



## PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN

(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2015)

Robby Heryanto, Agung Juliarto<sup>1</sup>

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

### ABSTRACT

*The aims of this research are to analyze (1) the impact of corporate social responsibility disclosure (CSR) on return on assets (ROA), (2) the influence of corporate social responsibility disclosure (CSR) on return on equity (ROE), (3) influence of corporate social disclosure (CSR) on earning per share (EPS) and (4) the impact of corporate social responsibility (CSR) disclosure on net profit margin (NPM) on manufacturing companies listed on the BEI period 2014-2015. CSR disclosure is measured by CSR Indexes based on the 4th generation Global Reporting Initiative (GRI) Index (G4). Profitability is measured by return on equity (ROA), return on equity (ROE), earnings per share (EPS), and net profit margin (NPM).*

*The population used in this study are all manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2014-2015. The research sample used is manufacturing companies that disclose social responsibility in 2014 and 2015 by using purposive sampling method. There are 68 companies in 2014 and 71 companies in 2015 that meet the criteria as the research sample. The analytical tool used to test the hypothesis is Partial Least Square (PLS)*

*The results show that corporate social responsibility (CSR) has a positive and significant effect on profitability by using net profit margin proxy (NPM), while using return on asset (ROA), return on equity (ROE), earnings per share (EPS) Has no significant effect.*

*Keywords: corporate social responsibility (CSR), profitability, return on asset (ROA), return on equity (ROE), earning per share (EPS), net profit margin (NPM)*

### PENDAHULUAN

Praktik Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan telah mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Menurut Wibisono (2007:3), saat industri berkembang setelah terjadinya revolusi industri, banyak perusahaan yang masih memfokuskan dirinya sebagai suatu organisasi yang hanya mencari keuntungan belaka. Di Indonesia sendiri, praktik CSR mulai banyak dilakukan oleh perusahaan di akhir tahun 1990-an yang dimulai dengan dikeluarkannya UU. No. 23 tahun 1997 tentang pengelolaan lingkungan hidup (UUPLH) pasal 41 ayat (1), dengan ditetapkannya undang-undang tersebut, walau memang belum mewajibkan perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR, dan kegiatan CSR yang dilakukanpun masih merupakan kegiatan yang terbatas karena bersifat sukarela. Namun, setidaknya undang-undang tersebut membuka harapan bahwa nantinya dapat membuat perusahaan tidak melakukan berbagai macam kegiatan usaha yang dapat mencemari lingkungan.

Pemerintah mengeluarkan peraturan tentang CSR yang baru, yaitu UU. No. 40 tahun 2007. Undang-undang tersebut menjelaskan bahwa setiap perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Barang siapa perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban tersebut akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Dengan ditetapkannya peraturan tersebut, maka setiap perusahaan yang melakukan kegiatan usahanya di bidang dan/atau yang berkaitan dengan pemanfaatan sumber daya alam, wajib melakukan kegiatan CSR. Dengan berlakunya peraturan baru tersebut, kegiatan CSR kini bukan lagi hanya bersifat sukarela, namun telah menjadi sebuah kewajiban bagi perusahaan.

---

<sup>1</sup> Corresponding author

Masyarakat pada saat ini lebih pintar dalam memilih setiap produk yang akan mereka beli/konsumsi. Pada saat ini, masyarakat cenderung untuk memilih produk yang diproduksi atau dihasilkan oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan social, atau perusahaan yang melaksanakan CSR. Survei yang dilakukan Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001 dalam Sutopoyudo (2009) menyatakan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk dari suatu perusahaan yang mempunyai citra buruk atau memiliki citra negative di masyarakat. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan tanggung jawab social, atau corporate social responsibility, antara lain produk yang dihasilkan semakin diminati oleh konsumen dan perusahaan disukai oleh investor. Selain itu, Corporate social responsibility dapat digunakan sebagai alat marketing model baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan secara jangka panjang atau berkelanjutan. Untuk melaksanakan berbagai kegiatan CSR berarti perusahaan harus mengeluarkan sejumlah biaya, dan biaya pada akhirnya akan menjadi beban yang harus ditanggung oleh perusahaan sehingga mengurangi pendapatan, dan mengakibatkan tingkat profit perusahaan akan mengalami penurunan. Akan tetapi, sisi baik dengan melaksanakan kegiatan CSR, citra perusahaan akan semakin baik di mata konsumen, sehingga loyalitas konsumen akan semakin tinggi.

