

## **Perbandingan Profitabilitas Perusahaan Sebelum dan Setelah Penerapan UU**

### **No. 40/ 2007 Tentang Kewajiban Perseroan Terbatas**

(Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Bergerak di Bidang Energi dan Sumber Daya Mineral )

**Yanuar Santoso**

(Alumni Fakultas Ekonomika dan Bisnis UKSW saat ini bekerja di PT. Kalbe Farma)

Email: [yanz\\_santoso@yahoo.com](mailto:yanz_santoso@yahoo.com)

**Maria Rio Rita\*)**

(Dosen Tetap Fakultas Ekonomika dan Bisnis UKSW)

Email: [maria.riorita@staff.uksw.edu](mailto:maria.riorita@staff.uksw.edu)

### **ABSTRACT**

*Law of the Republic of Indonesia number 40 of 2007 concerning limited liability company requires for every company operate in natural resources to execute corporate social responsibility (CSR). The purpose of CSR is to embrace responsibility for the company's actions and encourage a positive impact through its activities on the environment, employees, communities, consumers and all other members of the public sphere who may also be considered as stakeholders. Sme previous studies found that CSR could increase financial performanc and gave positive image to communities. This purpose of this study is to test clearly about the difference of firm's profitability (gross profit margin, operating profit margin, net profit margin, return on assets and return on equity) before and after the requirement of law no. 40/ 2007. The analysis using Wilcoxon signed rank test and using data of financial annual report of firms between 2004 to 2009. Samples consist of mining and mining services companies in Indonesia Stock Market (IDX). The results of this study show that profitabilities of the firms before and after the requirement of law no. 40/ 2007 have no significantly differences. This result probably due to research period is to short, so it can not show significant difference of increase in profit.*

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility, Profitability, Act No. 40/ 2007.*

### **PENDAHULUAN**

Kesadaran dan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility/ CSR*) menjadi bagian tak terpisahkan dari proses bisnis perusahaan. Pentingnya CSR ini juga terkait dengan semakin parahnya kerusakan lingkungan yang terjadi di Indonesia maupun dunia, mulai dari penggundulan hutan, polusi udara dan air, hingga perubahan iklim. Lemahnya undang-undang

yang mengatur mengenai kegiatan CSR di Indonesia mengakibatkan banyak terjadi pelanggaran sehingga berdampak pada rusaknya lingkungan hidup.

Undang-Undang Nomor 23 tahun 1997 Pasal 41 ayat 1 tentang pengelolaan lingkungan hidup menyatakan “barang siapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah.” Pengaturan pencemaran lingkungan hidup tidak mengikat sebagai tanggung jawab pidana mutlak sehingga tidak menimbulkan jera bagi para pelaku tindakan ilegal yang merugikan masyarakat dan menimbulkan kerusakan lingkungan (Anatan, 2009).

Contoh kasus rusaknya lingkungan di lokasi penambangan timah inkonvensional di pantai Pulau Bangka-Belitung yang berakibat pencemaran air permukaan laut dan perairan umum, lahan menjadi tandus, terjadi abrasi pantai dan kerusakan laut. Tidak dapat ditentukan siapakah pihak yang bertanggung jawab atas kerusakan yang terjadi karena kegiatan penambangan dilakukan oleh penambangan rakyat tak berizin yang mengejar setoran pada PT. Timah Tbk. (Ambadar dalam Anatan, 2009).

Perusahaan seharusnya mempedulikan lingkungan sekitar dan *stakeholder*, tidak hanya berfokus pada keuntungannya sendiri atau hanya mengutamakan kepentingan para pemegang saham saja (*shareholder*). *Stakeholders* disini dapat mencakup karyawan dan keluarganya, pelanggan, pemasok, masyarakat sekitar perusahaan, lembaga-lembaga swadaya masyarakat, media massa dan pemerintah selaku regulator (Surya, 2009).

Sebagai wujud perhatian pemerintah terhadap isu CSR, maka pemerintah menerbitkan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Undang-Undang ini disahkan oleh DPR pada tanggal 20 Juli 2007 yang lalu. Undang-Undang ini mewajibkan perseroan yang bidang usahanya terkait dengan bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Beberapa penelitian terdahulu menyatakan bahwa CSR berhubungan cukup erat dengan profitabilitas perusahaan. Perusahaan merupakan suatu

organisasi yang berkaitan dengan masyarakat dan merupakan bagian darinya. Sehingga apapun yang terjadi dalam masyarakat akan mempengaruhi keadaan perusahaan tersebut, (Tresnawati 2008).

