

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar (*listing*) di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2013. Dipilihnya perusahaan makanan dan minuman sebagai populasi dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh program sosial (aktivitas *CSR* perusahaan) terhadap profitabilitas secara langsung dan lebih komprehensif. Sebagai subsektor industri yang memegang peranan penting dalam menyumbang nilai PDB, perusahaan makanan dan minuman harus mampu meningkatkan profitabilitasnya secara konsisten. Selain itu, pemilihan ini juga merupakan upaya untuk membuktikan ada tidaknya pengaruh aktivitas *CSR*, mengingat pada awal diterbitkannya Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 banyak kalangan asosiasi industri yang menolak diwajibkannya pengungkapan *CSR*, termasuk asosiasi pengusaha makanan dan minuman (Ridwan, 2007).

Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *metode purposive judgment sampling* yang disertai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Adapun kriteria tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Merupakan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2013.

- b. Perusahaan makanan dan minuman yang ditemukan data *annual report*-nya (oleh peneliti) secara lengkap tahun 2010-2013.
- c. Perusahaan makanan dan minuman mengungkapkan kegiatan *CSR*nya dalam *annual report*.

Berdasarkan metode pengambilan sampel ini, diperoleh 13 perusahaan makanan dan minuman yang memenuhi kriteria, serta terdapat 52 data laporan tahunan selama 4 tahun (2010-2013) dari masing-masing perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini.

Fokus pelaksanaan dan pelaporan *CSR* dalam perusahaan berbeda-beda. Perusahaan yang berskala global pada umumnya melaksanakan *CSR* dengan cakupan yang luas. Dengan *CSR* citra perusahaan semakin baik di hadapan para *stakeholders*. Berikut ini gambaran umum 13 perusahaan makanan dan minuman serta bentuk *CSR* yang dilaksanakan:

1. PT Akasha Wira International, Tbk

PT Akasha Wira International Tbk (sebelumnya dikenal dengan nama PT Ades Waters Indonesia Tbk) adalah perusahaan bergerak dalam industri air minum dalam kemasan (AMDK) yang memproduksi serta menjual produk air minum dalam kemasan dengan merek dagang AdeS, AdeS Royal yang dimiliki oleh The Coca Cola Company, dan Nestlé Pure Life yang dimiliki oleh Nestlé SA. Di tahun 2010 Perseroan memperluas bidang usahanya dalam bisnis kosmetika. Dengan perluasan izin usaha tersebut maka izin usaha Perseroan meliputi air minum dalam kemasan, minuman ringan, industri produk roti dan kue, industri kembang gula lainnya, industri mie dan produk sejenisnya, industri bahan

kosmetika dan kosmetika, termasuk pasta gigi, dan bisnis perdagangan besar (distributor utama, ekspor, dan impor).

Sebagai wujud tanggung jawab sosial Perseroan terhadap masyarakat sebagai pemangku kepentingan, Perseroan telah melaksanakan beberapa program yang berfokus pada perbaikan dan perlindungan lingkungan hidup, peningkatan efisiensi penggunaan energi dan produksi, pemberdayaan masyarakat, serta berpartisipasi dalam beberapa kegiatan masyarakat sekitar.

2. PT Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk

ICBP berdiri sebagai entitas terpisah dari di bulan September 2009 serta tercatat di BEI pada tanggal 07 Oktober 2010. ICBP didirikan melalui restrukturisasi internal dari Grup Produk Konsumen Bermerek (CBP) PT Indofood Sukses Makmur Tbk (Indofood). Melalui proses restrukturisasi internal, seluruh kegiatan usaha grup CBP dari Indofood, yang meliputi mie instan, *dairy*, makanan ringan, penyedap makanan, nutrisi dan makanan khusus, serta biskuit (sebelum tergabung dalam grup Bogasari) dialihkan ke ICBP.

Dalam menjalankan usahanya, ICBP berusaha mengedepankan visinya untuk menjadi produsen barang-barang konsumsi yang terkemuka. Hal ini disertai dengan misinya untuk senantiasa melakukan inovasi produk yang berkualitas, peningkatan kompetensi karyawan, memberikan kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat dan lingkungan secara berkelanjutan, serta meningkatkan *stakeholder's value* secara berkesinambungan.

3. PT Indofood Sukses Makmur, Tbk

PT Indofood Sukses Makmur Tbk didirikan pada tanggal 14 Agustus 1990 dengan nama PT Panganjaya Intikusuma, berdasarkan Akta Notaris Benny Kristianto, S.H., No. 228. Sebagaimana tercantum pada Pasal 3 Anggaran Dasar Perseroan, ruang lingkup kegiatan usaha perseroan terdiri dari industri penggilingan gandum menjadi tepung terigu yang terintegrasi dengan kegiatan usaha anak perusahaan di bidang industri produk konsumen bermerek, industri agribisnis yang terdiri dari perkebunan dan pengolahan kelapa sawit dan tanaman lainnya serta distribusi.

Dalam dua dekade terakhir sejak didirikan pada tahun 1990, Indofood telah bertransformasi menjadi sebuah perusahaan *Total Food Solutions* dengan kegiatan operasional yang mencakup seluruh tahapan proses produksi makanan, mulai dari produksi dan pengolahan bahan baku hingga menjadi produk akhir yang tersedia di pasar. Kini Indofood dikenal sebagai perusahaan yang mapan dan terkemuka di setiap kategori bisnisnya. Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, Indofood memperoleh manfaat dari ketangguhan model bisnisnya yang terdiri dari lima Kelompok Usaha Strategis (Grup) yang saling melengkapi sebagai berikut: Produk Konsumen Bermerek (CBP), Bogasari, Agribisnis, Distribusi, Budidaya & Pengolahan Sayuran.

