

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN
(Studi Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia
Periode 2013-2014)**

**Mega Karunia Rosdwianti
Moch. Dzulkirom AR
Zahroh Z.A**
Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya
Malang
Email: dwia_mega@yahoo.com

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) is a form of sustainable development with the company responsible for the social, economic, and environmental companies as a result of operational activities of the company. The purpose of this study was to determine the effect of CSR on the profitability of companies in the consumer goods industry list in Indonesia Stock Exchange Period 2013-2014. This type of research is explanatory research with quantitative approach. The research location is situated in BEI UB that is located in Jalan MT.Haryono 165 Malang. Independent variable used in this study is the CSR (X) and the dependent variable in this study was profitability which is proxied by the ROA, ROE, and EPS. The results show that CSR significant effect on ROA, ROE, and EPS. CSR significant effect on ROA with t calculate at a significance level of 0.000 and the coefficient of determination of 32.6%. CSR significant effect on ROE with t calculate 5.678 at a significant level of 0.000 and the coefficient of determination of 41.2%. CSR significant effect on EPS with t calculate -5.003 at a significant level of 0.000, and the coefficient of determination of 14.6%. Suggestions for further research are expected to use other financial ratios, using moderating variables, and using different research period.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Company Profitability

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk pembangunan keberlanjutan perusahaan dengan bertanggungjawab terhadap sosial, ekonomi, dan lingkungan perusahaan akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap profitabilitas perusahaan pada industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2014. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Lokasi penelitian ini terletak di Pojok BEI Universitas Brawijaya yang berada di Jalan MT.Haryono 165 Malang. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah CSR (X) dan variabel dependen dalam penelitian ini adalah profitabilitas (Y) yang diproksikan dengan ROA, ROE, dan EPS. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap ROA, ROE, dan EPS. CSR berpengaruh signifikan terhadap ROA dengan nilai t_{hitung} 4,721 pada tingkat signifikansi 0,000 dan nilai koefisien determinasi sebesar 32,6%. CSR berpengaruh signifikan terhadap ROE dengan nilai t_{hitung} 5,678 pada tingkat signifikansi 0,000 dan nilai koefisien determinasi sebesar 41,2%. CSR berpengaruh signifikan terhadap EPS dengan nilai t_{hitung} -5,003 pada tingkat signifikansi 0,000 dan nilai koefisien determinasi sebesar 14,6%. Saran bagi peneliti selanjutnya adalah diharapkan menggunakan rasio keuangan lainnya, menggunakan variabel moderating dan menggunakan periode penelitian yang berbeda.

Kata kunci: Corporate Social Responsibility (CSR), profitabilitas perusahaan

A. PENDAHULUAN

Dunia usaha semakin menyadari bahwa perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi *financial*-nya saja, namun juga harus memperhatikan aspek social dan lingkungannya (Wibisono, 2007:33). Hal tersebut terjadi karena tidak dapat dipungkiri bahwa keberadaan perusahaan di tengah lingkungan berpengaruh langsung dan tidak langsung terhadap lingkungan eksternal. Eksistensi perusahaan berpotensi besar mengubah lingkungan masyarakat, baik ke arah positif maupun negatif. Keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial dan lingkungan dapat diwujudkan dengan pelaksanaan tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR).

CSR adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggungjawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan (Untung,2009:1). Konsep CSR sejalan dengan konsep *triple bottom line* yaitu suatu perusahaan yang ingin menerapkan konsep pembangunan berkelanjutan harus memperhatikan “*Triple P*” yaitu *profit*, *planet*, dan *people*. *Profit* merupakan tujuan utama perusahaan dimana untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan tidak lepas dari peran *people*, yaitu *stakeholders* sebagai investor, masyarakat, pesaing, dan pemerintah, juga perusahaan membutuhkan tempat atau wadah untuk melakukan aktivitasnya, dalam konsep ini disebut *planet* yang harus dijaga kelestariannya.

