



Published every April, August and December

**JURNAL RISET AKUNTANSI & KEUANGAN**

ISSN:2541-061X (Online). ISSN:2338-1507(Print). <http://ejournal.upi.edu/index.php/JRAK>



## **Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur dan Jasa yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia**

**Sari Wulandari<sup>1</sup> Hanifa Zulhaimi<sup>2</sup>**

Program Studi Akuntansi, FPEB, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia

**Abstract.** *The aim of this research is determine how the influence profitability to corporate social responsibility in manufacturing and services companies listed in IDX. Profitability is measured by ROI, and corporate social responsibility is measured by the cost of corporate social responsibility. The method used in this research is a causal relationship. The population in this research is the manufacturing and service companies listed on the IDX, and the sampling method using purposive sampling method. Sources of data in this research is secondary data gathered by technical documentation, which is derived from the Indonesian Stock Exchange (IDX) or website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Analysis of the data using panel data regression analysis with random effect model. Based on analysis of panel data regression model with random effect using Eviews 8 application, can be known there is an influence on the profitability to corporate social responsibility in manufacturing and service companies listed in IDX.*

**Keywords:** *corporate social responsibility; profitability.*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap corporate social responsibility pada perusahaan manufaktur dan jasa yang terdaftar di BEI. Profitabilitas diukur dengan ROI, dan corporate social responsibility diukur dengan biaya corporate social responsibility. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu hubungan kausal. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur dan jasa yang terdaftar di BEI, dan metode pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Sumber data pada penelitian ini yaitu data sekunder yang dikumpulkan dengan teknik dokumentasi, yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) atau website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi data panel dengan model random effect. Berdasarkan hasil analisis regresi data panel dengan model random effect dengan menggunakan aplikasi Eviews 8 maka dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh profitabilitas terhadap corporate social responsibility pada perusahaan manufaktur dan jasa yang terdaftar di BEI.

**Kata Kunci:** *corporate social responsibility; profitabilitas.*

**Corresponding author.** Email: [sariwulandari80@gmail.com](mailto:sariwulandari80@gmail.com)<sup>1</sup>, [hanifa.zulhaimi@upi.edu](mailto:hanifa.zulhaimi@upi.edu)<sup>2</sup>

**How to cite this article.** Wulandari, S., & Zulhaimi, H. (2017). Pengaruh Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur dan Jasa yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan Program Studi Akuntansi Fakultas Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia*, 5(2), 1477–1488. <https://doi.org/10.17509/jrak.v5i2.8515>

**History of article.** Received: Mei 2017, Revision: Juli 2017, Published: Agustus 2017

Online ISSN: 2541-061X. Print ISSN: 2338-1507. DOI :10.17509/jrak.v5i2.8515

Copyright©2017. Published by Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan. Program Studi Akuntansi. FPEB. UPI

