitas dapat diukur menggunakan rasio profitabilitas yang akan menunjukkan seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga menghasilkan keuntungan bagi perusahaan melalui rasio-rasio seperti ROA (*Return on Assets*), ROE (*Return on Equity*), dan NPM (*Net Profit Margin*) (Brigham and Houston, 2010). ROA adalah suatu rasio profitabilitas yang menunjukkan laba perusahaan dengan membagi laba bersih terhadap total aktiva

yang dimiliki perusahaan sehingga rasio ini disebut juga dengan *earning power* karena menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari setiap satu rupiah asset yang digunakan. ROE adalah salah satu jenis rasio profitabilitas yang mencerminkan laba perusahaan melalui pembagian laba bersih dengan total ekuitas perusahaan sehingga melalui rasio ini perusahaan dapat mengetahui kinerja perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia yang nantinya diperuntukkan bagi para pemegang saham. NPM adalah rasio profitabilitas yang memperlihatkan laba perusahaan melalui pembagian laba bersih terhadap total penjualan perusahaan sehingga dengan mengetahui rasio ini maka perusahaan akan dapat melihat seberapa banyak laba yang diperoleh dari setiap penjualan yang dilakukan yang nantinya akan digunakan sebagai penetapan strategi harga.

Penelitian atas pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR telah banyak dilakukan sebelumnya seperti Waddock and Graves (1997); Tsoutsoura (2004); Anggraini (2006); Hossain *et al.* (2006); Branco and Rodriguez (2008); Reverte (2008); Luciana *et al.* (2011); Lungu and Dascalu (2011); Mulyadi dan Anwar (2012); Ebiring *et al.* (2013); Vintila and Duca (2013); Kurniawansyah (2013); dan Alikhani and Maranjory (2013). Menurut penelitian empiris yang dilakukan oleh Waddock and Graves (1997); Tsoutsoura (2004), Hossain *et al.* (2006); Mulyadi dan Anwar (2012); serta Vintila and Duca (2013) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas yang diuji dengan menggunakan rasio-rasio seperti ROA, ROE, dan NPM memberikan pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Sementara hasil berbeda ditunjukkan oleh penelitian empiris yang dilakukan oleh Anggraini (2006); Branco and Rodriguez (2008); Reverte (2008); Lungu and Dascalu (2011); Kurniawansyah (2013); dan Alikhani and Maranjory (2013) dengan menggunakan rasio-rasio yang sama menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR suatu perusahaan.

Dengan adanya keanekaragaman hasil yang terjadi pada penelitian empiris terkait pengaruh tingkat profitabilitas terhadap pengungkapan CSR suatu perusahaan maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian kembali dengan menganalisis dan menemukan bukti empiris tentang pengaruh dari kedua variabel tersebut. Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Ebiringa *et al.* (2013); Hossain *et al.* (2006); dan Tsoutsoura (2004).

Penelitian Ebiringa *et al.* (2013) meneliti tentang pengaruh dari ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan pada perusahaan gas dan oil di Nigeria tahun 2011. Penelitian Ebiringa *et al.* (2013) menggunakan profitabilitas sebagai variabel independen dan pengungkapan CSR sebagai variabel dependen. Hasil penelitian Ebiringa *et al.* (2013) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan gas dan oil di Nigeria. Menurut Ebiring *et.al* (2013) semakin banyak *profit* yang dihasilkan suatu perusahaan maka pengungkapan CSR-nya akan semakin meningkat dan begitu pula sebaliknya.

Penelitian lain yang juga merupakan acuan dari penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Tsoutsoura (2004) dan Hossain *et al.* (2006). Penelitian Tsoutsoura (2004) membahas tentang *corporate social responsibility* dengan *financial performance* yang dilakukan pada 500 perusahaan S&P. Tsoutsoura (2004) menggunakan ROA dan ROE sebagai proksi dari *financial performance* dan dianggap sebagai variabel independen, sedangkan CSR berperan sebagai variabel dependen. Sementara penelitian Hossain *et al.* (2006) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR di Bangladesh. Penelitian Hossain *et al.* (2006) menggunakan profitabilitas sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR dan diproksikan melalui rasio NPM. Peneliti melakukan penelitian yang sama yaitu menguji pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR. Apabila ketiga penelitian sebelumnya menggunakan data sampel 500 perusahaan S&P di dunia, dan beberapa perusahaan di Negara-negara seperti Bangladesh dan Nigeria, maka peneliti ingin melakukan penelitian terhadap perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia untuk membandingkan hasilnya dengan ketiga penelitian sebelumnya. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2012 sebagai sampel data dalam penelitian. Peneliti juga menggunakan indeks pengungkapan CSR yang berbeda dengan ketiga penelitian yang dilakukan sebelumnya, yaitu indeks pengungkapan CSR yang mengacu pada *Global Reporting Initiative (GRI) Guidelines* (2006) yang merupakan pedoman standar pengungkapan CSR yang diakui secara internasional. Indeks *GRI Guidelines* (2006) sengaja dipilih peneliti dengan maksud agar hasil empiris yang dihasilkan nanti dapat lebih relevan dan lebih akurat.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, yaitu penelitian Ebiringa *et al.* (2013) yang menguji pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR. Pengembangan penelitian terhadap penelitian Ebiringa *et al.* (2013) dilakukan dengan menggabungkan penelitian dari kedua penelitian lain, yaitu Tsoutsoura (2004) dan Hossain *et al.* (2006). Penelitian ini mengambil dua rasio pengukuran yang menggambarkan variabel profitabilitas dari penelitian Tsoutsoura (2004) yaitu ROA dan ROE, serta mengambil satu jenis rasio pengukuran profitabilitas dari penelitian Hossain *et al.* (2006), yaitu NPM.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti mengambil judul dalam sebuah penelitian, yaitu: **“Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Periode 2010-2012”**

LANDASAN TEORI

Stakeholder Theory

Stakeholder dapat diartikan sebagai para pemangku kepentingan yang merupakan pihak atau kelompok yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Freeman (1983) dalam Deegan (2004) konsep dari *stakeholder* telah mengalami banyak perubahan dimana yang pada awalnya hanya diperuntukkan bagi para pemegang saham sekarang mulai diperluas dengan memasukkan anggota yang lebih banyak seperti kelompok yang dianggap tidak menguntungkan (*adversial group*) yaitu regulator dan pihak-pihak lain yang memiliki kepentingan tertentu. *Stakeholders* sendiri pada dasarnya dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori,

Stakeholder dianggap penting oleh perusahaan dan sangat berpengaruh terhadap jalannya aktivitas perusahaan karena dalam menjalankan usahanya perusahaan tentu akan berhubungan dengan para *stakeholder* yang jumlahnya banyak sesuai dengan luas lingkup operasi perusahaan. Agar kegiatan usaha berjalan sesuai dengan harapan perusahaan maka diperlukan adanya hubungan serta komunikasi yang baik antara perusahaan dengan para *stakeholder*-nya. Hal ini sesuai dengan apa yang dinyatakan dalam teori *stakeholder* bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholder* dimana pada akhirnya perusahaan akan memenuhi segala kebutuhan para *stakeholder* untuk mendapatkan dukungan seperti apa yang diharapkan oleh perusahaan. Menurut Gray *et al.* (1995) yang menyatakan bahwa :

“kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Semakin *powerful stakeholder*, maka semakin besar usaha perusahaan untuk mampu beradaptasi.”