Adapun pelaksanaan CSR PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk beserta anak perusahaannya yaitu PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk berfokus pada lima pilar. 1) pembangunan sumber daya manusia melalui program BISMA (Basiswa Indofood Sukses Makmur), program bantuan dana penelitian bagi

kalangan akademisi dalam upaya penganekaragaman dan peningkatan ketahanan pangan nasional serta kegiatan riset lainnya. 2) partisipasi aktif dalam kegiatan komunitas berupa pembangunan infrastruktur, kegiatan donor darah, selalu berpartisipasi dan berkontribusi dalam berbagai kegiatan sosial kemasyarakatan. 3) peningkatan nilai ekonomi berupa partnership dengan petani, peternak, dan pengusaha UKM. 4) menjaga kelestarian lingkungan dengan program fasilitas pengolahan limbah, melakukan kampanye lingkungan kepada anak-anak, program revitalisasi fungsi sungai serta program untuk mengantisipasi sampah kemasan produk. 5) kegiatan solidaritas kemanusiaan bagi korban bencana yang ada di Indonesia.

4. PT Delta Djakarta, Tbk

PT Delta Djakarta Tbk pertama kali didirikan di Indonesia pada tahun 1932 sebagai perusahaan bir Jerman yang bernama “*Archipel Brouwerij, NV.*” Perusahaan kemudian dibeli oleh kelompok usaha Belanda dan berganti nama menjadi *NV De Oranje Brouwerij*. Perusahaan menggunakan nama PT Delta Djakarta Tbk sejak tahun 1970. Pada tahun 1984, PT Delta menjadi salah satu perusahaan Indonesia pertama yang mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta (sekarang Bursa Efek Indonesia), mengokohkan statusnya sebagai pemain utama di industri bir dalam negeri.

Fokus *CSR* PT Delta Djakarta, Tbk diwujudkan melalui kegiatan-kegiatan seperti donor darah, bantuan untuk bencana alam, peningkatan kesehatan masyarakat, pembangunan dan perbaikan infrastruktur, mensponsori kegiatan keagamaan, pengelolaan lingkungan hidup, dan kegiatan sosial lainnya.

5. PT Multi Bintang Indonesia, Tbk

Pertama kali didirikan dengan nama *Nederlandsch-Indische Bierbrouwerijen* di Medan pada tahun 1929. Setelah sekian lama, perusahaan ini bertambah kuat dan menjadi brewer terkemuka di Indonesia saat ini. Sejalan dengan pertumbuhan dan perkembangannya, perusahaan ini berubah nama menjadi Multi Bintang Indonesia ketika sebagian sahamnya dijual untuk umum pada tahun 1981.

Visi: Menjadi perusahaan minuman Indonesia yang memiliki reputasi baik dan bertanggung jawab dengan portofolio merek bir dan minuman ringan terkemuka.

Perusahaan juga berkomitmen untuk memberikan pelayanan dan kontribusi terbaiknya melalui program CSR yang meliputi serangkaian program pelestarian lingkungan, dukungan konsumsi yang bertanggung jawab, peningkatan efisiensi penggunaan energi, dukungan terhadap bidang pendidikan, dan peduli komunitas melalui penggalangan dana korban bencana.

6. PT Prashida Aneka Niaga, Tbk

PT Prashida Aneka Niaga Tbk didirikan dengan nama PT Aneka Bumi Asih berdasarkan akta Notaris Paul Tamara No. 7 tanggal 16 April 1974. Pada tanggal 29 Desember 1993 terjadi perubahan nama Perusahaan menjadi PT Prashida Aneka Niaga. Dan pada tanggal 27 Januari 2005, Perusahaan mencatatkan diri di Bursa Efek Jakarta (sekarang Bursa Efek Indonesia).

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan PSDN adalah bergerak dalam bidang pengolahan dan perdagangan hasil bumi.

Perusahaan juga menyadari akan pentingnya kepedulian sosial demi kelangsungan bisnis usahanya. Hal ini ditunjukkan dengan adanya program *CSR* yang konsisten dilaksanakan oleh perusahaan. Program *CSR* tersebut difokuskan pada beberapa bidang, diantaranya: 1) bidang kesehatan, yang diwujudkan dengan mengadakan kegiatan donor darah, mengadakan jalan sehat seluruh karyawan, sosialisasi peduli kesehatan wanita dan penyakit menular, serta mendirikan poliklinik untuk pelayanan kesehatan secara gratis; 2) bidang sosial, agama, dan kepedulian masyarakat, yang diwujudkan dengan membagikan sembako untuk fakir miskin di sekitar perusahaan, santunan anak yatim dan panti jompo, bantuan korban bencana alam, pemotongan hewan qurban untuk masyarakat; 3) bidang lingkungan, yang diwujudkan dengan mengadakan lomba penganugerahan “ADI KARSA 2010” untuk lingkungan, perbaikan infrastruktur bagi masyarakat sekitar, dan pengelolaan sampah untuk daur ulang; 4) bidang pendidikan, yang diwujudkan dengan penerimaan kunjungan dari sekolah-sekolah dan pihak luar lainnya dalam meningkatkan pendidikan.

7. PT Nippon Indosari Corporindo, Tbk

PT Nippon Indosari Corpindo, Tbk berdiri pada tahun 1995 dan memulai kegiatan pemasarannya pada September 1996. PT Nippon Indosari Corpindo, Tbk adalah sebuah perusahaan roti dengan merek Sari Roti. Perusahaan secara resmi mencatatkan saham di Bursa Efek Indonesia dan menjual kepada publik pada tahun 2010.