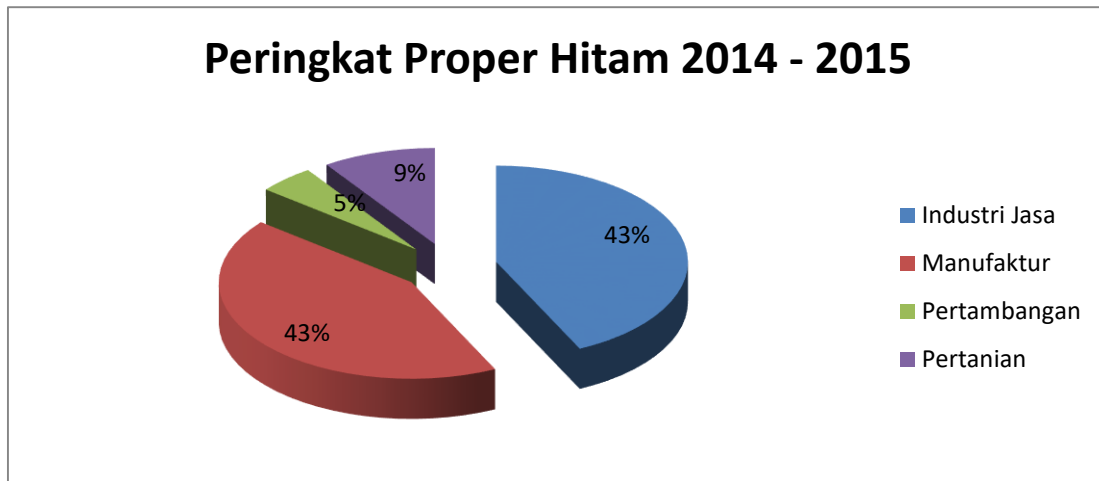
## PENDAHULUAN

*Corporate social responsibility* atau pertanggungjawaban sosial merupakan tanggungjawab perusahaan yang diberikan kepada sosial dan lingkungan yang berada didaerah perusahaan tersebut ataupun didaerah lain yang ada di suatu negara. Menurut Rachman, Efendi, & Wicaksana (2011, hlm. 15) mengemukakan bahwa *corporate social responsibility* “upaya sungguh – sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan agar mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan”. *Corporate social responsibility* kategori lingkungan merupakan tanggung jawab sosial yang berkaitan dengan lingkungan, salah satunya yaitu pengolahan limbah. Untuk mengetahui perusahaan telah melakukan pengelolaan lingkungan dengan baik atau belum dapat dilihat dari Program Penilaian Kinerja Perusahaan Dalam Pengolahan Lingkungan Hidup (Proper). *Corporate social responsibility* kategori sosial merupakan tanggungjawab sosial yang dilakukan perusahaan yang berkaitan dengan sosial, salah satunya yaitu *commite development* atau pengembangan sosial yang berupa beasiswa pendidikan dan lain- lain. Serta *corporate social responsibility* kategori ekonomi merupakan tanggungjawab sosial yang berkaitan dengan ekonomi, seperti meminjamkan dana kepada usaha kecil dan menengah untuk mengelola usaha dengan dana yang disediakan oleh perusahaan.

Kewajiban melaksanakan *corporate social responsibility* diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 Ayat (1), PP No. 47 Tahun 2012 Tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas Pasal 2 dan Pasal 3 Ayat (1), UU No. 25 Tahun 2007 Tentang

Penanaman Modal Pasal 15b. Perusahaan yang tidak melaksanakan kewajiban *corporate social responsibility* akan dikenakan sanksi sesuai dengan yang diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 Ayat (3), PP No. 47 Tahun 2012 Tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas Pasal 7 Ayat (3), UU No. 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal Pasal 34 Ayat (1) dan (3), dan UU No. 32 Tahun 2009 Tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup Pasal 76 Ayat (1) dan (2). Bagi perusahaan yang menimbulkan dampak negatif serta tidak melaksanakan kewajiban *corporate social responsibility* akan memperoleh sanksi yang sangat merugikan bagi perusahaan karena perusahaan dibekukan dan dicabut usahanya sehingga tidak dapat beroperasi kembali.

Perusahaan dalam melakukan operasi bisnisnya, banyak yang menimbulkan pencemaran bagi lingkungan serta dapat menimbulkan penyakit bagi masyarakat di lingkungan tersebut. Perusahaan harus melakukan pengelolaan atas dampak negatif yang ditimbulkan oleh operasi perusahaan. Untuk mengetahui pengelolaan yang dilakukan oleh perusahaan baik atau belum, salah satunya dapat dilihat berdasarkan Program Penilaian Kinerja Perusahaan Dalam Pengolahan Lingkungan Hidup (Proper). Program Penilaian Kinerja Perusahaan Dalam Pengolahan Lingkungan Hidup (Proper) merupakan Program Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (LHK) bidang pengendalian pencemaran kerusakan lingkungan hidup serta pengelolaan limbah bahan beracun berbahaya (B3). Berdasarkan keputusan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia perusahaan yang memperoleh proper hitam 2014 – 2015 diantaranya yaitu:



Sumber: Data diolah Penulis (KLH, 2015)

Gambar 1. Peringkat Proper Hitam 2014 – 2015 Berdasarkan Keputusan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia

Gambar 1. menunjukkan peringkat Proper hitam tahun 2014 – 2015, perusahaan yang memperoleh peringkat Proper hitam paling banyak yaitu perusahaan manufaktur dan jasa yang masing – masing 43 %.