CSR juga dapat menjadi strategi bisnis untuk meningkatkan daya saing melalui reputasi dan citra perusahaan. Dengan demikian, tercipta hubungan yang saling menguntungkan bagi semua pihak (*true win win solution*) dimana konsumen mendapatkan produk yang berkualitas dan ramah lingkungan sedangkan perusahaan bisa mendapatkan laba/keuntungan dalam operasi bisnisnya. Hal ini dibuktikan Goukasian dan Whitney dalam Lindrawati (2008), bahwa perusahaan yang mengeluarkan biaya untuk bertanggung jawab secara sosial dan etis, tetap dapat menampilkan kinerja sebaik perusahaan lain yang tidak mengimplementasikan CSR.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Environics *et al.* dalam Surya (2009) menjelaskan bahwa diantara 25.000 responden di 23 negara menunjukkan bahwa 60% responden mengatakan bahwa etika bisnis, praktek CSR terhadap karyawan maupun terhadap lingkungan yang merupakan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sangat berperan dalam menentukan produk mana yang akan dibeli sedangkan untuk 40% responden adalah citra perusahaan di mata responden dan *brand image* yang mempengaruhi kesan masyarakat terhadap perusahaan.

Tetapi penelitian yang dilakukan oleh Surya (2009), mengatakan bahwa tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan (CSR) tidak memberikan dampak secara signifikan pada kinerja keuangan perusahaan sumber daya alam, yang dilihat dari rasio beban operasional terhadap total penjualan, rasio beban non operasional terhadap total penjualan, ROI dan rasio *leverage*.

Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menegaskan bahwa perusahaan sumber daya alam diwajibkan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan pada perusahaannya dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan. Biaya perseroan ini berasal dari sebagian laba tahunan perusahaan yang disisihkan untuk melaksanakan kegiatan CSR tersebut. Penerapan CSR yang baik dianggap dapat memperkuat *brand image*

perusahaan, meningkatkan penjualan, dapat mengurangi resiko yang sifatnya sosial, sehingga pada gilirannya dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana dampak penerapan Undang-Undang No. 40/ 2007 tentang Perseroan Terbatas terhadap profitabilitas perusahaan (GPM, OPM, NPM, ROA, ROE) yang bergerak di bidang energi dan sumber daya mineral. Periode penelitian dimulai tahun 2004 sampai tahun 2009 di mana tahun 2007 menjadi tahun yang memisahkan periode sebelum dan setelah adanya kewajiban menerapkan CSR melalui UU No. 40/ 2007. Undang-undang ini mulai diberlakukan pada tanggal 16 Agustus 2007 oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.

Menyimak latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut: “apakah terdapat perbedaan pada profitabilitas perusahaan sebelum dan sesudah diterapkannya Undang-Undang No. 40/ 2007 di perusahaan yang bidang usahanya terkait dengan bidang sumber daya alam dalam melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan?”

## **TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### ***Corporate Social Responsibility (CSR)***

Pengertian CSR menurut *World Business Council for Sustainable Development*, yaitu: “*Corporate Social Responsibility is the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large.*” (*WBCSD Publications on [www.wbcsd.org.theswitzerland](http://www.wbcsd.org.theswitzerland)*). Atau komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan (Anatan, 2009).

Merujuk pada definisi CSR di atas terlihat bahwa CSR merupakan suatu bentuk perwujudan tindakan tanggung jawab terhadap lingkungan sosial atau

lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berdiri guna meningkatkan kualitas hidup masyarakat umum. Contoh bentuk tanggung jawab itu beraneka-ragam, mulai dari kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa bagi pelajar yang berprestasi dan sebagainya.

CSR dianggap sebagai model baru untuk meningkatkan daya saing dalam mencapai bisnis yang berkelanjutan (*sustainable*). Prambudi (2006) menyebutkan program-program *corporate social responsibility* dikelompokkan menjadi tiga aspek, yakni:

1.) **Program Sosial**

Program sosial merupakan program perusahaan yang melakukan kegiatan kedermawanan untuk membangun dan meningkatkan taraf hidup manusia. Contohnya: sumbangan kepada korban bencana alam, beasiswa pendidikan kepada pelajar yang kurang mampu, dan pelayanan dan kampanye kesehatan.

2.) **Program Lingkungan**

Program lingkungan merupakan program perusahaan yang bertujuan untuk menjaga ekosistem dan lingkungan agar terjaga dari kerusakan dan meminimalisir terjadinya polusi akibat dari aktivitas perusahaan. Contohnya program pengelolaan limbah, penanaman pohon, kampanye lingkungan hidup dan menghasilkan produk yang ramah lingkungan.

3.) **Program Ekonomi**

Program ekonomi merupakan tindakan untuk terjun langsung di dalam masyarakat untuk membantu memperkuat ketahanan ekonomi dan menjadikan masyarakat yang mandiri. Seperti pembukaan lapangan kerja, membantu usaha mikro dan usaha produktif lainnya.

Jika suatu perusahaan dapat melaksanakan program CSR dengan baik, maka ada banyak manfaat yang bisa didapat (Tresnawati, 2008):

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merk perusahaan.
2. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.

3. Mereduksi resiko bisnis perusahaan.
4. Melebarkan akses sumber daya bagi operasionalisasi usaha.
5. Membuka peluang pasar yang lebih bagus.
6. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah.
7. Memperbaiki hubungan dengan stakeholder.
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator.
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
10. Peluang mendapatkan penghargaan.