Visi :“Menjadi perusahaan roti terbesar di Indonesia dengan menghasilkan dan mendistribusikan produk-produk berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau bagi rakyat Indonesia.”

Misi :“Membantu meningkatkan kualitas hidup bangsa Indonesia dengan memproduksi dan mendistribusikan makanan yang bermutu tinggi, sehat, halal, dan aman bagi pelanggan.”

Fokus kegiatan CSR yang dilaksanakan/diungkapkan oleh PT Nippon Indosari Corporindo, Tbk adalah menggalakkan kegiatan donor darah dan bantuan kepada korban bencana. Di samping itu, Indosari menyelenggarakan program mudik bersama untuk penjaja keliling (*hawker*) Sari Roti dengan menyediakan bus gratis menjelang hari raya Idul Fitri.

8. PT Sekar Laut, Tbk

PT Sekar Laut, Tbk adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri pertanian, perdagangan, dan pembangunan, khususnya dalam industri krupuk, saos dan bumbu masak. Proses krupuk telah dilakukan oleh pendiri sejak tahun 1966, dimulai dari industri rumah tangga. Pada tahun 1976, PT Sekar Laut didirikan dan produksinya mulai dikembangkan dalam skala industri besar. Perusahaan telah berkembang dan memproduksi saos tomat, sambal, bumbu masak, dan makanan ringan. Produk-produknya dipasarkan dengan merek “FINNA”. Pada tanggal 8 September 1993 sahamnya didaftar untuk diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta dan Surabaya (sekarang Bursa Efek Indonesia).

Visi : membuat komunitas dunia lebih tahu akan produk-produk makanan dengan kualitas produk yang bagus, sehat, dan bergizi. Mempertahankan posisi sebagai perusahaan nomor satu dalam bidang industri krupuk.

Misi : Membantu mengolah sumber daya alam Indonesia yang berlimpah dengan tujuan untuk menyediakan makanan sehat yang bergizi dan berkualitas, membantu memberi pangan masyarakat seluruh dunia, membantu membangun dan meningkatkan kondisi ekonomi dan sosial masyarakat Indonesia.

Perusahaan senantiasa menjalankan bisnisnya sesuai visi dan misi, di mana sudah menjadi prinsip dasar bisnis model perusahaan untuk membantu peningkatan kondisi sosial ekonomi masyarakat Indonesia. Untuk itu, *CSR* sudah menjadi bagian dari program operasional PT Sekar Laut Tbk. Fokus *CSR* perusahaan diantaranya meliputi pengelolaan lingkungan hidup yang diwujudkan dengan pengelolaan limbah, kesehatan dan kebersihan lingkungan, perbaikan jalan. Selain itu juga, perusahaan memberikan perhatian terhadap bidang kesehatan yang diwujudkan dengan program klinik gratis, donor darah. Perusahaan juga turut aktif dalam memberikan sumbangan sosial.

9. PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company, Tbk

PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk dirintis dari usaha keluarga sejak tahun 1960. Pada bulan Juli 1990 Perseroan melakukan penawaran perdana saham-sahamnya kepada masyarakat (*Initial Public Offering*). Dari tahun ke tahun perusahaan terus berkembang, dan saat ini telah menjadi salah satu perusahaan yang terkemuka di bidang industri makanan dan minuman di Indonesia. Saat ini Perseroan merupakan produsen terbesar di bidang produk susu

cair dan terbesar keempat di bidang produk teh siap minum (*ready to drink*). Kegiatan usaha utama Perseroan, berdasarkan Anggaran Dasar Perseroan yang terakhir, adalah bidang industri makanan dan minuman, dan bidang perdagangan.

Fokus utama CSR perusahaan adalah program-program yang bertemakan kepedulian diantaranya adalah: 1) kepedulian terhadap lingkungan hidup seperti pengelolaan limbah, 2) kepedulian terhadap kenyamanan masyarakat seperti pemberian bantuan sosial, 3) kepedulian terhadap seni dan budaya daerah seperti menjadi sponsor di acara seni dan budaya, 4) kepedulian di bidang kehidupan beragama, 5) kepedulian di bidang pendidikan seperti pemberian beasiswa, sponsor kegiatan pendidikan, dan lain-lain.

10. PT. Fast Food Indonesia, Tbk

PT Fast Food Indonesia Tbk, pemegang hak waralaba tunggal untuk merek KFC di Indonesia, didirikan oleh Keluarga Gelael pada 1978. Dengan pembukaan gerai KFC yang paling pertama pada bulan Oktober 1979 di Jalan Melawai di Jakarta, Perseroan menjadi pemegang waralaba dari merek KFC. Sukses pembukaan gerai yang pertama diikuti dengan pembukaan gerai-gerai selanjutnya di Jakarta dan ekspansi hingga ke sejumlah kota besar lainnya di Indonesia, antara lain Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, Makassar, dan Manado. Dengan sukses yang terus diraih membangun merek ini, KFC menjadi nama yang ramai dibicarakan dalam usaha restoran cepat saji dan ditanamkan dalam benak pelanggan sebagai merek waralaba cepat saji yang paling dominan di Indonesia.

Kesuksesan perusahaan juga didukung oleh komitmen perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* yang ditandai dengan kepeduliannya terhadap lingkungan hidup melalui program *Green Action*. Perusahaan juga melakukan pengembangan sosial kemasyarakatan dengan program bedah rumah, donor darah, khitanan massal. Perusahaan juga melaksanakan praktik keternagakerjaan, kesehatan dan keselamatan kerja.