Perusahaan mengatasi dampak negatif yang ditimbulkan operasi perusahaan dengan memberikan sebagian keuntungan yang diperoleh perusahaan untuk program *corporate social responsibility*. Namun besarnya dana untuk program *corporate social responsibility* dari keuntungan belum ada ketentuan yang mengaturnya, pada saat ini masih dalam bentuk rencana undang – undang. Dalam RUU Tanggungjawab Sosial, menurut Wakil Ketua Komisi VIII DPR Abdul Malik Haramain yang dilansir pada Kompas.com (13 November 2016) mengatakan bahwa dari usulan yang masuk, besaran dana *corporate social responsibility* yang harus diberikan perusahaan harusnya mencapai 2 persen, 2,5 persen, atau 3 persen dari keuntungan. Sehingga besaran dana untuk program *corporate social responsibility* masih berifat sukarela.

Besarnya CSR dari laba pada perusahaan manufaktur dan jasa rata – rata kurang dari 1 % karena kurangnya kesadaran perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Hal tersebut terjadi karena belum adanya peraturan yang menetapkan besarnya CSR dari laba, sehingga pemberian dana untuk program CSR masih bersifat sukarela.

Seharusnya dana yang diberikan perusahaan untuk program *corporate social responsibility* sesuai dengan keuntungan yang diperoleh perusahaan.

Menurut (Rindawati & Asyik, 2015; Purba & Yadnya, 2015; Setyono & Subadjo, 2014; Budiman, 2015) menunjukkan bahwa “profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*”. Adanya hubungan yang signifikan antara kinerja ekonomi (ROA) dengan pengungkapan indeks sosial dan lingkungan (Fath, 2016). Sedangkan hasil penelitian (Kamil, 2012; Mutia, Zuraida, & Andriani, 2011; Dewi & Suaryana, 2015) “profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*”. Menurut (Maiyarni, Susfayetti, & Erwati, 2014) profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Dari beberapa penelitian terdahulu dinyatakan bahwa *corporate social responsibility* diukur dari pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan menurut Dewi & Suaryana (2015) variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, karena skor untuk menghitung *corporate social responsibility* tidak melibatkan besaran uangnya, sehingga skor yang tinggi belum tentu mengindikasikan bahwa kegiatan *corporate social responsibility*nya dalam jumlah nilai uang yang lebih besar. Sehingga

pada penelitian ini *corporate social responsibility* diukur menggunakan besaran uangnya yaitu dilihat dari biaya *corporate social responsibility* yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Perusahaan harus memberikan sebagian keuntungan untuk program *corporate social responsibility*, sehingga dapat dikatakan bahwa keuntungan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Namun dalam kenyataannya keuntungan tidak selalu berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*, karena *corporate social responsibility* yang diberikan jumlahnya tidak sesuai dengan keuntungan yang diperoleh perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka penulis merumuskan masalah bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur dan jasa yang terdaftar di BEI. Dengan tujuan penelitian ini yaitu mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur dan jasa yang terdaftar di BEI. Penelitian ini bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan serta wawasan penulis, pembaca, serta peneliti selanjutnya mengenai pengaruh profitabilitas terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur dan jasa yang terdaftar BEI, serta dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam menetapkan Rencana Undang – Undang Tanggungjawab Sosial, dengan tujuan perusahaan memberikan biaya *corporate social responsibility* sesuai dengan keuntungan yang diperoleh perusahaan, yang diharapkan dapat mengatasi dampak negatif yang ditimbulkan oleh operasi perusahaan.

## KAJIAN LITERATUR

### Teori Legitimasi (*Legitimasi Theory*)

Menurut Gray dkk. (dalam Hadi, 2011, hlm. 88) “legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada

*society*, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat”.

### Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Esensi teori *stakeholder* jika ditarik interkoneksi dengan teori legitimasi yang mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya mengurangi *expectation gap* dengan masyarakat (publik) sekitar guna meningkatkan legitimasi (pengakuan) masyarakat, ternyata terdapat benang merah. Untuk itu, perusahaan hendaknya menjaga reputasinya yaitu dengan menggeser pola orientasi (tujuan) yang semula semata-mata diukur dengan *economic measurement* yang cenderung *shareholder orientation*, kearah memperhitungkan faktor sosial (*social factors*) sebagai wujud kepedulian dan keberpihakan terhadap masalah sosial kemasyarakatan (*stakeholder orientation*) (Hadi, 2011, hlm. 95).