Banyak perusahaan yang memanfaatkan kekayaan sumber daya alam dalam kegiatan operasinya, namun tidak peduli terhadap keadaan lingkungan dan sekitarnya. Oleh sebab itu pemerintah mengeluarkan Undang-Undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam pasal 74 UU tersebut mewajibkan perseroan yang bidang usahanya di bidang atau terkait dengan bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial. Adapun penjelasan mengenai CSR atau tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam Pasal 74 ini terbagi menjadi 4 ayat, yaitu:

**Pasal 74 Ayat 1:** Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan.

**Pasal 74 Ayat 2:** Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran.

**Pasal 74 Ayat 3:** Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

**Pasal 74 Ayat 4:** Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggungjawab Sosial dan lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Inti dari Pasal 74 UU No. 40/ 2007 ini adalah mewajibkan setiap perseroan untuk mengalokasikan sebagian laba bersih tahunan untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya, dimana disertai dengan ancaman sanksi jika tidak

menaatinya. Perusahaan didirikan bukan hanya untuk waktu yang sesaat melainkan untuk berkembang secara berkelanjutan. Untuk mencapai tujuan tersebut maka perusahaan perlu melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* yang mencakup pemberdayaan *people, profit, and planet* atau disebut *The Triple Bottom Line of Corporate Social Responsibility*.

Tabel 1 berikut akan menguraikan mengenai *The Triple Bottom Line of Corporate Social Responsibility* menurut Elkington dalam Hasibuan dan Sedyono (2006):

**Tabel 1: *The Triple Bottom Line of Corporate Social Responsibility***

	<i>People</i>	<i>Profit</i>	<i>Planet</i>
Definisi	Sebuah bisnis harus bertanggung jawab untuk memajukan dan mensejahterakan masyarakat sosial serta seluruh <i>stakeholdernya</i>	Perusahaan tidak boleh hanya memiliki keuntungan bagi organisasinya saja, tetapi harus dapat memberikan kemajuan ekonomi bagi para <i>stakeholdernya</i> .	Perusahaan harus dapat menggunakan sumber daya alam dengan sangat bertanggungjawab dan menjaga keadaan lingkungan serta memperkecil jumlah limbah produksi.
Jenis Kegiatan	Kegiatan kedermwanaan yang dilakukan secara tulus untuk membangun masyarakat dan sumber daya manusia.	Tindakan perusahaan untuk terjun langsung di dalam masyarakat untuk memperkuat ketahanan ekonomi.	Penerapan proses produksi yang bersih, aman dan bertanggungjawab.
Contoh	Beasiswa Pendidikan Pelayanan Kesehatan Sumbangan bencana alam	Pembinaan UKM Bantuan modal dan kredit Pemberdayaan tenaga lokal	Pengelolaan limbah Penanaman pohon Kampanye lingkungan hidup

Sumber: Elkington dalam Hasibuan dan Sedyono (2006)

### **Profitabilitas Perusahaan**

Didalam dunia usaha, perusahaan diharapkan untuk dapat menciptakan penghasilannya secara optimal (Tresnawati, 2008). Profitabilitas dapat kita ukur dengan menggunakan rasio keuangan sebagai salah satu alat untuk menganalisis kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan.

Menurut Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan PSAK paragraf 17 menyatakan bahwa: “Informasi kinerja perusahaan, terutama *profitabilitas*, diperlukan untuk menilai perubahan potensial sumber daya ekonomi yang mungkin dikendalikan di masa depan. Informasi fluktuasi kinerja

adalah penting dalam hubungan ini. Informasi kinerja bermanfaat untuk memprediksi kapasitas perusahaan dalam menghasilkan arus kas dari sumber daya yang ada. Disamping itu informasi tersebut juga berguna dalam perumusan pertimbangan tentang efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan tambahan sumber daya.”

Perusahaan yang melakukan CSR pasti mengeluarkan biaya yang harus diakui oleh perusahaan. Pengakuan merupakan proses pembentukan suatu pos yang memenuhi definisi unsur serta kriteria pengakuan dalam neraca atau laporan laba-rugi. Menurut PSAK dalam kerangka dasar penyusunan dan penyajian laporan keuangan, pos yang memenuhi definisi suatu unsur harus diakui jika:

- Ada kemungkinan bahwa manfaat ekonomi yang berkaitan dengan pos tersebut dan mengalir dari atau ke dalam perusahaan
- Pos tersebut mempunyai nilai atau biaya yang dapat diukur dengan andal.

Sebagai contoh, pada catatan atas laporan keuangan PT. Aneka Tambang Tbk, point 2 ikhtisar kebijakan akuntansi huruf L mengenai penyisihan untuk pengelolaan dan reklamasi lingkungan hidup, menyebutkan bahwa restorasi, rehabilitasi dan biaya lingkungan hidup lainnya yang timbul selama tahap produksi dibebankan sebagai bagian dari biaya produksi.