11. PT. Pioneerindo Gourment Indonesia, Tbk

PT Pioneerindo Gourmet International Tbk (d/h PT Putra Sejahtera Pioneerindo) didirikan pada tahun 1983. Menjadi salah satu perusahaan pertama di Indonesia yang memperkenalkan model restaurant cepat saji berbahan dasar ayam dengan nama dagang California Pioneer Chicken, terwaralaba Pioneer Take Out dari Amerika Serikat, Perusahaan tumbuh menjadi salah satu restoran cepat saji favorit masyarakat berkat kualitas produk dan layanannya.

Kepercayaan publik adalah hal penting bagi bisnis Perusahaan dan untuk itu harus senantiasa dijaga. Perusahaan senantiasa menjaga stabilitas dan kontinuitas usaha dengan berpegang teguh kepada komitmen kualitas. Perusahaan mencatatkan diri sebagai Perusahaan publik di Bursa Efek Indonesia (d/h Bursa Efek Jakarta) pada bulan April 1994.

PT Pioneerindo Gourmet International Tbk memiliki komitmen kepada komunitas pemangku kepentingan melalui serangkaian program tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility-CSR*). Fokus program *CSR* ini diarahkan pada pengembangan berkelanjutan di bidang-bidang yang dapat memberikan manfaat jangka panjang. Perusahaan menyelenggarakan berbagai

kegiatan antara lain; bantuan korban banjir di wilayah Kalibata, berbagi kasih dengan anak-anak penderita kanker di Yayasan Kasih Anak Kanker Indonesia (*Indonesia Care for Cancer Kids Foundation*), santunan terhadap anak-anak yatim, dan donor darah oleh seluruh karyawan kantor Pusat PGI.

12. PT. Tiga Pilar Sejahtera Food, Tbk

PT Tiga Pilar Sejahtera, Tbk didirikan pada tahun 1992 oleh Joko Mogoginta. Sejak berdirinya, perseroan telah mengusung visi memproduksi makanan berkualitas dengan harga yang terjangkau bagi para konsumen. Perkembangan Perseroan semakin meningkat seiring dengan bertambahnya permintaan konsumen. Dan untuk kian mengokohkan keberadaannya, maka pada tahun 2003, Perseroan pun terdaftar menjadi perusahaan publik dan berubah nama menjadi PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (TPSF) sebagai perusahaan terbuka di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode emiten AISA melalui proses *backdoor listing* dengan mengakuisisi PT Asia Inti Selera yang merupakan produsen mie telur dengan merek dagang Ayam 2 Telor. Perseroan melalui entitas anak berusaha di bidang usaha industri mie kering, mie instan, bihun, snack, biskuit, permen, pengolahan dan distribusi beras, serta perkebunan kelapa sawit.

Tanggung jawab sosial di TPSF ditanamkan di setiap aspek Perseroan dan di setiap lini komunikasi, sehingga menjadi budaya Perseroan yang terus dikedepankan dan menjadi bagian dari prioritas Perseroan untuk kemanusiaan dan lingkungan. Komitmen TPSF adalah menjadikan *CSR* sebagai bagian fundamental dalam rangka mengentaskan berbagai permasalahan sosial di masyarakat dengan

fokus utama adalah memunculkan potensi komunitas masyarakat untuk terus berkembang bersama-sama menuju masa depan yang lebih baik.

Perseroan yakin bahwa kesehatan, program pendidikan, perlindungan lingkungan, kehidupan beragama masyarakat dan bantuan korban bencana alam dapat menjadi pendorong efektif untuk meningkatkan kualitas hidup komunitas secara keseluruhan. Untuk itu seluruh kegiatan CSR Perseroan yang berada di bawah payung program TPSF Sehati penyalurannya difokuskan pada bidang-bidang tersebut secara proporsional, berimbang, dan terencana.

13. PT. Sierad Produce, Tbk

Berawal dari perusahaan perunggasan dengan nama PT Betara Darma Ekspor Impor yang berdiri pada tanggal 6 September 1985, Perseroan mengubah nama menjadi PT Sierad Produce. Transformasi sekaligus menandai tonggak sejarah Perseroan sebagai perusahaan publik yang tercatat di Bursa Efek Jakarta pada tanggal 27 Desember 1996. Kini, Perseroan telah berkembang dan memiliki enam anak perusahaan, di mana lima diantaranya masih beroperasi dan terus mengembangkan pertumbuhan bisnisnya. Kegiatan bisnis Perseroan meliputi pakan ternak, *breeding*, *Hatchery*, *Commercial Farm* dan makanan olahan. Memiliki kegiatan bisnis terpadu yang saling berhubungan dari hulu ke hilir, keberadaan Perseroan selaras dengan upaya pemerintah dalam memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia akan protein hewani dengan harga terjangkau.

Adapun fokus pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*) Perseroan meliputi berbagai aspek seperti

sosial kemasyarakatan, keagamaan, pendidikan serta tanggung jawab terhadap pelanggan dan ketenagakerjaan.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif

Objek penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2013. Berdasarkan penelitian terdapat 13 sampel memenuhi kriteria yang telah ditentukan. Variabel independen penelitian ini adalah pengungkapan CSR dan variabel dependennya adalah profitabilitas yang diukur dengan *NPM*, *ROA*, *ROE*.

Pengukuran CSR dilakukan dengan mencocokkan item-item pengungkapan *CSR* (sebagaimana yang terdapat pada lampiran 1) dengan item yang diungkapkan perusahaan. Setelah mengidentifikasi item yang diungkapkan oleh perusahaan di dalam laporan tahunan, serta mencocokkannya pada *check list*, hasil pengungkapan item yang diperoleh dari setiap perusahaan dihitung indeksinya (hasil penghitungan indeks *CSR* dapat dilihat pada lampiran 2).