Hadi (2011) menjelaskan bahwa tingkat tanggungjawab social perusahaan memiliki dampak terhadap peningkatan kinerja ekonomi perusahaan, seperti: meningkatkan penjualan, legitimasi pasar, meningkatkan investor di pasar modal, meningkatkan nilai bagi kesejahteraan pemilik dan sejenisya. CSR dapat pula menurunkan biaya operasional perusahaan sehingga dapat menghemat pengeluaran perusahaan, misalnya dengan menggunakan energi terbarukan atau menggunakan bahan-bahan daur ulang. Selain itu, penjualan produk dengan inovasi baru yang berpihak pada keramahan lingkungan atau berpihak pada keadaan masyarakat dapat menciptakan legitimasi sehingga masyarakat tertarik bahkan mampu untuk membeli produk kita. Pelaksanaan CSR juga sebagai bentuk usaha menjaga hubungan perusahaan dengan para

stakeholders. Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan diharuskan memperhatikan kepentingan *stakeholders*, menciptakan nilai tambah dari produk dan jasa bagi *stakeholders* dan memelihara kesinambungan nilai tambah yang diciptakan tersebut (Wahyudi & Busyra,2011:82).

Pada penelitian ini, profitabilitas perusahaan diproksikan dengan ROA, ROE dan EPS. Pengungkapan CSR pada penelitian ini berpedoman pada *Global Reporting Initiative* (GRI) generasi empat atau disebut G4 dengan 91 indeks pengungkapan CSR yang meliputi aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial. GRI berperan sebagai sebuah organisasi yang mendukung penerapan pelaporan keberlanjutan membuat sebuah standarisasi atau pedoman pelaporan.

Perusahaan yang dijadikan sample adalah perusahaan sector industri barang konsumsi yang merupakan cabang dari perusahaan manufaktur. Industri barang konsumsi terdiri dari subsector farmasi, subsector industri *food baverage*, subsector kosmetik, subsector peralatan rumah tangga dan subsector rokok. Sektor barang konsumsi menopang pertumbuhan manufaktur, sebagian besar terbentuk dari industri barang konsumsi sebesar 44%, industri dasar sebesar 27%, dan aneka industri sebesar 27% (www.kemenperin.go.id, diakses pada 2 Maret 2016). Industri barang konsumsi dinilai cukup menjanjikan di Indonesia karena didukung oleh kekayaan sumber daya alam dan sumber daya manusia yang cukup besar.

Perkembangan indeks industri Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia mengalami kenaikan dari tahun 2011-2014, artinya kinerja perusahaan pada sektor tersebut terus membaik.

Tabel 1 Perkembangan Indeks Industri Sektor Industri Barang Konsumsi di-BEI 2012-2014

No	Tahun	Indeks
1	2011	1.315,96
2	2012	1.565,88
3	2013	1.782,09
4	2014	2.177,919

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan,2015

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi pada Sektor Industri Barang dan Konsumsi yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2014).

Tujuan yang ingin dicapai sehubungan dengan masalah yang dirumuskan adalah mengetahui pengaruh signifikan CSR terhadap profitabilitas perusahaan menggunakan indikator ROA, ROE, dan EPS pada perusahaan manufaktur sector industri barang konsumsi yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia periode 2013-2014.

B. KAJIAN PUSTAKA

1. CSR (*Corporate Social Responsibility*)

a. Definisi CSR

CSR (*corporate social responsibility*) dimaknai sebagai komitmen perusahaan atau organisasi untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas (Rusdianto, 2013:7). CSR merupakan bentuk pembangunan keberlanjutan perusahaan dengan bertanggungjawab terhadap sosial, ekonomi, dan lingkungan perusahaan akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Melalui pelaksanaan CSR diharapkan mampu memberikan dampak positif terhadap ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan (Untung, 2009:1).

b. Teori yang Melandasi CSR

- 1) Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*) Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun nonfisik. (O'Donovan, 2002 dalam Hadi, 2011:87)
- 2) Teori *Stakeholder* (*Stakeholder Theory*) Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya (Ghozali dan Chariri, 2007 dalam Kusumadilaga, 2010).
- 3) Teori Kontrak Sosial (*Social Contract Theory*). Kontrak social muncul adanya interelasi dalam kehidupan social masyarakat, agar terjadi keselarasan, keserasian dan keseimbangan, termasuk terhadap lingkungan (Hadi, 2011:95).

c. Manfaat CSR

Aktivitas CSR memiliki fungsi strategis bagi perusahaan, yaitu sebagai bagian dari manajemen risiko khususnya dalam membentuk katup pengaman

sosial (*social security*). Dengan menjalankan CSR, perusahaan diharapkan tidak hanya mengajar keuntungan jangka pendek, namun juga harus turut berkontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan jangka panjang (Rusdianto, 2013:13).