Widayanti, dkk (2006) menyatakan bahwa tingkat profitabilitas perusahaan dapat dianalisis menggunakan teknik *Common-Size Income Statements* dan *Cross-Section*. Metode *Common-Size Income Statements* akan menganalisis tingkat keuntungan dalam hubungannya dengan penjualan. Ada tiga pengukuran profitabilitas, yaitu *Gross Profit Margin (GPM)*; *Operating Profit Margin (OPM)* dan *Net Profit Margin (NPM)*. Sedangkan metode *cross-section*, yaitu mengevaluasi tingkat keuntungan dalam hubungannya dengan rekening yang ada di laporan neraca, terdiri dari rasio *Return on Asset (ROA)* dan *Return on Equity (ROE)*.

Setelah Undang-Undang No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas pada tanggal 20 Juli 2007 ini dikeluarkan, munculah banyak polemik mengenai pelaksanaan CSR. CSR yang semula dilakukan perusahaan berlandaskan atas

kerelaan (*voluntary*) kini menjadi sesuatu yang diwajibkan (*mandatory*). Akibatnya ada pihak yang pro dan kontra pada UU tersebut. Pihak yang pro menganggap bahwa perusahaan yang terlibat dalam aktivitas sosial akan membuat produk atau jasa perusahaan menjadi lebih menyentuh konsumen secara keseluruhan, kondisi tersebut membuat perusahaan menjadi lebih menguntungkan (Hopkins dalam Lindrawati, dkk ,2008), ada juga yang menganggap bahwa CSR dapat dipandang sebagai investasi masa depan sebuah perusahaan dan ada yang beranggapan bahwa CSR dapat memberikan *brand image* (citra positif) yang sangat berpengaruh guna meningkatkan volume penjualan serta dapat mempertahankan loyalitas konsumen lama dan enggan untuk berpindah ke *brand* lain.

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

Pendapat lain dari beberapa perusahaan yang kontra terhadap UU ini menilai bahwa CSR justru akan menambah pengeluaran perusahaan yang nantinya akan berdampak negatif pada turunnya laba perusahaan. Sebanyak 20 asosiasi industri yang tergabung dalam Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Indonesia menolak adanya CSR yang sifatnya diwajibkan sejak dikeluarkannya Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tersebut. Mereka tidak mau menjalankan program-program CSR karena dianggap hanya sebagai pengeluaran biaya atau disebut *cost center*. Penerapan CSR dianggap akan membebani kinerja perusahaan karena setiap perusahaan yang bergerak di bidang atau terkait dengan bidang sumber daya alam wajib mengalokasikan dana untuk kegiatan sosial dan lingkungan ([www.sinarharapan.com](http://www.sinarharapan.com)).

Ada atau tidak adanya keterkaitan antara kinerja keuangan perusahaan dengan penerapan CSR telah banyak diteliti dan terdapat perbedaan hasil antara satu peneliti dengan peneliti yang lain. Sternberg (1999) dan Beardsell (2008)

mengatakan bahwa terdapat hubungan negatif antara kinerja keuangan perusahaan dengan kinerja sosial perusahaan dalam menerapkan CSR. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Heal (2004), Paul dan Siegel (2006) mengatakan bahwa terdapat hubungan positif antara kinerja keuangan perusahaan dengan kinerja sosial perusahaan dalam menerapkan CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Gilis dan Spring dalam Surya (2009) menyatakan bahwa penerapan CSR dapat memperkuat *brand image*, reputasi perusahaan dan meningkatkan penjualan. Survey yang dilakukan Uni Eropa pada tahun 2002 memberikan hasil dimana tanggung jawab sosial perusahaan dianggap penting oleh 70% konsumen di Eropa saat mereka membeli produk. Sebanyak 44% konsumen bahkan rela mengeluarkan ongkos lebih untuk membayar produk yang dikelola secara ramah lingkungan (Media Akuntansi, 2005). Jika profitabilitas perusahaan dihubungkan dengan kegiatan CSR, dimana kegiatan CSR didanai dengan sebagian laba yang disisihkan, maka dapat memberikan citra positif bagi perusahaan sehingga dapat meningkatkan penjualan, sehingga diwajibkan melaporkan pengeluaran tersebut pada laporan keuangan mereka.

Bagi perusahaan yang menerapkan CSR, tentunya akan mengeluarkan sejumlah biaya untuk melaksanakannya, seperti biaya-biaya yang berkaitan dengan sumber daya alam, peningkatan mutu karyawan, beasiswa, penghijauan, dan sebagainya. Biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan CSR di dalam laporan keuangan dapat dikategorikan sebagai aset yaitu dapat memberi manfaat di masa kini atau di masa yang akan datang, atau sebagai beban yang mengurangi profit perusahaan sebagai bagian dari aktivitas operasional perusahaan, dan tidak mendatangkan manfaat di masa yang akan datang. Sedangkan laba usaha adalah kelebihan pendapatan terhadap beban-beban yang terjadi selama periode waktu tertentu. Jadi, pada awal mengimplementasikan CSR memang akan meningkatkan biaya bagi perusahaan, namun keuntungan yang didapat perusahaan jauh lebih besar dibandingkan dengan biaya yang sudah dikeluarkan oleh perusahaan. Maka dari itu penulis menduga bahwa profitabilitas perusahaan sebelum dan setelah pemberlakuan kewajiban melakukan CSR melalui Undang-Undang No. 40/ 2007

akan berbeda. Berdasarkan uraian di atas serta didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>1</sub>: Terdapat perbedaan profitabilitas sebelum dan sesudah pemberlakuan kewajiban CSR pada perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang Energi dan Sumber Daya Mineral.**