Adapun nilai rasio *NPM*, *ROA* dan *ROE* diperoleh dari ikhtisar data keuangan perusahaan, kemudian dicocokkan dengan rumus penghitungan rasio-rasio tersebut sebagaimana yang terdapat pada bab III table 3.3 (Definisi Operasional Variabel). Apabila ada yang tidak cocok, maka peneliti menggunakan hasil penghitungan sendiri berdasarkan rumus rasio-rasio tersebut. Nilai rasio *NPM*, *ROA* dan *ROE* yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada lampiran 3.

Setelah nilai dari masing-masing variabel ditemukan, maka gambaran statistik deskriptif dari variabel-variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>CSR</i>	52	13.92	67.09	35.3912	16.54278
<i>NPM</i>	52	.20	33.50	10.4048	8.77737
<i>ROA</i>	52	.30	67.00	13.0058	12.39735
<i>ROE</i>	52	.70	137.50	25.0308	28.00016
Valid N (listwise)	52				

Sumber: data sekunder diolah, 2014

Tabel 4.1 menyajikan informasi bahwa jumlah data yang menjadi objek penelitian adalah 52. Jumlah tersebut adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2013 yang memenuhi kriteria dalam pemilihan sampel.

Nilai minimum *CSRI* adalah sebesar 13.92% yang artinya perusahaan mengungkapkan *CSR* paling rendah adalah sebanyak 11 pengungkapan dari 79 item pengungkapan yang seharusnya dilakukan. Perusahaan yang mengungkapkan *CSR* terendah adalah PT Prashida Aneka Niaga Tbk dan PT Pioneerindo Gourment Indonesia Tbk pada tahun 2010. Pengungkapan *CSR* maksimum atau terbesar diungkapkan oleh perusahaan makanan dan minuman yaitu sebesar 67.09% yang berarti perusahaan mengungkapkan 53 item dari total item yang seharusnya diungkapkan dalam laporan tahunan (79 item). Perusahaan yang mengungkapkan *CSR* terbesar adalah PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk pada tahun 2013. Sedangkan mean *CSRI* sebesar 35.3912 (35.39%) yang

menunjukkan rata-rata atau mayoritas perusahaan mengungkapkan pelaksanaan $CSR \leq 35,39\%$. *CSRI* memiliki standar deviasi sebesar 16.54278 (16,54%).

Variabel *NPM* dihitung dengan membandingkan laba bersih dengan penjualan bersih. Berdasarkan analisis data pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa nilai minimum *NPM* adalah 0.20% yang dimiliki oleh PT Sierad Produce, Tbk pada tahun 2013. Sedangkan nilai maksimum *NPM* adalah 33.50% yang dimiliki oleh PT. Multi Bintang Indonesia, Tbk pada tahun 2013. Adapun perusahaan makanan dan minuman memiliki mean *NPM* sebesar 10.4048 (10,40%). Sedangkan standar deviasinya sebesar 8.77737 (8,77%).

Variabel *ROA* dihitung dengan membandingkan laba bersih dengan total aset. Berdasarkan analisis data pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa nilai minimum *ROA* adalah 0.30% yang dimiliki oleh PT Sierad Produce, Tbk pada tahun 2013. Sedangkan nilai maksimum *ROA* adalah 67.00% yang dimiliki oleh PT. Multi Bintang Indonesia, Tbk pada tahun 2013. Adapun perusahaan makanan dan minuman memiliki mean *ROA* sebesar 13.0058 (13%). Sedangkan standar deviasinya sebesar 12.39735.

Variabel *ROE* dihitung dengan membandingkan laba bersih dengan total ekuitas. Berdasarkan analisis data pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa nilai minimum *ROE* adalah 0.70% yang dimiliki oleh PT Sierad Produce, Tbk pada tahun 2013. Sedangkan nilai maksimum *ROE* adalah 137.50% yang dimiliki oleh PT. Multi Bintang Indonesia, Tbk pada tahun 2012. Adapun perusahaan makanan dan minuman memiliki mean *ROE* sebesar 25.0308 (25%). Sedangkan standar deviasinya sebesar 28.00016.

4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan agar model regresi yang digunakan menjadi model yang BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). Uji asumsi klasik yang dilakukan adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

4.2.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal.

Uji *One Sample Kolomogrov Smirnov* digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal, *poisson*, *uniform*, atau *exponential*. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residual terdistribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05. (Priyatno, 2012:147).

Tabel 4.2
Hasil Uji Normalitas Dependen NPM

		Unstandardized Residual
N		52
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.68795706
Most Extreme Differences	Absolute	.160
	Positive	.160
	Negative	-.103
Kolmogorov-Smirnov Z		1.151
Asymp. Sig. (2-tailed)		.141

a. Test distribution is Normal

Sumber: Data Sekunder diolah, 2014

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji normalitas dependen *NPM* diperoleh nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov Z sebesar $0,141 > 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Tabel 4.3
Hasil Uji Normalitas Dependen *ROA*

		Unstandardized Residual
N		52
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	12.26839249
Most Extreme Differences	Absolute	.162
	Positive	.162
	Negative	-.161
Kolmogorov-Smirnov Z		1.165
Asymp. Sig. (2-tailed)		.133

a. Test distribution is Normal
Sumber: Data Sekunder diolah, 2014

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji normalitas dependen *ROA* diperoleh nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov Z sebesar $0,133 > 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Tabel 4.4
Normalitas Awal Dependen *ROE*

		Unstandardized Residual
N		52
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	27.76336068
Most Extreme Differences	Absolute	.263
	Positive	.263
	Negative	-.201
Kolmogorov-Smirnov Z		1.897
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001

a. Test distribution is Normal
Sumber: Data Sekunder diolah, 2014

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ yang artinya bahwa data masih belum berdistribusi normal. Setelah dilakukan pengujian lebih lanjut, ternyata di dalam data terdapat dua *Outlier* yang terdeteksi, yaitu pada perusahaan Multi Bintang Indonesia, Tbk.