### Teori Kontrak Sosial (*Social Contract Theory*)

Hadi (2011, hlm. 95) mengemukakan bahwa kontrak sosial (*social contract*) muncul adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat, agar terjadi keselarasan, keserasian dan keseimbangan, termasuk terhadap lingkungan. Perusahaan, yang merupakan kelompok orang memiliki kesamaan tujuan dan berusaha mencapai tujuan secara bersama, adalah bagian dari masyarakat dalam lingkungan yang lebih besar. Keberadaannya, sangat ditentukan oleh masyarakat, dimana antara keduanya saling pengaruh – mempengaruhi. Untuk itu, agar terjadi keseimbangan (*equality*), maka perlu kontrak sosial (*social contract*) baik secara eksplisit maupun implisit sehingga terjadi kesepakatan – kesepakatan yang saling melindungi kepentingannya.

### Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang

dihasilkan dari penjualan atau dari pendapatan investasi. Dikatakan perusahaan rentabilitasnya baik apabila mampu memenuhi target laba yang telah ditetapkan dengan menggunakan aktiva atau modal yang dimilikinya (Kasmir, 2015, hlm. 114).

Rasio profitabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu *return on investment* (ROI) atau disebut juga dengan *return on asset* (ROA), sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rindawati & Asyik (2015); Setyono & Subadjo (2014); & Kamil (2012). *Return on Investment* atau *Return on Asset* merupakan rasio yang dapat menunjukkan return atau laba yang diperoleh suatu perusahaan, atas jumlah aktiva yang digunakan oleh perusahaan tersebut.

Rumus *Return on Investment* atau *Return on Asset*, menurut Kasmir (2015, hlm. 202) yaitu:

$$\text{Return On Investment (ROI)} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Total assets}}$$

### **Corporate Social Responsibility**

Menurut Rachman, Efendi, & Wicaksana (2011, hlm. 15) mengemukakan bahwa *corporate social responsibility* upaya sungguh – sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan agar mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. *Corporate social responsibility* diukur dengan biaya *corporate social responsibility* yang dikeluarkan oleh perusahaan.

$$\text{Corporate Social Responsibility} = \text{Biaya Corporate Social Responsibility}$$

### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility**

Menurut Hadi (2011, hlm. 35) perusahaan adalah pihak yang memperoleh keuntungan besar dalam pemanfaatan sumber daya tersebut, sementara masyarakat yang justru menanggung akibat negatif (*negative externalities*) baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung. Untuk itu perusahaan

harus bertanggungjawab atas berbagai dampak negatif yang dimunculkan. Perusahaan harus mengembalikan sebagian keuntungan yang diperoleh untuk kesejahteraan masyarakat, perbaikan kerusakan yang ditimbulkan, serta memberikan nilai timbal – balik kepada para pemangku kepentingan. Dengan demikian, perusahaan harus melakukan tindakan tanggungjawab sosial, dan menjadi bagian yang tak terpisahkan dari operasionalnya. Tanggungjawab sosial merupakan aktivitas kontraprestasi langsung dan tidak langsung akibat operasional perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan.

Perusahaan memperoleh keuntungan yang besar, namun perusahaan dalam menjalankan operasinya menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan berupa pencemaran terhadap lingkungan dan penurunan tingkat kesehatan masyarakat. Sehingga perusahaan harus memberikan sebagian keuntungan yang diperoleh untuk program *corporate social responsibility* yang bertujuan untuk mengatasi dampak negatif yang ditimbulkan oleh operasi perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan. Sehingga dapat dikatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

Penelitian terdahulu dilakukan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap *corporate social responsibility*. Penelitian yang dilakukan oleh (Rindawati & Asyik, 2015; Purba & Yadnya, 2015; Setyono & Subadjo, 2014; Budiman, 2015) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Adanya hubungan yang signifikan antara kinerja ekonomi (ROA) dengan pengungkapan indeks sosial dan lingkungan (Fath, 2016). Sedangkan hasil penelitian (Kamil, 2012; Mutia, Zuraida, & Andriani, 2011; Dewi & Suaryana, 2015) profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, dan menurut (Maiyarni et al., 2014) profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan kajian pustaka maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H: Profitabilitas berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility.

## METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan desain penelitian hubungan kausal. Menurut Sugiyono (2013, hlm. 56) “hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi)”. Dengan menggunakan desain penelitian hubungan kausal dapat diketahui pengaruh profitabilitas dengan *corporate social responsibility*. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur dan jasa yang terdaftar di BEI. Teknik *sampling* pada penelitian ini yaitu *purposive sampling* dan didapat 33 perusahaan yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan Manufaktur dan Jasa yang terdaftar di BEI yang secara konsisten menyajikan laporan keuangan dan laporan tahunan periode 2012 – 2014 (dalam Rupiah)
2. Perusahaan Manufaktur dan Jasa yang bukan BUMN
3. Perusahaan Jasa selain sektor keuangan
4. Perusahaan Manufaktur dan Jasa yang menyajikan dana program *corporate social responsibility*.

Sumber data pada penelitian ini yaitu data sekunder yang dikumpulkan dengan teknik dokumentasi. Data sekunder tersebut terdiri dari laporan keuangan perusahaan manufaktur dan jasa tahun 2012 – 2014 untuk mengetahui profitabilitas dan laporan tahunan perusahaan manufaktur dan jasa tahun 2013 – 2015 untuk mengetahui biaya *corporate social responsibility*, yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) atau website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi data panel, rumus model regresi data panel sebagai berikut (Basuki & Prawoto, 2016, hlm. 276):

$$Y = \alpha + bX_{it} + e$$

Keterangan:

Y: Variabel dependen (LDR)

$\alpha$  : Konstanta

X: Variabel independen

b: Koefisien regresi variabel independen

e: *Error term*

t: Waktu

i: Perusahaan

Menurut Basuki & Prawoto (2016, hlm. 276–277) mengatakan bahwa dalam metode estimasi model regresi dengan menggunakan data panel dapat dilakukan melalui tiga pendekatan diantaranya yaitu *Common Effects Model*, *Fixed Effects Model*, *Random Effect Model*.

Untuk memilih model yang paling tepat digunakan dalam mengelola data panel, terdapat beberapa pengujian. Pengujian yang pertama yaitu Uji Chow untuk menentukan model *Common Effect* atau *Fixed Effect* yang paling tepat digunakan dalam mengestimasi data panel, . Hipotesis yang digunakan yaitu:

$$H_0 = \text{Common Effect Model}$$

$$H_1 = \text{Fixed Effect Model}$$

Uji Chow dilakukan dengan cara membandingkan F hitung dengan F tabel, dengan ketentuan:

Jika F hitung > F tabel maka  $H_0$  ditolak yang berarti memilih model *fixed effect*.

Kemudian dilakukan Uji Hausman untuk memilih apakah model *Fixed Effect* atau *Random Effect* yang paling tepat digunakan dalam mengestimasi data panel. Hipotesis yang digunakan yaitu:

$$H_0 = \text{Random Effect Model}$$

$$H_1 = \text{Fixed Effect Model}$$

Ketentuan:

Jika Nilai Probabilitas < 0,05 maka  $H_0$  ditolak yang berarti memilih model *fixed effect*.

Serta dilakukan analisis koefisien determinasi untuk menjelaskan hubungan antara variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X) dalam suatu model.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

1. Uji Chow

**Pemilihan Model Regresi Data Panel**

Tabel 1. Hasil Regresi Estimasi *Common Effect*

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.341886	0.417393	3.214926	0.0018
LOG(X)	0.530079	0.145866	3.634003	0.0004
R-squared	0.119830	Mean dependent var		-0.064408
Adjusted R-squared	0.110756	S.D. dependent var		1.650242
S.E. of regression	1.556174	Akaike info criterion		3.742332
Sum squared resid	234.9026	Schwarz criterion		3.794759
Log likelihood	-183.2455	Hannan-Quinn criter.		3.763544
F-statistic	13.20598	Durbin-Watson stat		0.751675
Prob(F-statistic)	0.000449			