## **METODE PENELITIAN**

### **Gambaran Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan yang tergolong dalam bidang sumber daya alam. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang bergerak di bidang energi dan sumber daya mineral yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia tahun 2004-2009. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*, dengan menetapkan kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan-perusahaan energi dan sumber daya mineral yang menerbitkan laporan keuangan tahunan secara lengkap 2004-2009.
2. Perusahaan mengakui CSR diakui sebagai biaya dalam pencatatan laporan keuangan perusahaan.

Berdasarkan kriteria diatas, akhirnya terpilih 6 sampel sebagai berikut:

**Tabel 2: Penentuan Jumlah Sampel**

Perusahaan yang tergolong dalam bidang ESDM	12
Yang tidak menerbitkan laporan keuangan tahunan	(2)
Yang tidak mengakui CSR sebagai biaya	(4)
Sampel yang dipakai	6

Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

Keenam perusahaan tersebut adalah PT. Aneka Tambang Tbk (ANTAM), PT. Bumi Resources Tbk (BUMI), PT. Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk (PGAS), PT. International Nickel Indonesia Tbk (INCO), PT. Bukit Asam

(Persero) Tbk (PTBA) dulu bernama PT. Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk, dan PT. Timah Tbk (TINS).

### Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan energi dan sumber daya mineral tahun 2004-2009 yang diperoleh dari *website* Bursa Efek Indonesia di [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### Pengukuran Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan enam variabel yang akan diteliti, yaitu:

1. *Gross Profit Margin* (GPM)

$$GPM = \frac{\text{Penjualan} - \text{HPP}}{\text{Penjualan}} = \dots\dots\dots(1)$$

2. *Operating Profit Margin* (OPM)

$$OPM = \frac{\text{Laba bersih operasi}}{\text{Penjualan}} \dots\dots\dots(2)$$

3. *Net Profit Margin* (NPM)

$$NPM = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Penjualan}} \dots\dots\dots(3)$$

4. *Return on Asset* (ROA)

$$ROA = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total Aset}} \dots\dots\dots(4)$$

5. *Return on Equity* (ROE)

$$ROE = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Modal Sendiri}} \dots\dots\dots(5)$$

### Teknik Analisis yang Digunakan

Analisis yang digunakan dalam penelitian dapat dijelaskan dari beberapa langkah di bawah ini:

1. Menghitung besarnya *Gross Profit Margin, Operating Profit Margin, Net Profit Margin, Return on Asset, Return on Equity* untuk masing-masing perusahaan.
2. Uji hipotesis  
Menggunakan teknik analisis uji beda rata-rata dengan *Wilcoxon Signed Test*, dimana hipotesis statistiknya sebagai berikut:

$$H_0 : \mu_{sblm} = \mu_{stlh}$$

$$H_1 : \mu_{sblm} \neq \mu_{stlh}$$

Dimana  $\mu$  = rata-rata nilai dari GPM, OPM, NPM, ROA, ROE untuk masing-masing perusahaan.

*Wilcoxon Signed Test* digunakan untuk membandingkan nilai rata-rata dari 2 populasi bila asumsi normalitas tidak terpenuhi (mengingat jumlah sampel yang terpilih hanya ada enam perusahaan) (Bowerman, 2009). Hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima jika nilai *sign.*  $> \alpha$  (5%) , atau rata-rata dua populasi tidak berbeda secara signifikan. Sebaliknya  $H_0$  ditolak jika nilai *sign.*  $< \alpha$  (5%) artinya rata-rata dua populasi berbeda secara signifikan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tabel. 3 berikut dicantumkan nilai rata-rata GPM, OPM, NPM, ROA, ROE seluruh perusahaan baik sebelum maupun setelah penerapan UU No. 40/2007.

**Tabel 3: Rata-Rata GPM, OPM, NPM, ROA, ROE pada Seluruh Perusahaan Sebelum dan Setelah Penerapan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007**

Keterangan	ANTM	BUMI	PGAS	INCO	PTBA	TINS	RATA-RATA	
GPM	sebelum	0.469	0.313	0.518	0.526	0.387	0.17	0.397
	sesudah	0.338	0.384	0.586	0.471	0.477	0.274	0.422
OPM	sebelum	0.385	0.211	0.29	0.503	0.188	0.086	0.277
	sesudah	0.262	0.235	0.38	0.451	0.324	0.213	0.311
NPM	sebelum	0.271	0.107	0.187	0.341	0.152	0.049	0.185
	sesudah	0.131	0.207	0.203	0.334	0.242	0.133	0.208
ROA	sebelum	0.159	0.084	0.081	0.194	0.166	0.058	0.124