Menurut Ghozali (2006) ada empat penyebab timbulnya data *Outlier*, yaitu :

- a. Kesalahan dalam meng-entri data.
- b. Gagal menspesifikasi adanya missing value dalam program komputer.
- c. *Outlier* bukan merupakan anggota populasi yang diambil sebagai sampel.
- d. *Outlier* berasal dari populasi yang diambil sebagai sampel, tetapi distribusi dari variabel dalam populasi tersebut memiliki nilai ekstrim dan tidak berdistribusi secara normal.

Berdasarkan olah data, penyebab timbulnya *Outlier* pada penelitian ini adalah *Outlier* berasal dari populasi yang diambil sebagai sampel, tetapi distribusi dari variabel dalam populasi tersebut memiliki nilai ekstrim dan tidak terdistribusi secara normal. Hal ini ditunjukkan pada perusahaan Multi Bintang Indonesia yang nilainya sangat tinggi yaitu sebesar 137,50% dan 120,70%. Angka ini sangat jauh dari nilai rata-rata perusahaan yang hanya berkisar 25%.

Tabel 4.5
Hasil Uji Normalitas Dependen ROE Setelah *Outlier*

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	18.55225606
Most Extreme Differences	Absolute	.180
	Positive	.180
	Negative	-.149
Kolmogorov-Smirnov Z		1.274
Asymp. Sig. (2-tailed)		.078

a. Test distribution is Normal
 Sumber: Data Sekunder diolah, 2014

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji normalitas dependen ROE setelah mengeluarkan data *outlier* (data ekstrim) sebanyak 2 data, maka diperoleh nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov Z sebesar $0,078 > 0,05$, sehingga data telah berdistribusi normal dengan jumlah data 50.

4.2.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Untuk lebih menjamin keakuratan hasil uji heteroskedastisitas maka dilakukan uji statistik dengan menggunakan Uji Koefisien Korelasi Spearman's Rho. Metode uji heteroskedastisitas dengan korelasi Spearman's Rho yaitu mengkorelasikan variabel independen dengan nilai unstandardized residual.

Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika korelasi antara variabel independen dengan residual didapat signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi. (Priyatno, 2012: 167-168). Adapun hasil uji heteroskedastisitas terhadap variabel-variabel penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Ringkasan Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig. Spearman's rho	Kesimpulan
<i>CSR</i> → <i>NPM</i>	0,193 > 0,05	Homoskedastisitas
<i>CSR</i> → <i>ROA</i>	0,770 > 0,05	Homoskedastisitas
<i>CSR</i> → <i>ROE</i>	0,261 > 0,05	Homoskedastisitas

Variabel dependen: *NPM*, *ROA*, *ROE*

Sumber: data sekunder diolah, 2014

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji heteroskedastisitas *CSR* dan *NPM* diperoleh nilai signifikansi korelasi Spearman's Rho sebesar $0,193 > 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai.

Hasil uji heteroskedastisitas *CSR* dan *ROA* diperoleh nilai signifikansi korelasi Spearman's Rho sebesar $0,770 > 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai.

Adapun hasil uji heteroskedastisitas *CSR* dan *ROE* diperoleh nilai signifikansi korelasi Spearman's Rho sebesar $0,261 > 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai.

4.2.2.3 Uji autokorelasi

Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan autokorelasi dengan tabel Durbin-Watson dinyatakan bahwa jika $DU < DW < 4-DU$ maka tidak terjadi autokorelasi. Adapun hasil analisis data, menunjukkan nilai Durbin-Watson sebagai berikut:

Tabel 4.7
Nilai Durbin-Watson

Model	Durbin-Watson	kriteria	Keterangan
<i>NPM</i>	1.614	$1.591 < 1.614 < 2.409$	tidak terjadi Autokorelasi
<i>ROA</i>	1.858	$1.591 < 1.858 < 2.409$	
<i>ROE</i>	2.149	$1.584 < 2.149 < 2.416$	

Variabel dependen: *NPM*, *ROA*, *ROE*
Sumber: data sekunder diolah, 2014

4.2.3 Pengujian Hipotesis

Dengan tidak adanya penyimpangan terhadap asumsi klasik, maka hasil persamaan regresi dapat diinterpretasikan. Hasil pengujian regresi diperoleh sebagai berikut:

4.2.3.1 Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel independen yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap satu variabel dependen yaitu profitabilitas yang diukur dengan *NPM*, *ROA*, *ROE*. Dalam analisis regresi sederhana ini ada tiga model sebagaimana yang tersebut di bab sebelumnya. Berikut adalah hasil perhitungan SPSS:

Tabel 4.8
Hasil Analisis Regresi Model 1 (CSR dan NPM)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.069	2.232		1.823	.074
CSR	.117	.057	.278	2.048	.046

a. Dependent Variable: NPM

Tabel 4.9
Hasil Analisis Regresi Model 2 (CSR dan ROA)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.190	4.090		2.247	.029
csr	.108	.105	.144	1.028	.309

a. Dependent Variable: ROA

Tabel 4.10
Hasil Analisis Regresi Model 3 (CSR dan ROE)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.522	6.197		2.343	.023
CSR	.180	.159	.161	1.133	.263

a. Dependent Variable: ROE

$$NPM = 4,069 + 0,117CSR_i \dots \dots \dots \text{model 1}$$

$$ROA = 9,190 + 0,108CSR_i \dots \dots \dots \text{model 2}$$

$$ROE = 14,522 + 0,180CSR_i \dots \dots \dots \text{model 3}$$

Model 1 diperoleh persamaan regresi $\alpha = 4,069$ yang menunjukkan *CSRI* (X) dianggap konstan maka *Net Profit Margin* (Y_1) mempunyai nilai positif. Adapun nilai $\beta = 0,117$ menunjukkan variabel *CSRI* (X) berpengaruh positif artinya *CSRI* meningkat satu-satuan unit maka *Net Profit Margin* (Y_1) akan naik sebesar 0,117 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