2. Teori *Triple Bottom Line*

Antara ekonomi, sosial dan lingkungan sekitar memiliki hubungan erat yang tidak dapat terpisahkan. Perusahaan sebagai pelaku usaha memiliki tujuan utama yaitu mencapai laba sehingga seluruh kegiatan difokuskan untuk mencapai profit tertinggi dan bentuk upaya untuk meningkatkan harga saham. Para *stakeholders* berperan pula pada keberlangsungan hidup dan perkembangan perusahaan sehingga perusahaan perlu memberikan manfaat dan tanggungjawab sosial terhadap lingkungan karena proses operasi perusahaan tentu berdampak pada masyarakat. Telah dijelaskan pula bahwa lingkungan memiliki hubungan sebab-akibat, apabila kita merawat lingkungan maka lingkungan akan memberikan manfaat dan apabila kita merusak lingkungan maka kita akan merasakan akibatnya (Wibisono, 2007:33-36)

3. Pengungkapan CSR Menggunakan *Global Reporting Initiative* (GRI)

GRI adalah organisasi nirlaba internasional dengan struktur berbasis jaringan. Kegiatannya melibatkan ribuan tenaga profesional dan organisasi dari beragam sektor, konstituen, dan wilayah. GRI mendorong penerapan pelaporan keberlanjutan sebagai cara bagi perusahaan dan organisasi agar menjadi lebih berkelanjutan dan berkontribusi pada ekonomi global yang berkelanjutan. Misi GRI adalah untuk membuat pelaporan keberlanjutan menjadi praktik standar agar semua perusahaan dan organisasi dapat melaporkan kinerja dan dampak ekonomi, lingkungan, sosial, dan tata kelola mereka. GRI membuat Pedoman Keberlanjutan tidak berbayar.

4. Profitabilitas Perusahaan

Rasio profitabilitas menurut Syamsuddin (2013) terdiri dari *Gross Profit Margin* (GPM), *Operation Profit Margin* (OPM), *Net Profit Margin* (NPM), *Total Assets Turnover*, *Rate of Return on Assets Ratio* (ROA) atau Rasio Tingkat Imbalan atas Aktiva, *Return on Equity* (ROE) atau Pengembalian atas Ekuitas, *Earning Per Share* (EPS) atau pendapatan per lembar saham biasa, *Deviden per Share*.

5. Hubungan CSR dengan Profitabilitas

CSR dapat dilakukan dengan berbagai cara sebagai salah satu strategi dalam meminimalisir risiko dan meningkatkan profitabilitas. Pelaksanaan CSR memberikan banyak manfaat antara lain menurunkan biaya operasional perusahaan, meningkatkan volume penjualan dan pangsa pasar, menarik calon investor melalui citra positif yang tercipta dan lain sebagainya. Reputasi perusahaan menjadi perhatian oleh calon investor yang dapat dinilai dari profitabilitas perusahaan sehingga perlu dijaga untuk mendukung keberlangsungan hidup perusahaan. Melalui CSR diharapkan mampu mencapai tujuan utama perusahaan yaitu mencari laba tanpa mengabaikan kepentingan *stakeholders* dan kelestarian lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab atas dampak yang telah ditimbulkan akibat kegiatan operasional perusahaan.

C. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Berdasarkan objek dan tujuan yang telah ditetapkan maka penelitian ini menggunakan jenis penelitian penjelasan (*explanatory research*). Sebagaimana yang telah dituliskan oleh Singarimbun (2008:3) bahwa *explanatory research* digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal yang terjadi antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesa untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel-variabel yang diteliti.

2. Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian pada Bursa Efek Indonesia, sedangkan untuk pengambilan data dilakukan di Pojok BEI Universitas Brawijaya yang berada di Jalan MT.Haryono 165 Malang. Alasan peneliti mengambil lokasi penelitian di Pojok BEI karena menyediakan berbagai sumber data yang diperlukan, selain itu data yang disediakan memiliki nilai yang valid karena berasal dari website resmi.

3. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

a. Identifikasi Variabel

Variabel terikat yaitu variabel yang menjadi akibat atau yang dipengaruhi, sedangkan variabel bebas yaitu variabel yang menjadi sebab atau yang mempengaruhi variabel terikat (Kasiram,2010:24). Dalam penelitian ini, yang termasuk dalam variabel independen adalah CSR dan variabel dependennya adalah profitabilitas yang diproksikan dengan ROA, ROE, dan EPS.

b. Definisi Operasional

Menurut Nazir (2011:126), definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti, atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut.

1) Variabel Independen

Penelitian ini menggunakan CSR sebagai variabel independen yang diukur menggunakan *checklist CSR Disclosures items* (CSRI). Pengungkapan CSR pada penelitian ini berpedoman pada *Global Reporting Initiative* (GRI).

$$CSRI_j = \frac{\sum x_{ij}}{N_j} \quad (\text{sumber: Putri, 2014})$$

2) Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah profitabilitas perusahaan yang terdiri dari ROA, ROE dan EPS.

$$ROA = \frac{\text{earning after Tax (EAT)}}{\text{total assets}}$$

(Sumber: Fahmi, 2015:137)

$$ROE = \frac{\text{earning after tax (EAT)}}{\text{shareholders' equity}}$$

(Sumber: Fahmi, 2015:137)

$$EPS = \frac{\text{earning after tax (EAT)}}{\text{jumlah saham yang beredar}}$$

(Sumber: Fahmi, 2015:137)

4. Analisis Data

Apabila dilihat dari muatan atau kandungan kegiatannya, maka statistika dapat dibagi menjadi dua kategori besar, yakni statistika deskriptif dan statistika inferensial.

a. Analisis Deskriptif

Sinambela (2014:189), statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Secara khusus, statistik deskriptif digunakan untuk menunjukkan nilai maksimum, nilai minimum, nilai rata-rata dan nilai standar deviasi dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian (Ghozali,2011:19).

b. Analisis Inferensial

Statistik inferensial berkenaan dengan permodelan data dan melakukan pengambilan

keputusan berdasarkan analisis data misal melakukan pengujian hipotesis, melakukan estimasi pengamatan masa mendatang (estimasi atau prediksi), membuat permodelan hubungan (korelasi, regresi) dan sebagainya. Analisis data bertujuan untuk menyusun data dengan cara yang bermakna sehingga dapat dipahami. Para peneliti berpendapat bahwa tidak ada cara yang paling benar secara absolute untuk mengorganisasi, menganalisis, dan menginterpretasikan data. Prosedur analisis data dalam penelitian disesuaikan dengan tujuan penelitian.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh CSR Terhadap ROA Perusahaan

Hipotesis pertama (H_1) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap ROA. Berdasarkan hasil pengujian terhadap H_1 menggunakan Uji Signifikansi Parsial Individual (Uji Statistik t) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap ROA perusahaan. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Fitri Ayuning P (2014), Wiwik Rahayu (2014), dan Melisa Syahnaz (2013) yang menyatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap ROA, namun tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wafiatun Mukharomah (2014), Marissa Yaparto (2013), Elizabet Inge M (2010), dan Felyna Prianti (2013) menyatakan bahwa CSR berpengaruh tidak signifikan terhadap ROA. Perbedaan hasil mungkin disebabkan lamanya periode tahun penelitian dan sampel penelitian.