*Lanjutan*

	sesudah	0.125	0.147	0.113	0.3	0.271	0.217	0.196
	sebelum	0.322	0.705	0.236	0.253	0.233	0.104	0.309
ROE	sesudah	0.277	0.469	0.309	0.397	0.393	0.325	0.362

Sumber: Data diolah (2008)

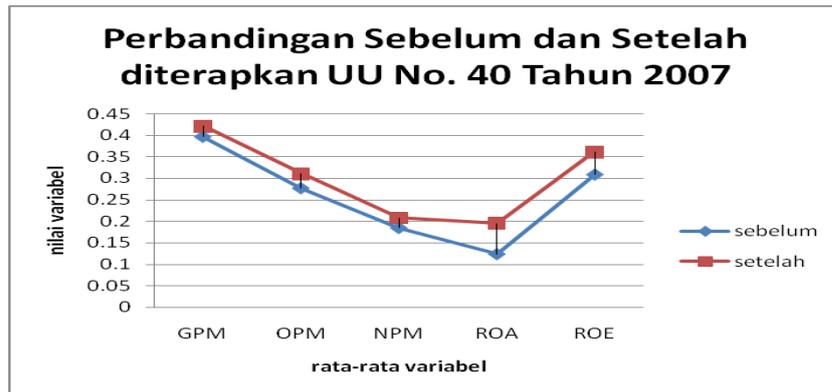
Berdasarkan paparan deskriptif statistik di atas tampak bahwa rata-rata GPM, OPM, NPM, ROA, ROE seluruh perusahaan mempunyai nilai yang positif dan nilainya lebih besar dibanding rata-rata sebelum UU tersebut diberlakukan. Pada variabel GPM sebelum diterapkannya UU tersebut menunjukkan angka 0.397 dan setelah diterapkannya Undang-Undang menjadi 0.422, dapat kita lihat bahwa terjadi peningkatan pada GPM sebesar 0.025, dimana GPM adalah persentase dari laba kotor penjualan dibandingkan dengan penjualan. Semakin besar *gross profit margin*, semakin baik keadaan operasi perusahaan, karena hal ini menunjukkan bahwa harga pokok penjualan lebih rendah dibandingkan dengan penjualan.

Pada variabel OPM juga mengalami peningkatan setelah diberlakukannya UU ini, dari 0.277 menjadi sebesar 0.311. OPM ini adalah rasio yang menggambarkan tingkat keuntungan murni yang benar-benar diperoleh dari hasil operasi perusahaan dengan mengabaikan biaya bunga dan pajak penghasilan. Semakin tinggi OPM maka semakin baik kinerja perusahaan.

Pada variabel NPM terjadi peningkatan sebesar 0.024 yaitu semula bernilai 0.184 selanjutnya meningkat menjadi 0.208. Semakin tinggi NPM berarti semakin baik operasi perusahaan, hal ini terlihat dari adanya peningkatan laba setelah pajak sebesar 0.024.

Pada variabel ROA terjadi peningkatan sebesar 0.071 setelah diberlakukannya Undang-Undang, dimana sebelum diberlakukan Undang-Undang nilai rata-rata ROA perusahaan sebesar 0.124 dan setelah diberlakukannya UU sebesar 0.195.

Pada variabel ROE setelah diberlakukannya UU ini juga mengalami peningkatan sebesar 0.053. Artinya kemampuan dari modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan bagi seluruh pemegang saham, baik saham biasa maupun saham preferen meningkat sebesar 0.053.



Gambar. 1. Perbandingan Sebelum dan Setelah diterapkan UU No. 40 Tahun 2007  
 Sumber: Data diolah (2008)

Dalam gambar 1 menunjukkan seluruh rasio profitabilitas setelah diterapkannya UU No. 40 Tahun 2007 lebih tinggi dibandingkan sebelum diterapkannya UU tersebut.

### Pengujian Hipotesis I

Berdasarkan hasil pengujian *wilcoxon sign-rank test* diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4: Uji Wilcoxon Terhadap Rasio GPM**

	GPM_stlh - GPM_sblm
Z	-.734(a)
Asymp. Sig. (2-tailed)	.463

a Based on negative ranks.

b Wilcoxon Signed Ranks Test

Sumber: Data Diolah, 2008

Hasil pengujian menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0.463 dimana nilainya lebih besar dari 5%, yang artinya bahwa  $H_0$  diterima atau tidak terdapat perbedaan profitabilitas pada GPM perusahaan sebelum dan sesudah diterapkannya Undang-Undang RI No. 40/2007 mengenai kewajiban CSR.