Salah satu keinginan dan harapan yang muncul dari para *stakeholder* adalah ketika perusahaan mendapatkan hasil kinerja keuangan yang baik (*profit*) maka perusahaan diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif melalui sebuah kegiatan sosial dan mengungkapkannya secara transparan dalam sebuah laporan tahunan yang perusahaan terbitkan. Teori *stakeholder* juga menekankan bahwa seluruh *stakeholder* memiliki hak untuk mendapatkan informasi tentang bagaimana aktivitas organisasi mempengaruhi mereka (Deegan, 2004). Dengan adanya hal tersebut maka perusahaan secara tidak langsung akan memilih untuk mengungkapkan informasi secara sukarela terkait semua aktivitas – aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan melebihi permintaan kewajiban yang harus perusahaan lakukan (Deegan, 2004). Melalui pengungkapan sosial yang dilakukan secara sukarela ini diharapkan dapat menjadi dialog yang baik antara perusahaan dengan para *stakeholder*-nya. Pengungkapan CSR perusahaan memberikan informasi yang lebih dan lengkap berkaitan dengan kegiatan dan pengaruhnya terhadap kondisi sosial masyarakat dan lingkungan (Ghozali dan Chariri, 2007). Dengan memenuhi harapan dari para *stakeholder*, perusahaan akan mampu mendapatkan

dukungan dari para *stakeholder* yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan khususnya kelompok aktivis yang sangat memperhatikan isu-isu yang sedang terjadi (Sembiring, 2003).

Legitimacy Theory

Menurut Gray *et al.* (1995) teori lain yang melandasi pengungkapan CSR adalah teori legitimasi. Legitimasi merupakan suatu sistem yang mengutamakan kepentingan masyarakat atau lebih memihak kepada masyarakat (Ardianto dan Machfudz, 2011). Lebih lanjut, Ardianto dan Machfudz (2011) juga mengemukakan bahwa legitimasi masyarakat merupakan salah satu faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu dapat digunakan sebagai wahana bagi perusahaan untuk membangun sebuah strategi, terutama terkait dengan upaya memposisikan perusahaan di tengah lingkungan masyarakat yang sudah semakin maju. Dengan demikian, legitimasi dianggap sebagai strategi yang potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*go in concern*).

O'Donovan (2002) dalam Nurkhin (2009) menyatakan bahwa:

“Legitimacy theory as the idea that in order for an organization to continue operating successfully, it must act in a manner that society deems socially acceptable.”

Menurut O'Donovan (2002), teori legitimasi didasarkan pada pengertian kontrak sosial yang terjadi antara institusi dengan masyarakat. Suatu perusahaan beroperasi dengan ijin dari masyarakat, dimana ijin ini dapat ditarik apabila masyarakat menilai bahwa perusahaan tidak melakukan hal-hal yang diwajibkan kepadanya sehingga perusahaan harus berperilaku dalam koridor-koridor yang secara sosial dapat diterima oleh lingkungan demi melanjutkan usahanya sehingga dapat berjalan sukses. Perusahaan yang mampu memenuhi harapan masyarakat akan mampu mendapatkan pengakuan dan dukungan dari masyarakat. Selain itu, legitimasi perusahaan juga didasarkan pada persepsi dan nilai sosial di masyarakat. Persepsi dan nilai ini bisa berubah dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, status legitimasi perusahaan mungkin akan sulit untuk ditetapkan. Perusahaan harus selalu sadar dan waspada akan legitimasinya, bahwa selalu ada kemungkinan legitimasi tersebut akan hilang kapan saja. Perusahaan juga harus mengetahui hal apa yang membentuk nilai dan persepsi tentang sosial dan lingkungan yang terdapat di masyarakat.

Dowling dan Pfeffer (1975) dalam Hadi (2011: 91) juga menyatakan bahwa legitimasi merupakan hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma dan nilai sosial, reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan. Lebih jauh, Dowling dan Pfeffer (1975) juga memberikan alasan logis mengenai legitimasi organisasi, yaitu organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi merupakan

bagian dari sistem tersebut. Selama kedua sistem nilai tersebut selaras, kita dapat melihat hal tersebut sebagai legitimasi perusahaan. Namun, ketika ada perbedaan antara nilai-nilai perusahaan dengan nilai-nilai yang dianut perusahaan maka legitimasi perusahaan akan berada pada posisi terancam (Rinaldy, 2011). Perbedaan yang terjadi antara nilai-nilai perusahaan dengan nilai-nilai sosial masyarakat ini sering dinamakan "*legitimacy gap*" dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk melanjutkan kegiatan usahanya.

Menurut Pattern dalam Hadi (2011), salah satu upaya yang perlu dilakukan perusahaan dalam rangka mengelola legitimasi agar efektif adalah dengan melakukan strategi legitimasi dan pengungkapan terkait dengan CSR. Dengan adanya pengungkapan CSR yang baik maka diharapkan perusahaan akan mendapat legitimasi dari masyarakat sehingga dapat berpengaruh terhadap eksistensi perusahaan (*going concern*). Praktik CSR yang dilakukan perusahaan ini mempunyai tujuan untuk menyelaraskan diri dengan norma masyarakat. Dalam konteks ini CSR juga dipandang sebagai suatu kewajiban yang disetujui oleh perusahaan dengan masyarakat. Dengan melakukan kegiatan CSR beserta pengungkapannya, perusahaan berharap dapat menciptakan keseimbangan antara aktivitas perusahaan dengan harapan masyarakat terhadap perusahaan. Hal tersebut kemudian akan membangun citra yang baik di mata masyarakat.

Definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut SWA (2005) CSR adalah sebuah konsep yang kini sudah mulai banyak didengar dan dibahas oleh berbagai pihak. Konsep CSR yang awalnya dikenal sejak tahun 1979 dan diartikan sebagai suatu tindakan organisasi yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa yang baik bagi masyarakat tetapi juga turut mempertahankan kualitas lingkungan maupun fisik dengan memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan komunitas dimana organisasi berada. CSR bukan hanya lagi dianggap sebagai kegiatan yang hanya mempunyai tujuan untuk memenuhi hukum dan aturan yang ada namun lebih dari itu CSR diharapkan dapat memberikan manfaat berupa nilai guna bagi para pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi atau perusahaan.

Definisi lain terkait CSR sendiri umumnya sangat beragam. WBCSD (*World Business Council for Sustainable Development*) dalam Indrawan (2011) juga mengemukakan definisi CSR seperti berikut:

"The continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of work life of workforce and their families as well as of the local community and social large, yang berarti bahwa komitmen bisnis yang berkelanjutan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi dengan meningkatkan kualitas kehidupan kerja karyawan dan kerja mereka dan komunitas lokal dan masyarakat yang luas."