Dari uraian diatas dapat memberikan bukti bahwa terdapat suatu hubungan antara praktik kegiatan CSR, dengan strategi perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas bagi perusahaan. Dengan perusahaan melakukan praktik CSR, secara tidak langsung hal tersebut menjadi salah satu kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan terhadap masyarakat dan para investor. Perusahaan akan menarik hari konsumen dan investor dengan kegiatan-kegiatan sebagai bentuk tanggungjawab terhadap lingkungan. Selain itu, aktivitas CSR perusahaan dapat diakui sebagai suatu investasi jangka panjang perusahaan di dalam mengembangkan produk atau meminimalisasi biaya produksi.

## KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dapat diukur dengan menggunakan indeks *Global Reporting Initiative* (GRI) generasi ke 4 (G4) yang berjumlah 91 indikator kinerja dalam 3 kategori (ekonomi, lingkungan, sosial). Semakin besar indeks pengungkapan CSR pada suatu perusahaan, maka semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Perhitungan indeks CSR, dapat dihitung berdasarkan deskripsi pengungkapan CSR pada laporan tahunan dan/atau laporan keberlanjutan pada masing-masing perusahaan yang terdaftar, dengan memberikan nilai ada berapa indikator yang diungkapkan dari 91 indikator pengungkapan CSR.

Tanggung jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu konsep bahwa suatu organisasi, khususnya perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap stakeholder-nya yaitu konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan.

Pada dasarnya perusahaan dituntut untuk mampu bertanggung jawab atas setiap aktivitas yang dilakukan terhadap para stakeholder. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu bentuk komitmen bisnis perusahaan untuk bertindak secara etis, sesuai aturan yang berlaku, dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi, serta meningkatkan kualitas hidup pekerja dan masyarakat pada umumnya (Holme dan Watts, 2006 dalam Lanis dan Richardson, 2012).

Tujuan utama perusahaan adalah memperoleh laba yang tinggi, serta meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (sustainable) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, social, dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan di sekitar perusahaan.

Tanggung jawab sosial perusahaan seharusnya tidak hanya berbentuk tindakan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemegang saham (*stakeholder*), namun lebih luas lagi bahwa kesejahteraan yang dapat diciptakan oleh perusahaan sebetulnya tidak terbatas kepada kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan stakeholder, yaitu semua pihak yang mempunyai keterkaitan atau klaim terhadap perusahaan (Untung, 2008 dalam Waryanti, 2009). Mereka adalah pemasok, pelanggan, pemerintah, masyarakat lokal, investor, karyawan, kelompok

politik, dan asosiasi perdagangan. Seperti halnya pemegang saham yang mempunyai hak terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, stakeholder juga mempunyai hak terhadap perusahaan. (Waryanti, 2009). Dengan demikian hipotesis dapat dirumuskan:

$H_1 =$  Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan.

## METODE PENELITIAN

### Variabel Penelitian

Pengungkapan CSR pada berpedoman pada *Global Reporting Initiative* (GRI) generasi empat atau disebut G4 dengan 91 indeks pengungkapan CSR, Informasi mengenai Corporate Social Responsibility berdasarkan GRI terdiri dari 3 fokus pengungkapan, yaitu sosial, ekonomi, dan lingkungan. Dengan rumus:

$$CSR I_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_{ij}}$$

Keterangan:

$CSR I_j$  = Corporate Social Responsibility Disclosure Index perusahaan

$\sum X_{ij}$  = Jumlah pengungkapan CSR perusahaan

$N_{ij}$  = jumlah item untuk perusahaan sebesar 91 indikator

Variabel dependen yang digunakan adalah *Return on Assets*(ROA) dengan formula (Laba bersih/ total asset), *Return on equity* (ROE) dengan formula (laba bersih/ total ekuitas), *Earning per share* (EPS) dengan formula (laba bersih/ jumlah saham yang beredar), dan *Net Profit Margin* (NPM) dengan formula (laba bersih/ penjualan bersih). Selain variabel independen dan dependen, dalam penelitian ini menggunakan variabel control, dimana variabel control merupakan variabel yang dapat dikendalikan sehingga pengaruh variabel independen terhadap dependen tidak dipengaruhi oleh factor luar yang tidak diteliti. Variabel control yang digunakan adalah ukuran perusahaan dengan melihat total asset, dan *lverage* dengan formula (total utang/ total ekuitas).