Berdasarkan tabel 5 tampak OPM sebelum UU mempunyai nilai rata-rata sebesar 0.27717 sedangkan OPM setelah diberlakukannya UU mempunyai nilai sebesar 0.31083, yang artinya terjadi peningkatan OPM setelah diberlakukannya

Undang-Undang. Dibawah ini dapat terlihat hasil pengujian dengan *Wilcoxon Signed Test* sebagai berikut:

**Tabel 5: Uji Wilcoxon Terhadap Rasio OPM**

	OPM_stlh - OPM_sblm
Z	-.943(a)
Asymp. Sig. (2-tailed)	.345

a Based on negative ranks.

b Wilcoxon Signed Ranks Test

Sumber: Data Diolah, 2008

Hasil pengujian menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0.345 dimana nilainya lebih besar dari 5%, yang artinya bahwa  $H_0$  diterima atau tidak terdapat perbedaan profitabilitas pada OPM perusahaan sebelum dan sesudah diterapkannya Undang-Undang RI No. 40 tahun 2007.

**Tabel 6: Uji Statistik NPM Sebelum dan Sesudah Undang-Undang No. 40/ 2007**

	NPM_stlh - NPM_sblm
Z	-.734(a)
Asymp. Sig. (2-tailed)	.463

a Based on negative ranks.

b Wilcoxon Signed Ranks Test

Sumber: Data Diolah, 2008

Hasil pengujian menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0.463 dimana nilainya lebih besar dari 5%, yang artinya bahwa  $H_0$  diterima atau tidak terdapat perbedaan profitabilitas pada NPM perusahaan sebelum dan sesudah diterapkannya Undang-Undang RI No. 40 tahun 2007.

Dibawah ini merupakan hasil pengujian *Wilcoxon*:

**Tabel 7: Uji Wilcoxon Terhadap Rasio ROA**

	ROA_stlh - ROA_sblm
Z	-1.782(a)
Asymp. Sig. (2-tailed)	.075

a Based on negative ranks.

b Wilcoxon Signed Ranks Test

Sumber: Data Diolah, 2008

Hasil pengujian menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0.075 dimana nilainya lebih besar dari  $\alpha$  sebesar 5%, yang artinya bahwa  $H_0$  diterima

atau tidak terdapat perbedaan profitabilitas pada ROA perusahaan sebelum dan sesudah diterapkannya Undang-Undang RI No. 40 tahun 2007.

Dibawah ini dapat terlihat hasil pengujian *Wilcoxon* terhadap rasio ROE.

**Tabel 8: Uji *Wilcoxon* Terhadap Rasio ROE**

	ROE_stlh - ROE_sblm
Z	-.734(a)
Asymp. Sig. (2-tailed)	.463

a Based on negative ranks.

b Wilcoxon Signed Ranks Test

Sumber: Data Diolah, 2008

Hasil pengujian menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.463 dimana nilainya lebih besar dari  $\alpha$  sebesar 5%, yang artinya bahwa Ho diterima atau tidak terdapat perbedaan profitabilitas pada ROE perusahaan sebelum dan sesudah diberlakukannya UU No. 40/ 2007 tentang kewajiban melakukan CSR.

Berdasarkan hasil uji tersebut, dapat disimpulkan bahwa GPM, OPM, NPM, ROA dan ROE perusahaan ESDM ternyata tidak terdapat perbedaan secara signifikan baik sebelum maupun setelah penerapan Undang-Undang No. 40/ 2007. Penelitian ini menunjukkan bahwa dengan penerapan UU tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Meskipun secara statistik tidak memberikan dampak secara signifikan pada profitabilitas perusahaan, namun terdapat kemungkinan penerapan CSR ini berdampak pada profitabilitas perusahaan jika diteliti dalam jangka panjang (Surya, 2009).

Alasan yang menyebabkan kinerja keuangan perusahaan tidak berbeda secara signifikan kemungkinan adalah adanya kesadaran perusahaan untuk melakukan tanggungjawab sosialnya (CSR) telah dilakukan sebelum diberlakukannya Undang-Undang No. 40 tentang Perseroan Terbatas. Kesadaran perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosialnya selama bertahun-tahun telah menjadi suatu kegiatan yang rutin, sehingga perusahaan telah mengalokasikan sejumlah dana untuk kegiatan tersebut, sehingga kinerja perusahaan khususnya pada profitabilitas sebelum dan sesudah dikeluarkannya

Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas bisa dikatakan hanya sebagai formalitas saja (Surya, 2009).

## **KESIMPULAN**

Dari hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kinerja keuangan perusahaan yang bergerak dalam bidang Energi dan Sumber Daya Mineral khususnya pada profitabilitasnya sebelum dan sesudah adanya peraturan yang mewajibkan pelaksanaan CSR bagi perusahaan yang bergerak di bidang energi dan sumber daya alam terbukti tidak berbeda secara signifikan. Hal ini berarti bahwa penerapan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tidak memberikan dampak secara signifikan pada profitabilitas perusahaan.

Bagi para investor dianjurkan untuk tetap berinvestasi pada perusahaan-perusahaan yang melakukan CSR-nya dengan baik. Dimungkinkan kinerja keuangan perusahaan akan lebih baik mengingat survey yang dilakukan Uni Eropa pada tahun 2002 menyatakan bahwa tanggungjawab sosial perusahaan dianggap penting, bahkan konsumen rela mengeluarkan ongkos lebih untuk membayar produk yang dikelola secara ramah lingkungan.