Model 2 diperoleh persamaan regresi $\alpha = 9,190$ yang menunjukkan *CSRI* (X) dianggap konstan maka *Return On Assets* (Y_2) mempunyai nilai positif. Adapun nilai $\beta = 0,108$ menunjukkan variabel *CSRI* (X) berpengaruh positif artinya *CSRI* meningkat satu-satuan unit maka *Return On Assets* (Y_2) akan naik sebesar 0,108 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

Model 3 diperoleh persamaan regresi $\alpha = 14,522$ yang menunjukkan *CSRI* (X) dianggap konstan maka *Return On Equity* (Y_3) mempunyai nilai positif. Adapun nilai $\beta = 0,180$ menunjukkan variabel *CSRI* (X) berpengaruh positif artinya *CSRI* meningkat satu-satuan unit maka *Return On Equity* (Y_3) akan naik sebesar 0,180 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

4.2.3.2 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t ini digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh suatu variabel bebas, yaitu Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap variabel terikat atau dependen yaitu profitabilitas yang diukur dengan *Net Profit Margin*, *Return On Assets*, dan *Return On Equity* secara parsial. Hasil perhitungan dengan program SPSS uji t dapat dilihat pada tabel 4.8, 4.9, dan 4.10 di atas.

Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi (α) $< 0,05$ maka H_0 yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen ditolak. Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi (α) $> 0,05$ maka H_0 diterima, yang berarti secara parsial variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Menentukan t_{tabel} dengan $\alpha = 0,05$ dan $n = 52$ diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2,009 (uji dua arah). Adapun dengan $n = 50$ diperoleh $t_{tabel} = 2,011$. Dengan demikian untuk pengujian masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

a. Net Profit Margin (NPM)

Berdasarkan tabel 4.8, hasil uji t variabel independen *CSR* dan variabel dependen *NPM* menunjukkan t_{hitung} sebesar 2,048 $> t_{tabel}$ 2,009 dengan nilai sig. = 0,046 $< 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel independen (*CSR*) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (*NPM*). Dengan demikian, bahwa H_1 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh terhadap *Net Profit Margin (NPM)* diterima, dan H_0 ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan pula bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* mampu meningkatkan nilai *Net Profit Margin (NPM)* perusahaan makanan dan minuman.

b. Return On Assets (ROA)

Berdasarkan tabel 4.9, hasil uji t variabel independen *CSR* dan variabel dependen *ROA* menunjukkan t hitung sebesar $1,028 < t \text{ tabel } 2,009$ dengan nilai $\text{sig.} = 0,309 > 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel independen (*CSR*) secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen (*ROA*). Dengan demikian, H_2 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh terhadap *Return On Assets (ROA)* ditolak, dan H_0 diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan pula bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* tidak dapat meningkatkan nilai *Return On Assets (ROA)* perusahaan makanan dan minuman.

c. Return On Equity (ROE)

Berdasarkan tabel 4.10, hasil uji t variabel independen *CSR* dan variabel dependen *ROE* menunjukkan t hitung sebesar $1,133 < t \text{ tabel } 2,011$ dengan nilai $\text{sig.} = 0,263 > 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel independen (*CSR*) secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen (*ROE*). Dengan demikian, H_3 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh terhadap *Return On Equity (ROE)* ditolak, dan H_0 diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan pula bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* tidak dapat meningkatkan nilai *Return On Equity (ROE)* perusahaan makanan dan minuman.

4.2.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi adalah untuk mengetahui derajat pengaruh dalam bentuk persentase dari variabel independen yaitu pengungkapan *CSR*

terhadap variabel dependen yaitu profitabilitas yang diukur dengan *NPM*, *ROA*, dan *ROE*. Hasil perhitungan Koefisien Determinasi (R^2) yang telah diolah dengan program SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.278 ^a	.077	.059	6.75986
2	.144 ^a	.021	.001	12.39047
3	.161 ^a	.026	.006	18.74451

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: NPM, ROA, ROE

Berdasarkan tabel di atas, koefisien *R Square* sebesar 7,7%, 2,1%, dan 2,6%. Hal ini berarti bahwa 12,4% variabel profitabilitas yang diukur dengan *Net Profit Margin*, *Return On Assets* dan *Return On Equity* dapat dijelaskan oleh variabel pengungkapan CSR perusahaan. Sedangkan sisanya (100% - 12,4 = 87,6%) dijelaskan oleh faktor-faktor lain.

4.3 Pembahasan

Seperti yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya bahwa penelitian ini menggunakan regresi sederhana dalam menguji hipotesis yang diajukan. Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara menguji persamaan regresi secara parsial terhadap masing-masing model regresi. Berikut ini akan dibahas hasil pengujian signifikansi variabel secara parsial dengan lebih detail.