Sumber: Hasil Output Eviews 8

Tabel 2. Hasil Regresi Estimasi *Fixed Effect*

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.413785	0.365963	1.130673	0.2625
LOG(X)	0.180247	0.138446	1.301929	0.1977
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
Period fixed (dummy variables)				
R-squared	0.930055	Mean dependent var		-0.064408
Adjusted R-squared	0.891196	S.D. dependent var		1.650242
S.E. of regression	0.544340	Akaike info criterion		1.896801
Sum squared resid	18.66726	Schwarz criterion		2.840481
Log likelihood	-57.89166	Hannan-Quinn criter.		2.278616
F-statistic	23.93435	Durbin-Watson stat		2.760912
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: Hasil Output Eviews 8

$$F = \frac{\frac{(SSE_1 - SSE_2)}{(n-1)}}{\frac{(SSE_2)}{(nt-n-k)}}$$

$$F = \frac{\frac{(234,9026 - 18,66726)}{(33 - 1)}}{\frac{(18,66726)}{(99 - 33 - 1)}} = \frac{6,757354}{0,287189} = 23,53$$

Nilai F tabel dengan derajat kebebasan pembilang df(n - 1) yaitu 32, derajat kebebasan penyebut df(nt - n - k) yaitu 65,

dan dengan tingkat signifikan 5 % yaitu 1,64. Jadi F hitung 23,53 > F tabel yaitu 1,64, sehingga Ho ditolak yang berarti model yang paling tepat digunakan yaitu model *fixed effect*. Model *fixed effect* yaitu model yang mengasumsikan bahwa perbedaan antar perusahaan dapat diakomodasi dari perbedaan intersepnya.

2. Uji Hausman

Tabel 3. Hasil Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	1.669783	1	0.1963
Period random	0.348920	1	0.5547
Cross-section and period random	0.532511	1	0.4656

Sumber: Hasil Output Eviews 8

Nilai probabilitas yaitu 0,1963 lebih besar dari tingkat signifikan 5% (0,1963 > 0,05), sehingga  $H_0$  diterima yang berarti model yang paling tepat digunakan yaitu *random effect*. Model *random effect* yaitu model yang mengestimasi data panel dimana variabel gangguan mungkin saling berhubungan antar waktu dan antar perusahaan.

model yang paling tepat digunakan yaitu *random effect* untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap *corporate social responsibility*. hasil regresi estimasi *random effect* yaitu sebagai berikut:

### Pengujian Hipotesis

#### Analisis Regresi Data Panel

Pemilihan regresi data panel dengan menggunakan Uji Chow dan Uji Hausman,

Tabel 4. Hasil Regresi Estimasi *Random Effect*

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.584198	0.400889	1.457256	0.1483
LOG(X)	0.244481	0.106859	2.287880	0.0243
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Cross-section random			1.475503	0.8766
Period random			0.100483	0.0041
Idiosyncratic random			0.544340	0.1193
Weighted Statistics				
R-squared	0.040553	Mean dependent var		-0.013102
Adjusted R-squared	0.030662	S.D. dependent var		0.556694
S.E. of regression	0.548093	Sum squared resid		29.13936
F-statistic	4.099911	Durbin-Watson stat		1.965525
Prob(F-statistic)	0.045634			

Sumber: Hasil Output Eviews 8

Berdasarkan tabel 4.6 hasil regresi estimasi *random effect*, maka model regresi data panelnya yaitu:

$$Y = 0,584198 + 0.244481 X$$

Hasil model regresi data panel menunjukkan nilai konstanta 0,584198. Jika profitabilitas bernilai nol, maka besarnya biaya *corporate social responsibility* yaitu Rp 0,584198 Miliar atau Rp 584.198.000.



Koefisien pada model regresi data panel diatas yaitu 0.244481, jadi jika ada kenaikan satu pada variabel profitabilitas maka akan menambah nilai *corporate social responsibility* sebesar Rp 0.244481 Miliar atau Rp 244.481.000.