Bagi perusahaan, pada pembahasan sebelumnya telah dijelaskan bahwa perusahaan yang melakukan tanggungjawab sosialnya dalam jangka panjang akan memberikan manfaat bagi kinerja keuangan perusahaan, khususnya profitabilitas, salah satunya adalah meningkatnya citra perusahaan di mata masyarakat umum. Dengan dasar pemikiran itulah, disarankan agar perusahaan tetap melakukan tanggungjawab sosialnya dengan baik terlepas adanya kewajiban dari pemerintah ataupun tidak.

## **SARAN**

Penelitian ini hanya dilakukan selama dua tahun (2009-2010) saja mengingat ketersediaan data kala penelitian ini dilakukan. Sehingga untuk menguji dampak penerapan CSR terhadap kinerja perusahaan sebaiknya dilakukan dalam jangka waktu yang lebih panjang. Selain itu untuk melengkapi hasil penelitian mengenai CSR maka penelitian selanjutnya dapat mengambil

sampel perusahaan dari sektor industri yang berbeda seperti sektor manufaktur ataupun sektor jasa.

## DAFTAR RUJUKAN

- Anatan, L. 2009. Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teoritis dan Praktik di Indonesia. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha*. Vol.8, No. 2.
- Anoname. 2008. CSR (Corporate Social Responsibility)". <http://www.madani-ri.com>. Diakses pada 25 Maret 2011.
- Beardsell, J. 2008. The Influence of CSR Disclosure on Corporate Governance and Company Performance. *SMC Working Paper Issues 11*. ISSN. 1662-761X: 1-20.
- Bowerman, B. L. 2009. *Business Statistic in Practice, Fifth Edition*, New York, Mc Graw-Hill Irwin International Edition.
- Branco, M. C., & Lucia, L. R. 2007. Positioning Stakeholder Theory within The Debate on Corporate Social Responsibility. *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*. Vol. 12. No. 1: 5-15.
- Hasibuan, C. S. 2006. CSR Communication: A Challenge On Its Own. *Economics Business Accounting Review*. Edisi III. September-Desember.
- Heal, G. 2004. Corporate Social Responsibility . An Economic and Financial Framework. (<http://ssrn.com>). Diakses tanggal 28 Maret 2011.
- Ikhsan, A. 2009. *Akuntansi Manajemen Lingkungan*. Edisi Pertama – Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Lindrawati. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Terdaftar Sebagai 100 *Best Corporate Citizen* oleh KLD *Research & Analytic*. Majalah Ekonomi Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Surabaya. Tahun XVIII. No. 1. April.
- Nurmini dan Susilawati. C. 2003. Pentingnya Tanggapan Perusahaan pada Tekanan Eksternal Stakeholder terhadap Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur di Semarang). *Jurnal Akuntansi Bisnis*. Vol.II, No. 3 Agustus: 51-60.
- Paul, C.J.M., & Siegel, D.S. 2006. Corporate Social Responsibility and Economic Performance. (<http://www.ssrn.com>). Diakses tanggal 30 Maret 2011.
- Prambudi, T. S, 2006. CEO dan CSR: Antara Citra dan Kepedulian. *Economics and Business Accounting Review*. Edisi III/September-Desember.
- Ridwan, M., 2007, *Lintas Asosiasi Industri Tolak Wajib CSR*. <http://www.sinarharapan.co.id>. Diakses pada 27 Maret 2011.
- Rossje, 2006, “Akuntansi Lingkungan, Suatu Perspektif”. <http://rossje.com/?p=168>. Diakses pada tanggal 27 April 2011.
- Rudito, B., & Famiola, M. 2007. *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*. Edisi 1. Penerbitan Rekayasa Bisnis.
- Sternberg, E. 1999. The Stakeholder Concept: A Mistaken Doctrine. *Foundation for Business Responsibilities (UK)*. No. 4: 7-57.

- Sulistyo, H., 2008, “Pelaporan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan Jangka Panjang”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 9, No. 1 Januari:31-37.
- Surya, D. L., 2009. Perbedaan Kinerja Keuangan Perusahaan Sumber Daya Alam atas Pertanggungjawaban Sosial Sebelum dan Sesudah Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas: Sebuah Kajian Literatur. *Skripsi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana (tidak dipublikasikan)*.
- Tresnawati, R. 2008. Pengaruh Sebelum Dan Setelah Penerapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Kasus Terhadap PT. TELKOM), <http://hdl.handle.net/10364/770>. Diakses tanggal 5 Oktober 2010.
- Undang-Undang Nomor 23 tahun 1997 Pasal 41 ayat 1 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 tahun 2007 Pasal 74 tentang Perseroan Terbatas.
- Wibisono, D. 2006. *Manajemen Kinerja, Konsep, Desain, dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*. Erlangga. Ciracas. Jakarta.
- Widayanti, R., Ekawati, H., Rita, M.R., Sucahyo, U. S. 2006. *Manajemen Keuangan*. Cetakan I. Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana. Salatiga.