4.3.1 Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap *Net Profit Margin (NPM)*

Berdasarkan hasil pengujian parsial regresi linier pada tabel 4.8, pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh signifikan terhadap *Net Profit Margin (NPM)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR mampu meningkatkan nilai *Net Profit Margin* perusahaan makanan dan minuman.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Almar dkk (2012) yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *Net Profit Margin*, di mana semakin tinggi pengungkapan CSR maka semakin tinggi *Net Profit Margin* perusahaan. Perusahaan yang melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* tentu akan mendapatkan *respect* yang lebih, daripada perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Dengan pengungkapan CSR, perusahaan mampu menarik perhatian konsumen sehingga tingkat penjualan dapat meningkat dengan ditandai meningkatnya margin laba perusahaan. Semakin baik pengungkapan CSR perusahaan, khususnya pengungkapan yang berorientasi pada produk dan konsumen maka margin laba dapat meningkat baik pula. Dari uraian di atas, dapat diketahui bahwa mengungkapkan *Corporate Social Responsibility (CSR)* memberikan pengaruh yang signifikan pada margin laba bersih perusahaan makanan dan minuman. Artinya, pengungkapan CSR dapat menaikkan *Net Profit Margin*, sehingga nilai PDB akan naik dan APBN pun bisa meningkat guna mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan.

Pengungkapan *CSR* berhasil dibuktikan berpengaruh terhadap *Net Profit Margin*, maka perusahaan makanan dan minuman dapat memberikan kontribusi yang lebih baik dalam mewujudkan pemerataan pembangunan yang berkelanjutan baik secara langsung melalui program *CSR* perusahaan maupun secara tidak langsung melalui nilai profitabilitasnya (dalam hal ini adalah rasio *Net Profit Margin*).

Hasil penelitian ini kontradiktif dengan penelitian yang dilakukan Ariwenda (2011) yang menyatakan bahwa pengungkapan *CSR* tidak berpengaruh terhadap *NPM*. Hal ini salah satunya bisa disebabkan karena objek penelitian yang berbeda sehingga hasil penelitian juga berbeda (kontra dengan hasil penelitian ini).

4.3.2 Pengaruh Pengungkapan *CSR* terhadap *Return On Assets (ROA)*

Berdasarkan hasil pengujian parsial regresi linier pada tabel 4.9, pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh tidak signifikan terhadap *Return On Assets (ROA)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan *CSR* tidak dapat meningkatkan nilai *Return On Assets (ROA)* perusahaan makanan dan minuman secara signifikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Januarti dan Dini (2005) dan Kamaludin (2010) yang melaporkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas (*ROA*). Menurut penelitian Januarti dan Dini (2005) hal ini dikarenakan dalam pelaksanaan *CSR* perusahaan terdapat biaya tambahan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial

perusahaan dan manfaatnya dapat dirasakan untuk jangka panjang, bukan untuk jangka pendek. Di samping itu juga, biaya tambahan untuk program *CSR* mungkin dirasakan menambah beban perusahaan, serta pelaksanaan dan pengungkapan *CSR* menjadi kurang maksimal. Hal ini dapat dilihat dari rendahnya tingkat pengungkapan *CSR* perusahaan makanan dan minuman yang hanya 35%. Terlebih lagi pada awalnya asosiasi pengusaha makanan dan minuman menolak diwajibkannya pengungkapan *CSR* dalam laporan tahunan perusahaan. Penelitian Pratiwi (2013) menjelaskan bahwa hal ini dikarenakan perusahaan gagal memberikan informasi yang lebih kepada investor serta besar kecilnya tingkat pengungkapan *CSR* tidak ada pengaruh dengan tingkat pengembalian asset dan investasi. Waddock *et al* (1997) dalam Uadiale *et al* (2011) berasumsi bahwa perusahaan dengan perilaku yang bertanggung jawab mungkin memiliki kelemahan kompetitif, karena mereka memiliki biaya yang tidak perlu. Biaya ini, berada langsung pada *bottom line* dan tentu akan mengurangi keuntungan pemegang saham dan kekayaan. Hal inilah yang menyebabkan laba perusahaan menurun dan akan diikuti dengan peningkatan *Return On Assets (ROA)* yang tidak signifikan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Almar (2012) yang menunjukkan bahwa pengungkapan *CSR* berpengaruh signifikan terhadap *Return On Assets (ROA)*, di mana semakin baik penerapan *CSR* maka tingkat profitabilitas (*ROA*) akan meningkat atau sebaliknya jika pengungkapan *CSR* tidak baik maka tingkat profitabilitas akan turun.

4.3.3 Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Return On Equity (ROE)

Berdasarkan hasil pengujian parsial regresi linier pada tabel 4.10, pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh tidak signifikan terhadap *Return On Equity (ROE)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan *CSR* tidak dapat meningkatkan nilai *Return On Equity (ROE)* perusahaan makanan dan minuman secara signifikan.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Kamaludin (2010) dan Indrawan (2011) yang menyatakan bahwa pengungkapan *CSR* berpengaruh signifikan terhadap *ROE*. Namun, penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lindrawati, dkk (2008) dan Yaparto, dkk (2013) yang menunjukkan bahwa pengungkapan *CSR* tidak berpengaruh signifikan terhadap *ROE*. Pada penelitian Titisari *et al* (2010) dalam Yaparto, dkk (2013) menjelaskan bahwa hal ini disebabkan karena isu mengenai *CSR* merupakan hal yang relatif baru di Indonesia. Selain itu, kebanyakan investor memiliki persepsi yang rendah terhadap pengungkapan *CSR* karena umumnya perusahaan melakukan pengungkapan *CSR* hanya sebagai bagian dari iklan dan menghindari untuk memberikan informasi yang relevan. Oleh karena itu, tak jarang perusahaan akan mengungkapkan hal-hal yang baik dan menutupi hal-hal yang menurut perusahaan tidak memberikan keuntungan sehingga memicu kualitas pengungkapan *CSR* masih dipertimbangkan oleh investor sehingga mengurangi ketertarikan investor untuk menanamkan modal kepada perusahaan dan menyebabkan peningkatan *ROE* perusahaan secara tidak signifikan.