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

$H_0: \beta = 0$ : Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR

$H_a: \beta \neq 0$ : Profitabilitas Berpengaruh terhadap CSR

Dari hasil penelitian yang ditunjukkan pada tabel 4.6, nilai probabilitas variabel independen (X) atau profitabilitas yaitu 0.0243, dengan tingkat signifikan 5% maka nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 dan nilai koefisien dan nilai koefisien pada model regresi data panel diatas yaitu 0.244481, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti variabel profitabilitas berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

#### Analisis Koefisien Determinasi

Dalam penelitian ini koefisien determinasinya yaitu 0,040553 atau 4,06 %. Hal ini menunjukkan bahwa 4,06 % *corporate social responsibility* dipengaruhi oleh profitabilitas, sedangkan sisanya sebesar 95,94 % dipengaruhi oleh variabel lain.

*Corporate social responsibility* dipengaruhi oleh profitabilitas sebesar 4,06% karena pada saat ini biaya *corporate social responsibility* masih bersifat sukarela, belum ada peraturan yang menetapkan besarnya biaya *corporate social responsibility* yang harus dikeluarkan oleh perusahaan.

#### Pengaruh Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility

Hasil penelitian yaitu profitabilitas berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. sejalan dengan teori yang dinyatakan oleh Hadi (2011, hlm. 35) bahwa “perusahaan adalah pihak yang memperoleh keuntungan besar dalam pemanfaatan sumber daya tersebut, sementara masyarakat yang justru menanggung akibat negatif (*negative externalities*) baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung. Untuk itu perusahaan harus bertanggungjawab atas berbagai

dampak negatif yang dimunculkan. Perusahaan harus mengembalikan sebagian keuntungan yang diperoleh untuk kesejahteraan masyarakat, perbaikan kerusakan yang ditimbulkan, serta memberikan nilai timbal – balik kepada para pemangku kepentingan. Dengan demikian, perusahaan harus melakukan tindakan tanggungjawab sosial, dan menjadi bagian yang tak terpisahkan dari operasionalnya. Tanggungjawab sosial merupakan aktivitas kontra prestasi langsung dan tidak langsung akibat operasional perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan”. sehingga dinyatakan bahwa perusahaan harus memberikan sebagian keuntungan untuk program *corporate social responsibility*. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan. Sehingga menunjukkan adanya pengaruh antara profitabilitas dengan *corporate social responsibility*, sesuai dengan hasil penelitian ini.

Menurut Purba & Yadnya (2015) semakin mampu perusahaan menghasilkan laba, keadaan tersebut akan membuat perusahaan mendapat dampak positif dari lingkungan sekitar dalam penerapan CSR. Menurut Rindawati & Asyik (2015) Semakin tinggi angka profitabilitas suatu perusahaan bisa disimpulkan bahwa perusahaan tersebut telah berkinerja dengan baik, telah mendapat kepercayaan dari masyarakat sehingga produk yang dijual selalu laku terjual di pasaran, otomatis hal tersebut akan meningkatkan profit perusahaan tersebut. Saat perusahaan tersebut mendapat profit yang tinggi maka dana yang didistribusikan pada kegiatan CSR akan semakin tinggi pula.

Menurut Setyono & Subadjo (2014) tingkat ROA yang tinggi, maka perusahaan akan mengalokasikan dana tersebut untuk kegiatan sosial dan lingkungan. Profitabilitas yang tinggi akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan serta melakukan program tanggungjawab sosial perusahaan (Budiman, 2015). Maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini sejalan dengan teori dan penelitian terdahulu, bahwa profitabilitas

berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*, yang berarti bahwa semakin besar profitabilitas tahun lalu maka semakin besar biaya untuk program *corporate social responsibility* untuk tahun sekarang.

Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mutia, Zuraida, & Andriani (2011), Kamil (2012), dan Dewi & Suaryana (2015) bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

## SIMPULAN

Pada penelitian ini disimpulkan bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*, namun pada saat ini biaya *corporate social responsibility* masih bersifat sukarela, belum ada peraturan yang menetapkan besarnya biaya *corporate social responsibility* yang harus dikeluarkan oleh perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan dalam penelitian ini, maka penulis akan mengajukan saran kepada berbagai pihak mengenai penelitian yang berkaitan dengan pengaruh profitabilitas terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur dan jasa yang terdaftar di BEI, yang diantaranya yaitu;

Bagi Pemerintah : Pada perusahaan manufaktur dan jasa dana untuk program *corporate social responsibility* dari keuntungan yang diperoleh perusahaan, menunjukkan bahwa rata – rata dana untuk program *corporate social responsibility* dari keuntungan yang diperoleh perusahaan kurang dari 1 %, hal tersebut terjadi karena besarnya dana untuk program *corporate social responsibility* masih bersifat sukarela. Pada tahun 2015 ada RUU mengenai Tanggungjawab Sosial bahwa “besaran dana *corporate social responsibility* yang harus diberikan perusahaan harus mencapai 2 persen, 2,5 persen, atau 3 persen dari keuntungan”, Sehingga diharapkan RUU mengenai Tanggungjawab Sosial tersebut dapat ditetapkan menjadi Undang – Undang oleh pemerintah, dengan tujuan perusahaan

dapat bertanggung jawab atas dampak negatif yang ditimbulkan oleh operasi perusahaan.

Bagi Perusahaan : Bagi seluruh perusahaan diharapkan memberikan dana untuk program *corporate social responsibility* sesuai dengan keuntungan yang diperoleh, dengan tujuan untuk mengatasi dampak negatif yang ditimbulkan, sehingga dapat mengatasi pencemaran lingkungan dan diharapkan tingkat kesehatan masyarakat akan lebih baik. Dan diharapkan seluruh perusahaan mengungkapkan biaya *corporate social responsibility*, sehingga dapat dipertanggungjawabkan biaya *corporate social responsibility* yang dikeluarkan dengan program *corporate social responsibility* yang dilakukan.

Bagi Peneliti Selanjutnya : Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan sampel seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan jangka waktu yang lebih panjang. Serta diharapkan dapat menambahkan variabel atau mengubah variabel independen menjadi likuiditas dan solvabilitas dengan variabel intervening profitabilitas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2016). *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis: dilengkapi aplikasi SPSS dan Eviews*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Budiman, N. A. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Mercuri Buana*, 1(1), 14–34.
- Dewi, N. P. M. S., & Suaryana, I. G. N. A. (2015). Pengaruh Profitabilitas dan Kepemilikan Asing pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 13.1, 84–98.
- Fath, F. A. (2016). Study on Relationship Between Level of Social Responsibility and Environmental Accounting Information Disclosure with Financial and Non- Financial Indexes of Listed

- Companies in Tehran Stock Exchange. *Journal of Current Research in Science*, 5 (2), 243–255.
- Hadi, N. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Idx.co.id. (2017). laporan tahunan dan laporan keuangan, diakses dari: <http://idx.co.id>
- Kamil, A. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility. *Media Riset Akuntansi*, 2(1), 1–17.
- Kasmir. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- KLH. (2015). Keputusan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia. 14 November 2016, diakses dari : <http://www.menlh.go.id>
- Kompas.com. (2016). DPR Siapkan UU soal CSR, Perusahaan Akan Dibebankan 2 Persen hingga 3 Persen. 13 November 2016, diakses dari: <http://nasional.kompas.com/read/2016/04/25/09114111/DPR.Siapkan.UU.soal.CSR.Perusahaan.Akan.Dibebankan.2.Persen.hingga.3.Persen>
- Maiyarni, R., Susfayetti, & Erwati, M. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan LQ-45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2012. *Jurnal Cakrawala Akuntansi*, 6(1), 79–94.
- Mutia, E., Zuraida, & Andriani, D. (2011). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi*, 4(2), 187 – 201.
- PP No. 47 Tahun 2012 Tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.
- Purba, I. B. G. I. W., & Yadhya, P. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(8), 2428–2443.
- Rachman, N. M., Efendi, A., & Wicaksana, E. (2011). *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Rindawati, M. W., & Asyik, N. F. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Kepemilikan Publik terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 4(6), 1–15.
- Setyono, R. Y., & Subadjo, A. (2014). Analisis Karakteristik Perusahaan dalam Memprediksi Ungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 3(1), 1–19.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- UU No. 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal.
- UU No. 32 Tahun 2009 Tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.
- UU No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.

## Perdagangan Saham di Bursa Efek Indonesia



Sumber : <http://garuda.industry.co.id/uploads/berita/detail/108.jpg>