Pelaksanaan CSR menciptakan citra yang baik bagi perusahaan seperti yang diungkapkan Hadi (2011:65) bahwa biaya sosial (biaya keberpihakan perusahaan terhadap *stakeholder*) juga dapat meningkatkan *image*, baik di pasar komoditas maupun pasar modal. Citra perusahaan yang baik akan lebih diminati oleh investor karena semakin baik citra perusahaan, maka semakin tinggi juga loyalitas konsumen. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen maka penjualan perusahaan akan membaik dan diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat (Syahnaz, 2013). Dalam hal ini ROA sebagai salah satu rasio profitabilitas yang diperhitungkan bagi kalangan investor karena apabila tingkat imbalan akan semakin besar maka akan berdampak pada harga saham perusahaan di pasar modal yang semakin meningkat. Adanya pelaksanaan CSR yang semakin baik akan

memberikan dampak baik untuk kelangsungan perusahaan dalam jangka panjang atau yang sering disebut dengan *sustainable development*.

2. Pengaruh CSR Terhadap ROE Perusahaan

Hipotesis kedua (H_2) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap ROE. Berdasarkan hasil pengujian terhadap H_2 menggunakan Uji Signifikansi Parsial Individual (Uji Statistik t) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap ROE perusahaan. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Fitri Ayuning P (2014), Wiwik Rahayu (2014), Melissa Syahnaz (2013), dan Ayu Dwi Citraningrum (2014) yang menyatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap ROE, namun tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wafiatun Mukharomah (2014), Rani W. Eko Putri (2014), Marissa Yaparto (2013), Elizabet Inge M (2010), dan Felyna Prianti (2013) menyatakan bahwa CSR berpengaruh tidak signifikan terhadap ROE. Perbedaan hasil mungkin disebabkan lamanya periode tahun penelitian dan sampel penelitian.

ROE merupakan suatu pengukuran dari penghasilan yang tersedia bagi para pemilik perusahaan atas modal yang mereka investasikan di dalam perusahaan (Syamsuddin, 2013:65). Semakin tinggi return atau penghasilan yang diperoleh maka semakin baik kedudukan pemilik perusahaan. Hal tersebut dapat menarik perhatian para investor karena menunjukkan tingkat imbalan yang diperoleh atas aktiva yang diinvestasikan sehingga dapat mendorong perusahaan untuk melakukan CSR. Jika perusahaan melakukan CSR maka profitabilitas akan meningkat, yang diproksikan dengan ROE, seperti yang diungkapkan Hadi (2011) bahwa tingkat tanggungjawab sosial perusahaan memiliki dampak terhadap peningkatan kinerja ekonomi perusahaan, seperti: meningkatkan penjualan, legitimasi pasar, meningkatkan investor di pasar modal, meningkatkan nilai bagi kesejahteraan pemilik dan sejenisnya.

3. Pengaruh CSR Terhadap EPS Perusahaan

Hipotesis ketiga (H_3) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap EPS. Berdasarkan hasil pengujian terhadap H_3 menggunakan Uji Signifikansi Parsial Individual (Uji Statistik t) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap EPS

perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Ayu Dewi Citraningrum (2014) dan Felina Priyanti (2013) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap EPS, namun tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitri Ayuning Putri (2014) dan Marissa Yaparto (2013) yang menyatakan bahwa berpengaruh tidak signifikan terhadap EPS. Perbedaan hasil mungkin disebabkan lamanya periode tahun penelitian dan sampel penelitian.

EPS merupakan tingkat keuntungan yang menunjukkan pendapatan bersih yang diperoleh investor atau pemegang saham dari setiap lembar saham. Investor lebih tertarik pada saham yang memiliki EPS tinggi dibandingkan saham yang memiliki EPS rendah. Pada umumnya manajemen perusahaan, pemegang saham biasa dan calon pemegang saham sangat tertarik pada *Earning Per Share* karena hal ini menggambarkan jumlah rupiah yang diperoleh untuk setiap lembar saham biasa (Syamsuddin, 2011:66). Arah hubungan yang negatif antara CSR dengan EPS dapat terjadi mungkin karena pelaksanaan CSR dianggap sebagai biaya yang tidak perlu dan dapat mengurangi keuntungan perusahaan. Waddock et al (1997) dalam Yaparto (2013) berasumsi bahwa perusahaan dengan perilaku yang bertanggung jawab mungkin memiliki kelemahan kompetitif, karena mereka memiliki biaya yang tidak perlu.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap profitabilitas perusahaan sektor industri barang konsumsi pada periode 2013-2014. Pada penelitian ini menggunakan variabel bebas (independen) yaitu *corporate social responsibility* (CSR) serta variabel terikat (dependen) yaitu profitabilitas yang diprosikan dengan *Return On Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), *Earning per Share* (EPS). Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