### Penentuan Sampel

Pemilihan sampel penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representative sesuai dengan kriteria yang ditentukan (Indriantoro dan Supomo, 2002). Kriteria pemilihan sampel yang akan diteliti adalah: (1) Terdaftar sebagai perusahaan manufaktur dan mempublikasikan *financial report* dan *annual report* selama periode 1 Januari 2014 – 31 Desember 2015, dan (2) Perusahaan yang mempublikasikan data secara lengkap pada tahun 2014 dan 2015 berkaitan dengan variabel nilai perusahaan, keputusan investasi, keputusan pendanaan, kebijakan dividen.

### Metode Analisis

Dalam penelitian ini analisis data menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). PLS adalah model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis komponen atau varian. Menurut Ghazali (2008), PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi berbasis varian. Estimasi parameter yang didapat dengan PLS dapat dikategorikan menjadi tiga. Pertama, adalah weight estimate yang digunakan untuk menciptakan skor variabel laten. Kedua, mencerminkan estimasi jalur (*path estimate*) yang menghubungkan variabel laten dan antar variabel laten dan indikatornya (*loading*). Ketiga, berkaitan dengan means dan lokasi parameter (nilai konstanta regresi) untuk indikator dan variabel laten. Untuk memperoleh ketiga estimasi ini, PLS menggunakan proses iterasi 3 tahap dan setiap tahap iterasi menghasilkan estimasi. Tahap pertama, menghasilkan weight estimate, tahap kedua menghasilkan estimasi untuk inner model dan outer model, dan tahap ketiga menghasilkan estimasi means dan lokasi (Ghozali, 2008).

### Evaluasi *Outer Model*

*Convergent validity* dari model pengukuran dengan model *reflective indicator* dinilai berdasarkan korelasi antara *item score/component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran reflektif dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0,5 sampai 0,60 dianggap cukup (Chin, 1998 dalam Ghozali, 2008). *Discriminant validity* dari model pengukuran dengan *reflektif indikator* dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka akan menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok yang lebih baik daripada ukuran blok lainnya.

### Evaluasi *Inner Model*

*Inner model (inner relation, structural model dan substantive theory)* menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada teori substantif. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen, Stone-Geisser Q-square test untuk predictive relevance dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat R-square untuk setiap variabel laten dependen. Interpretasinya sama dengan interpretasi pada regresi. Perubahan nilai R-square dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif (Ghozali, 2008). Di samping melihat nilai R-square, model PLS juga dievaluasi dengan melihat Q-square prediktif relevansi untuk model konstruktif. Qsquare mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya.

### Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square (PLS)*. PLS merupakan metode alternatif analisis dengan *Structural Equation Modelling (SEM)* yang berbasis *variance*. Uji hipotesis digunakan untuk menjelaskan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependennya. Pengujian ini dilakukan dengan cara analisis jalur (*path analysis*) atas model yang telah dibuat.

Secara umum metode *explanatory research* adalah pendekatan metode yang menggunakan PLS. Hal ini disebabkan pada metode ini terdapat pengujian Hipotesa. Menguji hipotesis dapat dilihat dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Untuk pengujian hipotesis menggunakan nilai statistik maka untuk alpha 5% nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan/penolakan Hipotesa adalah  $H_a$  diterima dan  $H_0$  di tolak ketika t-statistik  $> 1,96$ . Untuk menolak/menerima Hipotesis menggunakan probabilitas maka  $H_a$  di terima jika nilai  $p < 0,05$ .

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Objek Penelitian

Pemilihan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan metode purposive sampling dengan beberapa ketentuan. Pengambilan sampel penelitian ini digambarkan pada tabel di bawah ini :

**Tabel 1**  
**Sampel penelitian tahun 2014**

Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2014	143
Tidak tersedia laporan lengkap pada tahun 2014	(8)
Tidak memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian	(67)
Sampel penelitian	68

**Tabel 2**  
**Sampel penelitian tahun 2015**

Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2015	143
Tidak tersedia laporan lengkap pada tahun 2015	(6)
Tidak memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian	(66)
Sampel penelitian	71

### Statistik Deskriptif

Pada bagian ini akan digambarkan atau dideskripsikan data masing-masing variabel yang telah diolah dilihat dari nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (mean) dan standar deviasi dari masing-masing variabel.

**Tabel 3**  
**Statistik Deskriptif**

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	139	0.010989011	0.813186813	0.087912088	0.14608704
ROA	139	0.000275284	0.179255072	0.020754595	0.511556129
ROE	139	0.000297894	0.251127408	0.037712027	0.047784679
EPS	139	0.7	3770	62.011348	16.665
NPM	139	0.001250888	0.266091972	0.074256048	3.903153721
Ukuran Perusahaan	139	9.859689216	14.38764072	12.33589819	0.75541327
Leverage	139	0.055718306	8.056298855	0.705606848	1.165494994

Sumber: Hasil olah data Microsoft excel tahun 2017

Dari pengujian statistic deskriptif yang tersaji diketahui nilai rata-rata variabel *corporate social responsibility* (CSR) sebesar 0.087912088 atau 8,7% dengan nilai standar deviasi sebesar 0.14608704, yang berarti variasi data sangat kecil. Nilai terendah variabel CSR sebesar 0.010989011 (1,09%) yaitu perusahaan Jembo Cable Company Tbk, sampai dengan nilai tertinggi sebesar 0.813186813 (81,3%) yaitu perusahaan Tjiwi Kimia Tbk. Nilai rata-rata sebesar 0.087912088 menunjukkan bahwa pengungkapan CSR oleh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sebesar 8,7%.

### Evaluasi *Outer Model*

*Discriminant validity* dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing variabel laten berbeda dengan variabel lainnya. Model mempunyai *discriminant validity* yang baik jika setiap nilai loading dari setiap indikator dari sebuah variabel laten memiliki nilai loading yang paling besar dengan nilai loading lain terhadap variabel laten lainnya. Hasil pengujian *discriminant validity* diperoleh sebagai berikut :

**Tabel 4**  
**Nilai *Discriminant validity* (*Cross Loading*)**

	CSRI	ROA	ROE	EPS	NPM	DER	SIZE
<b>CSRI</b>	1	0.166	0.107	0.225	0.28	-0.067	0.48
<b>ROA</b>	0.166	1	0.848	0.243	0.6	-0.189	0.089
<b>ROE</b>	0.107	0.848	1	0.36	0.443	0.258	0.091
<b>EPS</b>	0.225	0.243	0.36	1	0.227	0.165	0.392
<b>NPM</b>	0.28	0.6	0.443	0.227	1	-0.304	0.122



<b>DER</b>	-0.067	-0.189	0.258	0.165	-0.304	1	-0.031
<b>SIZE</b>	0.48	0.089	0.091	0.392	0.122	-0.031	1

Sumber: Hasil Olah Data SMART-PLS tahun 2017

untuk dapat menganalisis *discriminant validity* yaitu melihat nilai *Loading* konstruk laten dan nilai *Loading* konstruk lainnya. Dengan melihat tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *Loading* konstruk laten setiap indikator menunjukkan lebih baik dari nilai *Loading* konstruk lainnya dengan kata lain keseluruhan indikator memenuhi *discriminant validity*.

**Evaluasi Inner Model**

Menurut Ghozali (2011) koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dibawah ini disajikan nilai *r-square* dari variabel dependen, dimana nilai tersebut menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel independen menerangkan variabel dependennya.

**Tabel 5**  
**R Square**

Variabel Dependen	R Square
Return on Assets	0.06
Return on Equity	0.084
Earning per Share	0.188
Net Profit Margin	0.16

Table diatas menunjukkan nilai 0,188 untuk konstruk *earning per share*, yang berarti bahwa Variabel CSRI, *debt equity ratio*, dan ukuran perusahaan, mampu menjelaskan varians *earning per share* sebesar 18%. begitu juga dengan nilai 0.16 yang diperoleh konstruk *net profit margin* yang artinya variabel CSRI, *debt equity ratio*, dan ukuran perusahaan mampu menjelaskan varians *net profit margin* sebesar 16%. Nilai 0.06 yang diperoleh konstruk *return on assets* menunjukkan bahwa variabel CSRI, *debt equity ratio*, dan ukuran perusahaan mampu menjelaskan varians *return on assets* sebesar 6%. 0.084 merupakan nilai yang diperoleh konstruk *return on equity*, yang berarti variabel CSRI, *debt equity ratio*, dan ukuran perusahaan mampu menjelaskan varians return on equity sebesar 8%.

**Uji Hipotesis**

Untuk pengujian Hipotesa dilakukan dengan melihat nilai probabilitas dan t-statistik nya. Untuk nilai probabilitas, nilai p-value dengan alpha 5% adalah kurang dari 0,05. Nilai t-tabel untuk alpha 5% adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan Hipotesa adalah ketika t-statistik > t-tabel.

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Hipotesis Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )
CSRI -> ROA	0.148	0.169	0.098	1.512
CSRI -> ROE	0.099	0.122	0.109	0.916
CSRI -> EPS	0.06	0.072	0.088	0.68
CSRI -> NPM	0.268	0.291	0.117	2.297
SIZE -> ROA	0.012	0.001	0.095	0.129
SIZE -> ROE	0.052	0.039	0.104	0.5
SIZE -> EPS	0.369	0.362	0.084	4.413

SIZE -> NPM	-0.016	-0.023	0.079	0.201
DER -> ROA	-0.179	-0.183	0.054	3.327
DER -> ROE	0.266	0.255	0.126	2.103
DER -> EPS	0.18	0.156	0.127	1.421
DER -> NPM	-0.287	-0.286	0.058	4.934

Sumber: Hasil Olah Data SMART-PLS tahun 2017

Dari hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, nilai *original sample* CSR terhadap seluruh proksi profitabilitas bernilai positif, tetapi hanya proksi *net profit margin* (NPM) yang memiliki hasil signifikan, sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis dalam penelitian ini, yaitu *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap profitabilitas dapat diterima dengan pengukuran profitabilitas menggunakan *net profit margin* (NPM).

### Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap profitabilitas yang diukur dengan *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), *Earning per Share* (EPS), dan *Net Profit Margin* (NPM) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2015. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Rosdwianti, Dzulkirom, dan Zahroh (2015) yang menyatakan bahwa besarnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap profitabilitas yang diukur menggunakan *Return on Equity* (ROE), dan *Earning per Share* (EPS). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak perusahaan melakukan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan maka profitabilitas perusahaan akan mengalami peningkatan.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa aktifitas pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan akan berpengaruh terhadap apa yang akan dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam penelitian ini menunjukkan seberapa besar pengungkapan aktivitas perusahaan dalam menjalankan kewajibannya terhadap lingkungan social.

### KESIMPULAN DAN KETERBATASAN

Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki hubungan positif dengan profitabilitas perusahaan yang diproksikan dengan *Return On Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), *Earning per Share* (EPS), dan *Net Profit Margin* (NPM). Tetapi, hanya dengan proksi *Net Profit Margin* (NPM) variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan secara signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengungkapan CSR suatu perusahaan, akan meningkatkan laba yang diperoleh dari penjualan perusahaan, karena konsumen lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang melakukan tanggungjawab sosial, dan memiliki citra yang baik di masyarakat..

Variabel ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol memiliki hubungan positif dengan profitabilitas perusahaan yang diproksikan dengan *Return On Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Earning per Share* (EPS), tetapi memiliki hubungan negatif dengan profitabilitas perusahaan yang diproksikan dengan *Net Profit Margin* (NPM). Artinya semakin tinggi aset suatu perusahaan akan berdampak pada tingginya laba yang diperoleh.

Variabel *Leverage* sebagai variabel kontrol memiliki hubungan positif dengan profitabilitas perusahaan yang diproksikan dengan *Return On Assets* (ROA), dan *Net Profit Margin* (NPM). Tetapi memiliki hubungan negatif dengan profitabilitas perusahaan yang diproksikan dengan *Return on Equity* (ROE), dan *Earning per Share* (EPS).

Penelitian ini mempunyai keterbatasan-keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti berikutnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik lagi.

1. Terdapat unsur subjektivitas pada penilaian indeks pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)



2. Perusahaan yang menjadi sampel penelitian hanya dari perusahaan manufaktur
3. Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan di Indonesia masih rendah
4. Masih sedikit perusahaan di Indonesia yang mengungkapkan CSR sesuai dengan pedoman *Global Reporting Initiative (GRI)*

## REFERENSI

- Ghozali, Imam. 2008. *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Lanis, Roman. dan G. Richardson. 2012. “*Corporate social responsibility and tax aggressiveness: a test of legitimacy theory*”. *Journal*, Vol. 26 Issue: 1, pp.75-100. University of Adelaide, Adelaide, Australia
- Murtanto. 2006. *Menciptakan Nilai Tambah Melalui Corporate Social Responsibility*. Media Akuntansi, Edisi 53.
- Sutopoyudo. 2009. Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Profitabilitas Perusahaan. Sutopoyudo’s Weblog at <http://www.wordpress.com>. Diakses tanggal 19 Januari 2017
- Waryanti. 2009. “Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik. Fascho Publishing.
- Zahroh, dkk. 2016. “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas Perusahaan”. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 38, No. 2, Hal 18-19. Universitas Brawijaya

### Referensi Website

[www.hukumonline.com](http://www.hukumonline.com)  
[www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)  
[www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)