Bank Dunia (*World Bank*) dalam Indrawan (2011) juga memberikan definisi terkait CSR, yaitu:

"CSR is commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives, the local

community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development, yang berarti bahwa komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi perkembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan karyawan dan perwakilannya, komunitas lokal, dan masyarakat yang luas untuk meningkatkan kualitas hidup melalui jalan bisnis dan perkembangan yang baik.”

European Commission seperti dikutip Darwin (2008) juga mendefinisikan lagi tentang CSR sebagai “*a concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis*”. Sedangkan menurut CSR Asia seperti dikutip Darwin (2008) definisi CSR adalah “*a company’s commitment to operating in an economically, socially and environmentally sustainable manner whilst balancing the interests of diverse stakeholders*.” Definisi ini memberikan pemahaman bahwa CSR pada dasarnya adalah komitmen perusahaan terhadap 3 (tiga) elemen, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Pengungkapan CSR

Pada umumnya pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*), yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan berdasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*) yang merupakan pengungkapan informasi tambahan dari perusahaan. Salah satu bentuk pengungkapan yang bersifat sukarela yang dilakukan oleh perusahaan adalah pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan. Aktivitas CSR dapat diinformasikan dan dikomunikasikan oleh perusahaan kepada *stakeholder* melalui sebuah pengungkapan di dalam laporan. Laporan tersebut merupakan salah satu cara untuk melihat sampai seberapa jauh transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, dan kejujuran yang dimiliki perusahaan (Muharbiyanto, 2010).

Menurut Guthrie dan Parker (1990) menyatakan bahwa dalam pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, dan mempertahankan kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis (Sayekti dan Wondabio, 2007). Ikatan Akutansi Indonesia (IAI) dalam Pernyataan Standar Akutansi Keuangan (PSAK) Nomor 1 paragraf sembilan secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah sosial sebagai berikut :

“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peran penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”

Pernyataan PSAK di atas menunjukkan suatu aturan yang mendasari perusahaan untuk peduli terhadap masalah-masalah sosial yang dapat

diungkapkan melalui pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Untuk mempertegas pentingnya pertanggungjawaban sosial pada *stakeholders*, pemerintah mengeluarkan regulasi baru yang mengatur kewajiban perusahaan untuk menetapkan CSR. Kewajiban tersebut termuat dalam undang-undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 Pasal 66 dan Pasal 74. Pasal 66 ayat (2) bagian C menyebutkan bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perseroan terbatas juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pasal 74 menjelaskan kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan bagi perusahaan yang kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam. Menurut UU No. 32 Tahun 2009 tentang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup, adapun yang dimaksud dengan sumber daya alam adalah unsur lingkungan hidup yang terdiri dari sumber daya alam hayati dan non hayati yang secara keseluruhan mempengaruhi ekosistem. Sebagai contoh perusahaan yang berhubungan dengan sumber daya alam adalah perusahaan tambang, minyak dan gas, kehutanan, dan perkebunan (Dwi Kartini, 2009: 130). Dengan begitu, perusahaan pertambangan yang merupakan salah satu bagian dari perusahaan di sektor sumber daya alam juga tidak terlepas dari aturan yang mengacu pada Pasal 74 yang mewajibkan setiap perusahaan pertambangan untuk mengungkapkan CSR sebagai bentuk pelaksanaan dan pelaporan kegiatan tanggung jawab sosial yang perusahaan lakukan. Tanggung jawab sosial dan lingkungan bagi perusahaan pertambangan mempunyai prinsip tanggung jawab yang melekat yaitu adanya prinsip tanggung jawab berupa *responsibility*. Berdasarkan prinsip tanggung jawab *responsibility*, yang dimaknai sebagai tanggung jawab etis atau moral, maka perusahaan pertambangan sudah pasti dibebani tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Secara internasional saat ini tercatat sejumlah inisiatif *code of conduct* implementasi CSR, salah satunya adalah *Global Reporting Initiatives* (GRI) yang juga telah berkembang di Indonesia. GRI adalah sebuah pedoman yang diperuntukkan bagi perusahaan sebagai dasar pelaporan terkait ekonomi, sosial, dan lingkungan dari kegiatan bisnis mereka (pelaporan CSR) yang didirikan tahun 1997 di New York dan kini berpusat di Amsterdam. Pedoman GRI merupakan pedoman yang paling sering digunakan sebagai acuan dalam pelaporan aktivitas CSR saat ini. GRI menyediakan rangkaian indikator kinerja yang dapat digunakan oleh perusahaan sebagai pedoman bagi perusahaan yang ingin mempublikasikan aktivitas CSR (Fisher, 2006).

Konsep Profitabilitas Perusahaan

Salah satu faktor yang disinyalir dapat mempengaruhi luas dari pengungkapan CSR adalah profitabilitas. Secara umum profitabilitas dapat didefinisikan sebagai kemampuan dari perusahaan untuk mendapatkan keuntungan (*profit*) dalam kurun waktu periode tertentu. Menurut Brigham (2010), profitabilitas dapat dinyatakan sebagai:

“The net result of a large number of policies and decision. The ratio examined thus far reveal some interesting thing about the wry the firm operates,

but the profitability ratio show the combined objects of liquidity, asset management, and debt management on operating mult,” yang bermakna profitabilitas perusahaan merupakan salah satu dasar penilaian kondisi suatu perusahaan, untuk itu dibutuhkan suatu alat analisis untuk bisa menilainya. Alat analisis yang dimaksud adalah rasio-rasio keuangan. Ratio profitabilitas mengukur efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang diperoleh dari penjualan dan investasi.

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

ROA (*Return on Assets*)

Rasio ROA merupakan suatu ukuran untuk menilai seberapa besar tingkat pengembalian (%) dari asset yang dimiliki. Semakin besar nilai dari ROA maka kinerja perusahaan dinyatakan semakin baik yang dikarenakan mempunyai nilai return semakin besar. Selain itu, apabila rasio ini tinggi berarti menunjukkan adanya efisiensi yang dilakukan oleh pihak manajemen. Menurut Tsoutsoura (2004), ROA adalah rasio keuangan yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Assets}}$$

ROE (*Return on Equity*)

ROE merupakan salah satu alat utama investor yang mempunyai kegunaan dalam menilai kelayakan suatu nilai saham. Menurut Panggabean (2002) dalam Indrawan (2011: 22) menambahkan ROE merupakan rasio antara laba bersih dengan ekuitas pada saham biasa atau tingkat pengembalian investasi pemegang saham (*rate of return on stockholder's investment*). Rasio ini dipandang sebagai alat yang paling sering digunakan investor dalam pengambilan keputusan investasi. Rumus perhitungan ROE dapat diukur melalui beberapa pengukuran, diantaranya:

1. Menurut Darsono dan Ashari (2005:56-59) dalam Almar *et al.* (2012) menyatakan bahwa *Return on Equity* (ROE), merupakan salah satu rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengembalian yang diberikan oleh perusahaan untuk setiap rupiah modal dari pemilik. Rumus ROE adalah:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

NPM (*Net Profit Margin*)

NPM merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. NPM digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih. Semakin besar NPM berarti semakin efisien perusahaan tersebut dalam mengeluarkan biaya-biaya sehubungan dengan kegiatan operasinya. Menurut Menurut Brigham (2007) dalam Sandiekho (2009) menyatakan bahwa NPM adalah rasio yang menggambarkan pendapatan bersih dari setiap penjualan, dihitung melalui hasil bagi antara pendapatan bersih dengan penjualan, sebagai berikut:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Sales}}$$

Pengaruh ROA terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan

ROA merupakan salah satu rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan jumlah aktiva yang dimiliki secara keseluruhan. ROA disebut sebagai *Earning Power* karena rasio ini menggambarkan keuntungan dari setiap satu rupiah aset yang digunakan. Melalui rasio ini akan dapat mengetahui apakah perusahaan telah efisien dalam memanfaatkan aktiva dalam kegiatan operasional perusahaan ataukah tidak. Sehingga, semakin tinggi nilai dari rasio ini maka keadaan suatu perusahaan dikatakan semakin baik. Perusahaan yang mempunyai kinerja keuangan yang solid akan memiliki lebih banyak sumber daya untuk berinvestasi dalam domain kinerja sosial (Tsoutsoura, 2004). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dengan proksi ROA memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR suatu perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Waddock and Graves (1997); Tsoutsoura (2004); Vintila and Duca (2013), Anggraini (2008); Rahajeng (2010); Wardhani (2012); dan Wicaksono (2012) sepakat menyatakan bahwa ROA sebagai salah satu rasio profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *profit* yang diperoleh perusahaan dan dinyatakan melalui rasio ROA maka akan semakin banyak pula pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Sementara itu, penelitian dengan hasil yang berbeda dilakukan oleh Branco and Rodriguez (2008) yang menyimpulkan bahwa nilai profitabilitas yang diprosikan melalui ROA tidak terbukti berpengaruh terhadap banyaknya pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Hasil penelitian Branco and Rodriguez (2008) sejalan dengan hasil penelitian Amsyari (2013); Andriani *et al.* (2011) serta Kurniawansyah (2013) yang melakukan studi empiris terhadap perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian Kurniawansyah (2013) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas dengan proksi ROA tidak terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan di industri perbankan di Indonesia. Munculnya perbedaan hasil penelitian seperti apa

yang telah dijabarkan sebelumnya maka peneliti mencoba melakukan penelitian dengan menguji kembali pengaruh profitabilitas dengan proksi ROA terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H₁: Tingkat profitabilitas perusahaan dengan proksi ROA berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh ROE terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan

ROE adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih untuk pengembalian ekuitas pemegang saham. ROE merupakan rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur tingkat profitabilitas dari sisi ekuitas. Semakin tinggi nilai dari ROE maka kinerja perusahaan dapat dikatakan baik karena rasio yang meningkat mengartikan bahwa kinerja manajemen bagus dalam mengelola sumber dana pembiayaan operasional secara efektif untuk menghasilkan laba bersih. Menurut Helfert (2000), ROE selalu menjadi perhatian oleh para pemegang saham karena melalui rasio ini para pemegang saham akan tahu berapa banyak keuntungan yang diperoleh sesuai dengan modal saham yang telah mereka investasikan kepada pihak manajemen. Secara teoritis, nilai ROE yang semakin bagus juga mencerminkan kinerja keuangan yang bagus pula dari perusahaan kepada para *stakeholders*-nya dan nantinya para *stakeholders* tentu akan mendorong perusahaan untuk lebih banyak memberikan kontribusi yang positif dan melaporkan segala aktivitas sosialnya secara transparan ke dalam sebuah pengungkapan CSR yang lebih detail dan lebih lengkap. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dengan proksi ROE memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR suatu perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Waddock and Graves (1997); Tsoutsoura (2004); Lungu and Dascalu (2011); Hartono (2011); Mulyadi dan Anwar (2012); serta Haryanto dan Yunita (2013) yang secara bersama-sama menyatakan bahwa ROE sebagai salah satu rasio profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan sehingga hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *profit* yang diperoleh perusahaan dengan proksi ROE maka akan semakin banyak pula pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Penelitian dengan hasil yang bertolak belakang dilakukan oleh Luciana *et.al* (2011); Nadiah (2013); dan Kristi (2013) yang menyimpulkan bahwa nilai profitabilitas dengan proksi ROE tidak berpengaruh terhadap banyaknya pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Penelitian Kristi (2013) membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibilities* (CSR) yang didasarkan pada perbedaan luas pengungkapan CSR perusahaan-perusahaan publik yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian Kristi (2013) menyatakan bahwa variabel profitabilitas dengan proksi ROE sebagai salah satu faktor yang dianggap berpengaruh terhadap pengungkapan CSR nyatanya tidak terbukti. Perbedaan hasil penelitian seperti apa yang telah diuraikan sebelumnya maka peneliti

mencoba melakukan penelitian dengan menguji kembali pengaruh profitabilitas dengan proksi ROE terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H₂: Tingkat profitabilitas perusahaan dengan proksi ROE berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh NPM terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan

NPM merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur keuntungan dengan membandingkan antara laba bersih setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan (Kasmir, 2010). Hal ini untuk menunjukkan kestabilan kesatuan untuk menghasilkan pendapatan pada tingkat penjualan. Dengan memeriksa margin laba pada tahun sebelumnya, kita dapat menilai efisiensi operasi dan strategi penetapan harga serta status persaingan perusahaan dengan perusahaan lain. Efisiensi operasi perusahaan sangat menentukan jumlah laba yang dihasilkan karena mengukur seberapa besar dan maksimal perusahaan menggunakan sumber daya. Margin laba yang tinggi lebih disukai karena menunjukkan bahwa perusahaan mendapat hasil yang baik melebihi harga pokok penjualan (Fahmi, 2011:136). Nilai rasio NPM yang tinggi akan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada tingkat penjualan tertentu sedangkan nilai rasio NPM yang rendah justru mencerminkan tingkat penjualan yang rendah untuk tingkat biaya tertentu dan dianggap tidak efisien. Dengan demikian nilai NPM yang tinggi adalah suatu gambaran terpenuhinya harapan dari perusahaan yang ingin memperoleh laba sebanyak-banyaknya. Perolehan laba yang tinggi dari perusahaan harus dibarengi dengan kesadaran perusahaan akan dampak yang seharusnya mereka berikan ketika perusahaan melakukan kegiatan operasionalnya. Sehingga, perlu adanya suatu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan kepada para *stakeholder* agar perusahaan tetap dalam keadaan *going concern* yang mana perusahaan didirikan bukan hanya untuk waktu yang sesaat melainkan untuk waktu yang cukup lama. Beberapa penelitian yang menunjukkan hasil bahwa profitabilitas dengan proksi NPM nyatanya berpengaruh terhadap pengungkapan CSR suatu perusahaan adalah penelitian yang dilakukan oleh Hossain *et al.* (2006); Anugerah *et al.* (2010); Utami (2011); Wardhani (2012); serta Alikhani and Maranjory (2013) yang setuju menyatakan bahwa NPM adalah rasio profitabilitas yang berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini menyimpulkan bahwa semakin tinggi nilai *profit* yang diperoleh perusahaan dengan proksi NPM maka akan semakin banyak pula pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Namun, sebaliknya hasil berbeda justru ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) yang menemukan bahwa tidak adanya pengaruh nilai profitabilitas dengan proksi NPM terhadap pengungkapan CSR. Penelitian Anggraini (2006) berkaitan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan yang menggunakan data perusahaan dari berbagai sektor di BEJ selama

tahun 2000-2004. Dengan adanya perbedaan hasil pada penelitian yang dikemukakan di atas, maka peneliti mencoba melakukan penelitian dengan menguji kembali pengaruh profitabilitas dengan proksi NPM terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H₃: Tingkat profitabilitas perusahaan dengan proksi NPM berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

METODE PENELITIAN

Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini meliputi seluruh perusahaan yang bergerak di sektor industri pertambangan dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2010 – 2012. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling*, dengan metode penentuan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Alasan penggunaan metode *purposive sampling* didasarkan pada pertimbangan agar sampel data yang dipilih memenuhi kriteria untuk diuji (Indriantoro dan Supomo, 2002: 131).

Adapun kriteria yang digunakan untuk menyeleksi sampel penelitian adalah: (1) Perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2010 – 2012, (2) Perusahaan pertambangan yang mempublikasikan laporan tahunan dengan periode yang berakhir pada 31 Desember 2010, 2011, dan 2012, (3) Melakukan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan 2010-2012 secara berturut-turut, dan (4) Perusahaan memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang merupakan data yang telah ada dan tidak perlu dikumpulkan sendiri oleh peneliti (Uma Sekaran, 2006). Data ini diperoleh dari laporan tahunan perusahaan (*Annual Report*) mulai tahun 2010-2012 yang tersedia di Pojok Bursa Efek Indonesia (Pojok BEI) Universitas Brawijaya dan *website* IDX (www.idx.co.id).

Berdasarkan data yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) total perusahaan pertambangan publik yang terdaftar di BEI pada tahun 2010-2012 adalah 114 perusahaan pertambangan. Terpilih 63 perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada periode 2010-2012 yang telah memenuhi kriteria tersebut dan menjadi sampel pada penelitian ini.

Variabel penelitian dibagi menjadi dua, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen merupakan suatu variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik secara positif ataupun negatif (Uma Sekaran, 2006). Penelitian ini menggunakan rasio profitabilitas yang diproksikan dengan ROA, ROE, dan NPM.

ROA merupakan salah satu rasio profitabilitas yang dianggap penting untuk mengetahui ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya dan mengukur efisiensi dari penggunaan sumber daya (aset) untuk menghasilkan laba bersih bagi

perusahaan. Dalam penelitian ini, rasio ROA sengaja dipilih karena mengacu pada penelitian yang dilakukan sebelumnya, yaitu Tsoutsoura (2004). Perhitungan rumus ROA dalam penelitian ini sesuai dengan rumus perhitungan yang digunakan oleh Tsoutsoura (2004), yang dinyatakan sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Assets}}$$

ROE merupakan rasio yang menunjukkan sejauh manakah perusahaan mengelola modal sendiri (*net worth*) secara efektif, mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang telah dilakukan pemilik modal sendiri atau pemegang saham perusahaan (Sawir, 2009: 20). ROE menggambarkan rentabilitas modal sendiri atau yang sering disebut rentabilitas usaha (Sutrisno, 2001). ROE dipilih sebagai salah satu rasio profitabilitas dalam penelitian ini dikarenakan rasio ROE dianggap telah mampu menggambarkan kemampuan profitabilitas (Hakston dan Milne, 1996) dan mengacu pada penelitian yang dilakukan Tsoutsoura (2004). Dalam penelitian ini, rumus perhitungan ROE mengacu pada perhitungan yang dikemukakan oleh Darsono dan Ashari (2005: 56-59) dalam Almar *et al.* (2012) yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

NPM merupakan rasio yang menggambarkan laba bersih perusahaan berdasarkan penjualan bersihnya sehingga disebut dengan margin laba atas penjualan. Pengukuran rasio ini digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih. Dalam penelitian ini, rasio NPM dipilih dikarenakan peneliti mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Hossain *et al.* (2006). Lain dari pada itu, NPM dipilih karena dianggap sebagai rasio yang mampu menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dalam tingkat penjualan tertentu (Utami, 2011). Rumus perhitungan NPM mengacu pada perhitungan yang dikemukakan oleh Brigham (2007: 112-115) dalam Sandiekho (2009) yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Sales}}$$

Variabel dependen adalah variabel utama yang menjadi faktor yang berlaku dalam investigasi (Uma Sekaran, 2006). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR yang diukur dengan menggunakan instrumen yang mengacu pada GRI (2006) sebagai pedoman pengungkapan laporan sosial perusahaan. Dalam semua indikator tersebut terdapat 79 total item tanggung jawab sosial perusahaan (ekonomi 9 item, lingkungan 30 item, dan sosial 40 item). Tiap item berisi tentang detail yang lebih baik tentang area pengungkapan yang spesifik dan ditandai dengan menggunakan kode 0 atau 1.

Perhitungan CSRI dalam penelitian ini menggunakan pendekatan dikotomi, yaitu setiap item tanggung jawab sosial dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan dan nilai 0 jika tidak diungkapkan (Haniffa *et. al.*, 2005 dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Haniffa *et. al.* (2005) dalam Sayekti dan Wondabio (2007), menyatakan bahwa rumus perhitungan CSRDI adalah sebagai berikut:

$$CSRDI_j : \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan :

CSRDI_j : *CSR Disclosure Index* perusahaan j

n_j : jumlah *item* untuk perusahaan j, n_j ≤ 79

X_{ij} : *dummy variable*: 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan.

Dengan demikian, 0 ≤ CSRI j ≤ 1

Penelitian ini menggunakan statistik deskriptif dan metode analisis regresi berganda. Statistik deskriptif dalam penelitian ini nilai maksimum, minimum, nilai rata-rata (mean), dan deviasi standar dari data yang diolah. Hasil analisis deskriptif berguna untuk mendukung interpretasi terhadap analisis dengan teknik lainnya (Ghozali, 2006). Sementara analisis regresi berganda dilakukan terhadap model yang diajukan peneliti dengan menggunakan *software* 17.0 untuk memprediksi pengaruh profitabilitas sebagai variabel independen terhadap pengungkapan CSR sebagai variabel dependen. Persamaan regresi berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \beta_0 + \beta_1 ROA + \beta_2 ROE + \beta_3 NPM + \epsilon_{it}$$

Keterangan:

CSRDI_j : *corporate social responsibility index*

ROA : *return on asset*

ROE : *return on equity*

NPM : *net profit margin*

β₀ - β₁ : koefisien yang diestimasi

ε_{it} : *error term*

Uji asumsi klasik harus dipenuhi untuk mengetahui bahwa metode analisis regresi benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan representatif. Untuk memenuhi semua asumsi klasik, maka dilakukan beberapa pengujian diantaranya uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji normalitas, dan uji autokorelasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap-tahap analisis data pada penelitian ini adalah:

Pengujian Asumsi Klasik

Model regresi dalam penelitian ini telah terbebas dari masalah asumsi klasik. Model regresi telah memenuhi syarat-syarat lolos dari uji asumsi klasik, yaitu terdistribusi secara normal, variabel tidak mengandung multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedasitas.

Uji Normalitas

Alat uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak adalah dengan melihat serta menganalisa grafik histogram, grafik *Normal P-Plot of Regression Statistic*, dan uji statistik dengan Kolmogrov-Smirnov. Berdasarkan grafik histogram dan grafik *Normal P-Plot of Regression Statistic* serta uji statistik Kolmogrov-Smirnov menunjukkan bahwa data terdistribusi normal. Pada grafik histogram, kurva membentuk pola seperti lonceng untuk model regresi. Selain itu, pada grafik *Normal P-Plot of Regression Statistic* menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal (tidak terpenjar jauh dari garis diagonal) dan mengikuti arah garis diagonal. Sedangkan berdasarkan uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov dengan $\alpha = 0,05$, didapatkan hasil pengujian terhadap residual model regresi yang menghasilkan nilai *Asymptotic significance* sebesar 0,948 yang lebih besar dari 0,05. Dikarenakan nilai signifikansi diatas 5% maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $\geq 0,10$ dan nilai VIF ≤ 10 . Sehingga, jika nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari sama dengan sepuluh maka dapat diambil kesimpulan bahwa regresi yang digunakan bebas dari multikolinearitas. Variabel ROA, ROE, dan NPM menunjukkan nilai toleran yang lebih dari 0,10 (*tolerance* $\geq 0,10$), yaitu berada pada kisaran 0,13 sampai dengan 0,41. Selain itu, hasil VIF masing-masing variabel (ROA, ROE, dan NPM) juga memperlihatkan nilai yang kurang dari 10 (VIF ≤ 10), yakni mempunyai rentang antara 2,4 hingga 7,5. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari gangguan multikolinearitas antar variabel independen.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi, maka dilakukan uji Durbin-Watson (DW Test), yaitu dengan membandingkan nilai Durbin-Watson (DW) hasil pengujian dengan tabel Durbin Watson. Diketahui bahwa nilai tabel Durbin Watson pada $\alpha = 5\%$, $n = 63$, $k-1 = 4-1 = 3$ (dimana n merupakan jumlah sampel dan k merupakan jumlah variabel yang diuji) adalah $d_l = 1,346$, dan $d_u = 1,534$. Sementara nilai Durbin Watson (dw) dalam uji autokorelasi yang dilakukan adalah senilai 1,880. Nilai dw sebesar 1,880 lebih besar dibandingkan dengan nilai tabel Durbin Watson batas atas (d_u) yang bernilai 1,534. Nilai dw juga berada di antara d_u dan $(4-d_u)$, yakni $1,534 < 1,880 < 4-1,534 = 2,466$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi positif atau negatif (H_0 diterima) dan mengindikasikan tidak terjadi autokorelasi pada semua model pengujian hipotesis.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2006: 105). Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas atau homokedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas, pada penelitian ini menggunakan uji Scatterplot dan uji Glejser. Pada hasil uji Scatterplot yang dilakukan menunjukkan bahwa dari grafik scatterplot tersebut dapat diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi. Dalam uji Glejser, nilai *unstandardized residual* diubah menjadi *absolute residual*. Selanjutnya dilakukan analisis regresi berganda dengan menggunakan variabel *absolute residual* sebagai variabel dependen dan variabel ROA, ROE, dan NPM sebagai variabel independen. Langkah selanjutnya adalah membandingkan probabilitas dengan *level of significant* ($\alpha = 0,05$) dengan ketentuan jika nilai probabilitas lebih dari *level of significant* ($P\text{-value} > \alpha$), maka model regresi akan terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas yang berarti asumsi non heteroskedastisitas terpenuhi atau data dapat disebut bersifat homokedastisitas. Hal ini dikarenakan nilai probabilitas signifikansi keseluruhan variabel independen yang berada di atas tingkat kepercayaan 5% atau 0,05.

Analisis Hasil Regresi

Pengujian hipotesis pada penelitian ini diselesaikan dengan menggunakan model analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda dilakukan untuk memprediksi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social*

Responsibility (CSR) yang diproksikan melalui indeks pengungkapan CSR (CSRDI) dan variabel independen dalam penelitian ini adalah tingkat profitabilitas perusahaan yang diproksikan melalui nilai ROA, ROE, dan NPM.

Tabel 4.9

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Model	df	F	Sig.
Regression	3	11.248	0,000^a

Sumber: Olah data SPSS 17.0

Dari tabel 4.10 di atas, dapat terlihat bahwa secara umum model tersebut adalah signifikan dengan asumsi $\alpha = 5\%$. Hal ini dikarenakan nilai *sig*, yaitu $(0,000) < \alpha (0,05)$, dapat diartikan bahwa secara bersama-sama variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Dengan kata lain, variabel ROA, ROE, dan NPM secara bersama-sama mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR perusahaan.

Tabel 4.10

Hasil Analisis Regresi Berganda

Estimasi Pengaruh ROA, ROE, NPM terhadap Pengungkapan CSR (CSRDI)

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Hasil
	B	Std. Error	Beta			
ROA terhadap CSR	1,270	0,605	0,597	2,098	0,040	Positif dan Signifikan
ROE terhadap CSR	-0,596	0,296	-0,554	-2,016	0,048	Negatif dan Signifikan
NPM terhadap CSR	1,159	0,363	0,515	3,190	0,002	Positif dan Signifikan

Sumber: Olah data SPSS 17.0

Berdasarkan hasil yang dilakukan maka didapatkan persamaan regresi untuk mengetahui pengaruh tingkat profitabilitas perusahaan (ROA, ROE, dan NPM) terhadap pengungkapan CSR dapat disusun sebagai berikut :

$$\text{CSRDI} = 0,367 + 1,270 \text{ ROA} + -0,596 \text{ ROE} + 1,159 \text{ NPM} + \text{eit.}$$

Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam uji regresi linier berganda ini dianalisis pula besarnya koefisien determinasi (R^2). Nilai koefisien determinasi (R^2) yang ditunjukkan dari nilai *adjusted R-Square* dari model regresi digunakan untuk mengetahui besarnya variabel dependen (pengungkapan CSR perusahaan) yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independennya (ROA, ROE, dan NPM).

Tabel 4.11
Hasil Analisis Koefisien Determinasi R^2

Model	R	R Square	Adjusted R Square
ROA, ROE, NPM → CSR	0,603 ^a	0,364	0,331

Sumber: Olah data SPSS 17.0

Didapatkan hasil pengujian yang menunjukkan bahwa R^2 sebesar 0,331 atau 33,1%. Jadi, dapat diartikan bahwa 33,1% besarnya pengungkapan CSR perusahaan dapat dijelaskan secara bersama-sama oleh tingkat profitabilitasnya yang diproksikan melalui rasio ROA, ROE, dan NPM. Sedangkan sisanya sebesar 66,9% menandakan bahwa besarnya pengungkapan CSR perusahaan dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini dan *error*.

Pengaruh ROA terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan Pertambahan

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah pengaruh ROA terhadap pengungkapan CSR. Hipotesis pertama (H_1) dinyatakan diterima berdasarkan hasil uji regresi linier berganda yang telah dilakukan. Hal ini menandakan bahwa ROA berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Dari hasil penelitian juga ditemukan bahwa pengaruh dari ROA terhadap pengungkapan CSR perusahaan mempunyai arah yang positif sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan semakin besar nilai ROA yang dihasilkan maka semakin banyak pengungkapan CSR yang nanti dilakukan oleh perusahaan dalam laporan tahunannya. Hasil dari hipotesis pertama (H_1) tersebut membuktikan persepsi dari Tsoutsoura (2004) yang menyatakan bahwa perusahaan dengan keuntungan sumber daya yang tinggi akan lebih banyak berinvestasi pada dominan kerja sosial.

Pengaruh positif dari nilai ROA yang dihasilkan oleh perusahaan terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan dapat dijelaskan dengan menggunakan *stakeholder theory* dan *legitimacy theory*. Penggunaan *stakeholder theory* untuk menjelaskan pengaruh dari ROA terhadap pengungkapan CSR didasarkan pada kenyataan bahwa perusahaan harus bertanggung jawab kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) tentang segala aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan baik terkait aktivitas wajib yang harus dilaporkan serta aktivitas sukarela yang telah dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan dengan nilai ROA yang bagus menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi kinerja yang baik dan memiliki posisi persaingan yang kuat. Hal ini akan memicu reaksi dari

para *stakeholder* untuk mendorong perusahaan dalam melakukan pencapaian usaha perbaikan dan kepedulian terhadap masalah lingkungan dan sosial. Salah satu bentuk implementasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi perannya kepada pihak *stakeholder* adalah dengan melaksanakan CSR. Diharapkan dengan adanya pelaksanaan CSR, maka ini akan menjadi suatu media komunikasi yang baik antara perusahaan dengan para *stakeholder*-nya. Disisi lain, para *stakeholder* juga menuntut adanya sebuah transparansi yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan terkait segala aktivitas yang perusahaan lakukan. Menurut Deegan (2004) dinyatakan bahwa *stakeholder* mempunyai hak untuk disediakan informasi terkait segala hal yang dilakukan oleh perusahaan. Oleh karena itu, melalui peningkatan nilai profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan dengan proksi ROA dan kenyataan bahwa perusahaan telah didorong untuk juga memberikan suatu kontribusi positif terhadap komunitas di sekitar perusahaan sebagai perannya terhadap *stakeholder* maka perusahaan akan juga melaporkan segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan baik dari segi keuangan ataupun dari segi non keuangan seperti pengungkapan CSR ke dalam dalam laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan CSR adalah salah satu bentuk pemenuhan terhadap harapan dan keinginan mutlak dari para *stakeholder* yang ingin mendapatkan informasi lebih terkait dari yang sekedar mereka inginkan terkait segala aktivitas dari perusahaan. Selain itu, pengungkapan CSR juga dapat diartikan sebagai media bagi perusahaan untuk terus memperoleh dukungan dari para *stakeholder*-nya.

Hal yang sama juga dapat dijelaskan melalui penggunaan *legitimacy theory* untuk menjelaskan pengaruh dari nilai profitabilitas yang diprosikan melalui ROA terhadap pengungkapan CSR. Menurut Deegan (2004) dalam perspektif teori legitimasi, dinyatakan bahwa suatu perusahaan akan secara sukarela melaporkan segala aktivitasnya jika itu memang yang diharapkan oleh komunitas untuk menjamin operasi perusahaan berada dalam batas dan norma yang berlaku di masyarakat. Oleh karena itu, pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat diartikan sebagai alat bagi perusahaan untuk berperilaku dalam koridor-koridor yang secara sosial dapat diterima oleh lingkungan dan masyarakat. Pengungkapan CSR juga merupakan bentuk usaha dari perusahaan untuk menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat sehingga tidak memicu timbulnya *legitimacy gap* (Rinaldy, 2011). Pada akhirnya pengaruh dari ROA terhadap pengungkapan CSR berdasarkan teori legitimasi dapat dijelaskan dalam sebuah argumentasi bahwa dengan melalui nilai ROA yang tinggi, perusahaan dapat mempunyai peluang untuk membentuk suatu kontrak sosial dengan masyarakat yakni dengan melaksanakan dan melaporkan segala kegiatan CSR dalam sebuah pengungkapan CSR sebagai bentuk upaya untuk menciptakan keselarasan antara sistem nilai perusahaan dengan sistem sosial yang berlaku di masyarakat. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan legitimasi atau reaksi positif bagi perusahaan sebagai upaya untuk mendapatkan kepercayaan publik yang mengarah pada kekuatan perusahaan dalam jangka panjang.

Hasil dari penelitian ini juga didukung oleh penelitian lain yang mempunyai hasil sama, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Waddock & Graves (1997); Tsoutsoura (2004); Vintila & Duca (2013); Anggraeni (2008); Rahajeng (2010); dan Wicaksono (2012). Dengan demikian, berdasarkan argumentasi yang telah diuraikan dan didukung oleh hasil empiris yang telah dilakukan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa ROA sebagai proksi dari nilai profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan dinyatakan kuat berpengaruh terhadap pengungkapan CSR berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan.

Pengaruh ROE terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan Pertambangan

Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah pengaruh ROE terhadap pengungkapan CSR. Adapun hipotesis kedua (H_2) yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima berdasarkan hasil analisis regresi berganda yang telah dilakukan. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa ROE berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dengan arah yang negatif. Hal ini dapat diartikan bahwa dengan semakin tinggi nilai ROE sebagai salah satu rasio profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan maka semakin sedikit pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan. Hasil hipotesis kedua (H_2) ini tidak mampu mendukung teori dan juga pernyataan yang dikemukakan oleh Hackston and Milne (1996) yang menyatakan bahwa perusahaan dengan nilai profitabilitas yang tinggi maka perusahaan tersebut akan memberikan pengungkapan CSR secara lebih banyak.

Pengaruh negatif dari nilai ROE terhadap pengungkapan CSR perusahaan yang dihasilkan dalam penelitian ini mengisyaratkan bahwa perusahaan dengan nilai profitabilitas tinggi belum tentu mengungkapkan CSR dengan lebih banyak (Donovan & Gibson, 2000). Argumentasi lain yang mendukung pernyataan bahwa nilai ROE berpengaruh secara negatif terhadap pengungkapan CSR disinyalir karena adanya motif dari para pemegang saham (*shareholder*) yang ingin memperoleh kemakmuran sebesar-besarnya untuk dirinya sendiri. Hal ini dapat dipicu dari tingginya nilai ROE yang dihasilkan oleh perusahaan akan memberikan indikasi bagi pemegang saham tentang tingkat pengembalian investasi yang diperuntukkan bagi mereka akan mempunyai nilai yang besar. Para pemegang saham selaku pihak yang mendapatkan keuntungan dari perusahaan jelas menginginkan laba yang tinggi tanpa harus berpikir panjang tentang hal-hal lain yang akan mempengaruhi laba tersebut seperti adanya tambahan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial (CSR) yang nantinya dapat mengakibatkan kerugian kompetitif (*competitive disadvantage*) (Belkaoui & Karpik, 1989). Oleh karena itu, nilai ROE yang tinggi tidak akan memicu perusahaan untuk lebih banyak melaporkan hal-hal lain seperti pelaksanaan CSR melalui sebuah pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan (Sembiring, 2005). Hasil dari penelitian ini juga didukung oleh penelitian lain yang mempunyai hasil yang sama, yaitu ROE berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Beberapa penelitian tersebut, diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Lungu & Dascalu (2011) dan Hartono (2011).

Dengan demikian, berdasarkan argumentasi yang telah diuraikan dan didukung oleh hasil empiris yang telah dilakukan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa ROE sebagai proksi dari nilai profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan dinyatakan lemah berpengaruh terhadap pengungkapan CSR berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan.

Pengaruh NPM terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan Pertambangan

Hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini adalah pengaruh NPM terhadap pengungkapan CSR. Adapun hipotesis ketiga (H_3) dinyatakan diterima berdasarkan hasil dari uji regresi berganda yang dilakukan. Hasil regresi menunjukkan bahwa NPM berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dengan arah positif yang mempunyai arti bahwa semakin tinggi nilai NPM sebagai salah satu rasio profitabilitas maka semakin banyak pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dalam laporan tahunannya. Hasil hipotesis ketiga (H_3) yang dinyatakan dalam penelitian ini mendukung pernyataan yang dikemukakan oleh Meek, Roberts, and Gray (1995) yang menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki nilai *profit* tinggi maka perusahaan tersebut akan lebih aktif dalam melaksanakan pengungkapan CSR.

Pengaruh positif dari NPM sebagai rasio dari profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan CSR perusahaan dapat dihubungkan melalui *legitimacy theory*. Berdasarkan teori legitimasi, pengungkapan CSR dapat digunakan sebagai alat untuk membentuk suatu kontrak sosial dengan masyarakat sehingga pengungkapan CSR merupakan jalan bagi perusahaan untuk mendapatkan dan mempertahankan legitimasi. Melalui hasil NPM yang tinggi akan memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk membentuk suatu kontrak sosial dengan masyarakat. Perusahaan yang telah mendapatkan legitimasi dan dukungan dari masyarakat mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut dapat terus melanjutkan eksistensinya (*going concern*) sehingga memberikan kepercayaan publik yang kuat.

Lebih lanjut, pengaruh dari profitabilitas yang diproksikan melalui NPM terhadap pengungkapan CSR juga dapat dijelaskan melalui argumentasi bahwa NPM adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memberikan return yang didapatkan dari penjualan bersih, sehingga semakin besar rasio NPM akan menunjukkan kinerja yang bagus bagi perusahaan. Rasio NPM merupakan salah satu indikator yang dapat menilai produktif atau tidaknya kinerja dari perusahaan dan menjadi salah satu rasio yang paling banyak dilihat oleh para investor (Indarti *et al.*, 2010). Oleh karena itu, melalui rasio NPM yang tinggi akan dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan investasinya pada perusahaan.

Para investor sangat tertarik pada perusahaan yang memiliki performa finansial dan non finansial yang baik (Eipstein dan Freedman, 1994 dalam Sayekti & Ludovicus, 2007). Para investor menganggap bahwa nilai profitabilitas yang baik ditunjang dengan pengungkapan kegiatan sosial yang baik merupakan suatu

kombinasi yang tepat. Investor menganggap bahwa perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan mampu memberikan kemakmuran bagi dirinya. Selain itu, kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan akan menjadi nilai tambah (*value added*) bagi investor untuk menilai seberapa lama *going concern* yang dimiliki oleh perusahaan yang menjadi tempat bagi mereka untuk berinvestasi. Oleh karena itu, dengan adanya nilai NPM yang tinggi maka akan mendorong pihak manajemen perusahaan untuk mengungkapkan informasi yang lebih rinci baik terkait kondisi keuangan maupun kegiatan CSR yang dilakukan untuk mendapatkan kompensasi (Irawan, 2006:21). Informasi ini dianggap penting bagi perusahaan untuk diungkapkan secara rinci kepada publik sebagai dasar untuk menarik investor (Indarti *et al.*, 2010). Dengan adanya hal tersebut, perusahaan dengan hasil NPM yang tinggi juga akan lebih banyak mengungkapkan kegiatan sukarela secara lebih luas. Informasi yang dijelaskan secara lengkap dan jelas oleh perusahaan, baik terkait aktivitas wajib yang harus dilaporkan dan aktivitas sukarela yang dilakukan oleh perusahaan seperti pengungkapan CSR diharapkan akan dapat juga memberikan informasi kepada pihak eksternal dengan baik tanpa menimbulkan adanya suatu asimetri informasi.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang mempunyai hasil sama. Penelitian-penelitian tersebut adalah penelitian yang dilakukan oleh Hossain *et al.* (2006); Anugerah *et al.* (2010); Utami (2011); dan Wardhani (2012). Dengan demikian, didasarkan pada argumentasi yang telah dijelaskan sebelumnya dan didukung oleh hasil penelitian empiris yang telah dilakukan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa NPM dinyatakan kuat berpengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh dari profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2010-2012. Profitabilitas diproksikan melalui rasio ROA, ROE, dan NPM. Pengungkapan CSR perusahaan diukur berdasarkan indeks GRI (*Global Reporting Initiative*) *Guidelines* tahun 2006.

Hasil penelitian menemukan bukti bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Profitabilitas dengan proksi ROA dan NPM berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan profitabilitas dengan proksi ROE berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Dengan demikian, dapat disimpulkan secara keseluruhan bahwa semakin besar nilai ROA dan NPM yang dimiliki oleh perusahaan maka semakin banyak pengungkapan CSR yang dilakukan. Namun, semakin besar nilai ROE yang dihasilkan maka justru semakin sedikit pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.