a. Hasil penelitian membuktikan bahwa CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap ROA. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak perusahaan melakukan CSR dalam laporan

tahunan maka profitabilitas perusahaan akan mengalami peningkatan.

- b. Hasil penelitian membuktikan bahwa CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap ROE. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak perusahaan melakukan CSR dalam laporan tahunan maka profitabilitas perusahaan akan mengalami peningkatan.
- c. Hasil penelitian membuktikan bahwa CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap EPS. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak perusahaan melakukan CSR dalam laporan tahunan maka profitabilitas perusahaan akan mengalami peningkatan.

2. Saran

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan dan kesimpulan pada penelitian ini, adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bagi Perusahaan
- 1) Dalam pelaksanaan CSR perusahaan diharapkan tidak berfokus pada tanggung jawab satu aspek saja, misalnya hanya pada aspek pendidikan saja. Sebaiknya perusahaan dapat lebih luas lagi dalam melakukan CSR perusahaan seperti tanggung jawab terhadap lingkungan hidup dan tanggung jawab terhadap hak-hak karyawan.
 - 2) Perusahaan diharapkan lebih transparan dalam pelaporan pelaksanaan CSR pada *annual report*.
 - 3) Perusahaan sebaiknya menilai kegiatan CSR bukan sebagai pengeluaran biaya namun sebagai strategi meminimalisir risiko dan meningkatkan profitabilitas
- b. Bagi Peneliti Selanjutnya
- 1) Peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan variabel lain sebagai variabel moderating hubungan CSR dan nilai perusahaan, misalnya leverage dan size perusahaan.
 - 2) Peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan rasio keuangan lainnya untuk menunjang hasil penelitian yang lebih baik
 - 3) Peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan periode penelitian yang beda dan lebih lama untuk menunjang hasil penelitian yang lebih baik

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Anak Agung Putu. 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang : UB Press
- Azwar, Saifuddin. 2013. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bungin, Burhan. 2009. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana
- Bahri. 2008. *Konsep dan Definisi Konseptual*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Fahmi, Irham. 2015. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: CV Alfabeta
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima)*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Gudono. 2012. *Analisis Data Multivariat*. Yogyakarta: BPF
- Gujarati, D.N dan D.C.Porter. 2010. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Salemba Empat. Edisi 1-Buku 1.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Husnan, Suad. 2001. *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Pendek) Buku 2 Edisi 4 Cetakan Pertama*. Yogyakarta: BPF
- Kasiram, Moh. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Malang: UIN-Maliki Press
- Rusdianto, Ujang. 2013. *CSR Communication A Framework for PE Practitioners*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sarjono, Haryadi dan Winda Julianita. 2011. *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat
- Sarwono. 2006. *Meteri Statistik 1*. Jakarta: Bumi Aksara
- Simamora, Henry. 2012. *Akutansi Manajemen, Edisi III*. Duri: Star Gate Publisher
- Sinambela, Lijan Poltak. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Singarimbun, Efendi. 1990. *Metode Penelitian Survei*. Bandung: Mandar Maju
- Siregar, Syofian. 2014. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sudana, I.M. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan, Teori dan Praktik*. Surabaya: Erlangga.
- Syamsuddin, L. 2013. *Manajemen Keuangan Perusahaan, Konsep Aplikasi dalam: Perencanaan, Pengawasan, dan Pengambilan Keputusan*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada
- Untung, Budi Hendrik. 2009. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika
- Wahyudi, Isa dan Busyra Azheri. 2011. *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. Malang: SETARA Press
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing