

**PENGARUH *PROFITABILITAS* TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2015-2017)**

Nita Hernita, Ayu Gumilang Lestari

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Email : hernita.eldibba@gmail.com

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility merupakan dampak dari kegiatan operasional perusahaan yang berakibat pada lingkungan sekitar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *profitabilitas* terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan verifikatif. Sumber datanya yaitu data sekunder. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu 34 perusahaan dengan 102 laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi sederhana dengan menggunakan aplikasi SPSS 21.

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa *profitabilitas* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

Kata kunci: *Profitabilitas* dan *Corporate Social Responsibility*.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis dimasa sekarang ini dirasa semakin ketat, terlebih didukung oleh majunya teknologi informasi, komunikasi dan perubahan lingkungan eksternal yang sangat cepat. Perusahaan yang mampu untuk mengikuti perkembangan-perkembangan tersebut yang akan dapat bertahan dalam persaingan dan juga dapat menjaga kelangsungan hidupnya. (Erwita Dewi, 2012). Bagi setiap perusahaan, kontinuitas dan berkembangnya usaha merupakan tujuan yang selalu diusahakan untuk dicapai. Pencapaian tujuan tersebut tidak dapat dipisahkan dengan kemampuan manajemen perusahaan untuk mengefektifkan sumber daya yang dimiliki perusahaan sehingga menghasilkan keuntungan yang optimal. (Mustika Hadipranoto, 2005).

Perusahaan manufaktur menunjukkan perkembangan yang cukup pesat di Indonesia.

Semakin pesatnya perkembangan pada sektor manufaktur ini diikuti oleh semakin tingginya permintaan akan kebutuhan dari para konsumen. Dalam kondisi ini perusahaan manufaktur akan mengambil langkah-langkah tertentu untuk memenuhi peningkatan permintaan, misalnya dengan meningkatkan kapasitas produksi, perluasan jaringan distribusi serta usaha-usaha lain yang semuanya itu membutuhkan dana yang tidak sedikit. Salah satu cara bagi perusahaan untuk dapat memenuhi kebutuhan dananya adalah dengan menjual sahamnya di pasar modal.

Tidak kalah pentingnya selain memperhatikan sumber pendapatan, perusahaan juga harus memperhatikan lingkungan sekitar yang terkena dampak kegiatan operasional perusahaan. *Corporate social responsibility* merupakan salah satu kewajiban yang harus

dilaksanakan oleh suatu perusahaan dimana merupakan wujud tanggungjawab dan sikap kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat.

Secara teoritis *corporate social responsibility* merupakan inti dari etika bisnis, dimana suatu perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham (*shareholders*) tetapi perusahaan juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*) yang tidak dapat lepas dari kenyataan bahwa suatu perusahaan tidak bisa hidup, beroperasi dan bertahan serta memperoleh keuntungan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Sehingga *corporate social responsibility* lebih menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain secara lebih luas (*stakeholders*) daripada hanya sekedar kepentingan perusahaan itu sendiri.

Corporate social responsibility merujuk pada transparansi pengungkapan informasi sosial perusahaan atas kegiatan atau aktifitas sosial yang dilakukan perusahaan. Transparansi informasi yang diungkapkan tidak hanya informasi keuangan perusahaan, tetapi perusahaan juga diharapkan mengungkapkan informasi mengenai dampak (*externalities*) sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan aktifitas perusahaan (Priantana dan Yustian, 2011).

Praktik dan pengungkapan *corporate social responsibility* jika dilakukan secara berkesinambungan oleh perusahaan akan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan itu sendiri. Keterlibatan perusahaan atas tanggungjawab sosialnya dapat meningkatkan akses modal, memperbaiki kinerja keuangan, mengurangi biaya operasi, meningkatkan citra dan reputasi, meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan serta meningkatkan

produktivitas dan kualitas (Susanti dan Riharjo, 2013).

Corporate social responsibility yang diduga dalam penelitian ini dapat dipengaruhi oleh *profitabilitas*. Hackston dan Milne (2013) menyatakan bahwa suatu perusahaan yang mempunyai *profitabilitas* tinggi seharusnya melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan secara transparan. Pernyataan serupa juga diungkapkan oleh Meek, Roberts and Gray (2015) yang mengatakan bahwa perusahaan yang memiliki *profit* lebih besar harus lebih aktif dalam melaksanakan *corporate social responsibility*. Hal ini menunjukkan bahwa *profitabilitas* mempunyai pengaruh terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan. *Profitabilitas* dan pengungkapan *corporate social responsibility* memiliki keterkaitan satu sama lain. *Profitabilitas* yang tinggi memicu para *stakeholder* untuk meningkatkan kepentingan dan harapan mereka akan transparansi yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan. Pengungkapan *corporate social responsibility* adalah bentuk implementasi perusahaan untuk memenuhi harapan dari para *stakeholders* yang ingin mendapatkan informasi lebih terkait kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Dapat dinyatakan bahwa semakin tinggi tingkat *profitabilitas* yang dihasilkan perusahaan maka pengungkapan *corporate social responsibility* akan cenderung semakin besar.

Profitabilitas adalah suatu indikator kinerja manajemen yang ditunjukkan melalui laba yang dihasilkan selama mengelola kekayaan perusahaan (Soelistyoningrum, 2011). *Profitabilitas* dapat diukur menggunakan rasio *profitabilitas* yang akan menunjukkan seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga menghasilkan keuntungan bagi perusahaan dengan menggunakan rasio *Return on asset*. *Return on asset* adalah suatu rasio *profitabilitas*

Tahun 2021	Vol. 2	Nomor 1	Periode Februari - Agustus	ISSN : 2721- 060X
------------	--------	---------	----------------------------	-------------------

yang menunjukkan laba perusahaan dengan membagi laba bersih terhadap total aktiva yang dimiliki perusahaan sehingga rasio ini disebut juga dengan *earning power* karena menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari setiap satu rupiah asset yang digunakan. Rasio ini merupakan suatu ukuran untuk menilai seberapa besar tingkat pengembalian dari aset yang dimiliki, apabila rasio ini tinggi maka menunjukkan adanya efisiensi yang dilakukan oleh perusahaan.

Pengelolaan *corporate social responsibility* tetap memperhatikan hal-hal yang berkaitan untuk kemajuan perusahaan. Contoh pengelolaan yang lalai adalah perusahaan PT. Lapindo yang terjadi 2006 silam menyebabkan kerusakan pada lingkungan tempat tinggal masyarakat karena perluasan lumpur yang terus keluar dari area pabrik hal ini menunjukkan perusahaan lalai dan kurang bertanggungjawab dalam pengelolaan *corporate social responsibility* yaitu pada dimensi lingkungan serta keterlibatan masyarakat.

Kasus lainnya yang sedang terjadi saat ini Bulan Agustus 2019 yaitu kebocoran minyak mentah milik PT. Pertamina yang menyebabkan pencemaran laut di Karawang Jawa Barat. Proses pemulihan lingkungan diperkirakan baru selesai pada Bulan Maret 2020 (TV One, 2019). Sudah menjadi kewajiban perusahaan untuk mengembalikan keadaan seperti semula, PT. Pertamina berjanji akan memberikan kompensasi terhadap masyarakat yang terkena dampak pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh kebocoran minyak mentah.

Kumalahadi (2000: 59) menyatakan pertanggungjawaban sosial bukan merupakan fenomena yang baru, tetapi merupakan akibat dari semakin meningkatnya isu lingkungan di akhir tahun 1980-an. Pertanggungjawaban sosial merupakan manifestasi kepedulian terhadap tanggungjawab sosial perusahaan. Sejarah telah mencatat perkembangan hubungan organisasi

dengan masyarakat yang merupakan dasar pemikiran akuntansi untuk pertanggungjawaban sosial. Namun demikian, akuntansi untuk pertanggungjawaban sosial telah mengarah pada proses komunikasi sosial dan lingkungan kegiatan ekonomi organisasi kepada kelompok kepentingan tertentu dalam masyarakat.

Dari data yang diperoleh (data terlampir) bahwa hanya terdapat 34 perusahaan dari 144 perusahaan manufaktur di BEI yang mengeluarkan *corporate social responsibility*, itu artinya masih banyak perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI belum menyadari pentingnya *corporate social responsibility*.

Berdasarkan uraian, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian **“Pengaruh Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017)”**

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fenomena, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh *profitabilitas* terhadap *corporate social responsibility* (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2015-2017)”.
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Profitabilitas.

“*Profitability is the net result of a series of policies and decisions*“ (Brigham, 2010:36). Penjelasannya yaitu perusahaan harus berada dalam keadaan menguntungkan (*Profitable*) karena tanpa adanya keuntungan akan sangat sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Para kreditor, pemilik perusahaan dan terutama pihak manajemen perusahaan akan berusaha meningkatkan keuntungan ini, karena

disadari betul betapa pentingnya arti keuntungan bagi masa depan perusahaan.

Handono Mardiyanto (2009:54) *profitabilitas* adalah “mengukur kesanggupan perusahaan untuk menghasilkan laba”. Sedangkan menurut Sutrisno (2009:16) “*profitabilitas* adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan semua modal yang bekerja didalamnya”.

Profitabilitas merupakan elemen penting dalam menjamin kelangsungan perusahaan, adanya kemampuan

Pengukuran Profitabilitas

Profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan alat ukur *return on equity*, *net profit margin*, *earning per share* dan *return on asset*.

1. Return On Equity

Return on equity adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari modal sendiri yang disunakan untuk perusahaan tersebut.

2. Net Profit Margin

Net profit margin atau laba bersih merupakan rasio *profitabilitas* untuk menilai persentase laba bersih yang didapat setelah dikurangi pajak terhadap pendapatan yang diperoleh dari penjualan.

3. Return On Investment

Return on investment merupakan rasio profitabilitas yang dihitung dari laba bersih setelah dikurangi pajak terhadap total aktiva.

4. Return On Assets

Return on assets merupakan rasio *profitabilitas* untuk menilai persentase keuntungan (laba) yang diperoleh perusahaan terkait sumberdaya atau total asset sehingga efisiensi suatu

perusahaan dalam mengelola asetnya dapat terlihat dari persentase rasio ini.

Penelitian ini menggunakan rasio *return on assets*, karena *return on assets* merupakan suatu rasio *profitabilitas* yang menunjukkan laba perusahaan dengan membagi laba bersih terhadap total aktiva yang dimiliki perusahaan sehingga rasio ini disebut juga dengan *earning power* karena menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari setiap satu rupiah asset yang digunakan. Rasio ini merupakan suatu ukuran untuk menilai seberapa besar tingkat pengembalian dari aset yang dimiliki, apabila rasio ini tinggi maka menunjukkan adanya efisiensi yang dilakukan oleh perusahaan (Soelistyoningrum, 2011).

Pemilihan *return on asset* sebagai ukuran rasio *profitabilitas* disini dengan beberapa alasan yaitu (Batubara, 2015) :

1. Rasio ini merupakan ukuran keseluruhan keefektifan manajemen dalam menghasilkan laba dengan aktiva yang tersedia disebut juga hasil atas investasi.
2. Rasio ini dapat menilai kemampuan perusahaan untuk menggunakan rata-rata asetnya dalam menghasilkan profit.
3. Rasio ini dapat menunjukkan “*return*” yang diterima oleh pemilik modal dimana untuk mengukur *return* ini adalah laba bersih setelah pajak dibagi dengan total aktiva.

Return on assets “Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen perusahaan dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan. Semakin besar *return on assets* suatu perusahaan, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan dan semakin baik pula posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan asset” (Mamduh, 2012: 102). *Return on asset* dapat dihitung dengan rumus, yaitu:

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba (Rugi) bersih setelah pajak}}{\text{TotalAset}} \times 100\%$$

Tahun 2021	Vol. 2	Nomor 1	Periode Februari - Agustus	ISSN : 2721- 060X
------------	--------	---------	----------------------------	-------------------

Sumber : Agnes Sawir (2012: 20)

Keterangan :

Net profit after tax = laba bersih setelah pajak

Total asset = total aktif

Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility merupakan komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan yang menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan (Tamba, 2015). *Corporate social responsibility* sebagai salah satu tonggak penting dalam manajemen perusahaan. Meskipun *corporate social responsibility* baru dikenal pada awal tahun 1970-an, namun tanggung jawab sosial sudah dikemukakan oleh Howard R. Bowen pada tahun 1953 (Dwi Kartini, 2009).

Menurut Anggraini (2007) ada 3 alasan mengapa adanya pelaksanaan CSR yaitu pertama, perusahaan sendiri adalah bagian dari masyarakat, sehingga perusahaan juga harus memperhatikan kepentingan masyarakat. Kedua, dunia usaha dan masyarakat saling menguntungkan apabila saling memenuhi kewajibannya. Ketiga, kegiatan CSR adalah salah satu cara perusahaan untuk menghindari masalah sosial. **Pengukuran *corporate social responsibility***

Pengukuran *corporate social responsibility* diukur dengan indikator lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, umum (Prastowo dan Huda, 2011). Penelitian ini menggunakan indikator keterlibatan masyarakat yaitu :

1. Pemberian sumbangan tunai , produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni.

2. Tenaga kerja paruh waktu dari mahasiswa atau pelajar.
3. Sebagai sponsor untuk kesehatan masyarakat.
4. Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni (riset media)
5. Membiayai program beasiswa.
6. Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat.
7. Mensponsori kampanye nasional.
8. Mendukung pengembangan industri lokal

Kerangka Pemikiran

Corporate social responsibility merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan atas dampak-dampak yang ditimbulkan dari kegiatan bisnis yang dilakukan. Perusahaan adalah pihak yang selayaknya paling menyadari bahwa CSR merupakan salah satu penentu citra perusahaan baik dimata konsumen maupun masyarakat secara umum.

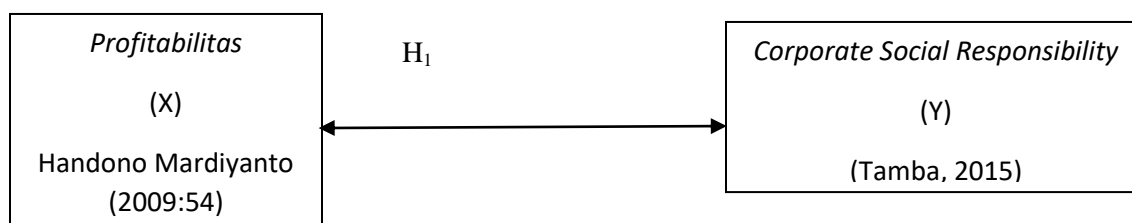
Selain CSR sebagai upaya pembentukan “*brand image*” bagi perusahaan, CSR juga dilakukan karena UU No 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas pada tanggal 20 Juli 2007 ini dikeluarkan, berdampak pada perusahaan yang bergerak dibidang sumber daya alam, penerapan yang semula berlandaskan atas kerelaan menjadi sesuatu yang diwajibkan. Dimana disertai dengan ancaman sanksi jika tidak menaatinya. Dengan mengimplementasikan CSR, secara tidak langsung perusahaan telah meminimalkan biaya yang sifatnya implisit dari tindakan perusahaan yang tidak bertanggung jawab. Contoh biaya implisit: biaya hukum akibat tuntutan adanya limbah perusahaan yang merusak lingkungan, biaya klaim karyawan akibat ketidakpedulian perusahaan terhadap kondisi kesehatan dan keamanan karyawan selama bekerja (Lindrawati, 2008).

Perusahaan dalam melakukan kegiatan *corporate social responsibility* diduga dipengaruhi oleh *profitabilitas*. Handono Mardiyanto (2009:54) *profitabilitas* adalah “mengukur kesanggupan perusahaan untuk menghasilkan laba”. Sedangkan menurut Sutrisno (2009:16) “*profitabilitas* adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan semua modal yang bekerja didalamnya”. Semakin tingginya *profitabilitas*

maka semakin besar peluang perusahaan untuk mengeluarkan *corporate social responsibility*.

Profitabilitas merupakan faktor utama pendorong kegiatan *Corporate Social Responsibility*, jika *profitabilitas* meningkat maka perusahaan akan mengeluarkan *corporate social responsibility* sesuai dengan kewajiban yang telah ditentukan.

Paradigma penelitian sebagai penjabar dari kerangka pemikiran dibuat dalam gambar berikut ini:



Gambar 2.1 : Paradigma Penelitian

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka pemikiran yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan (Sugiyono, 2017:96).

Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis penelitiannya sebagai berikut:

H: *Profitabilitas* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian survey. Penelitian survey adalah penelitian yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengujian

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang termasuk dalam kelompok industri manufaktur yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dipilihnya perusahaan manufaktur sebagai populasi dimaksudkan untuk menghindari bias yang disebabkan oleh efek industri (*industrial effect*) dan selain itu sektor manufaktur memiliki jumlah terbesar perusahaan dibandingkan sektor lainnya. Jumlah populasi yaitu 144 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017. Sampel penelitian ditentukan berdasarkan *purposive sampling* yang berarti pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu.

Sampel

Uma Sekaran (2006:123) mengatakan “Sampel (*sample*) adalah sebagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Teknik pengambilan

Tahun 2021	Vol. 2	Nomor 1	Periode Februari - Agustus	ISSN : 2721- 060X
------------	--------	---------	----------------------------	-------------------

sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*.

Tabel

Pemilihan sampel

No	Sampel	Jumlah
1	Semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan mempublikasikan laporan keuangan berturut-turut dari tahun 2015 - 2017.	144
2	Perusahaan sampel tidak mengalami <i>delisting</i> selama periode pengamatan.	(3)
3	Tidak memiliki data yang berkaitan dengan variabel penelitian secara lengkap	(62)
4	Perusahaan yang mengalami kerugian pada tahun 2015-2017	(35)
5	Data laporan keuangan perusahaan tidak dapat diakses selama periode pengamatan	(10)
	Jumlah Perusahaan yang Memenuhi Kriteria	34

Sumber : Data Diolah Sendiri, Tahun 2019

Sampel awal yang diperoleh berjumlah 144 perusahaan, namun setelah diseleksi berdasarkan kriteria yang ditetapkan maka diperoleh sampel akhir sebanyak 34 perusahaan dikali 3 Tahun periode pengamatan jadi 102 Laporan Keuangan

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui melakukan studi kepustakaan, yaitu mempelajari berbagai tulisan yang berhubungan dengan *profitabilitas* dan *corporate social responsibility*

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif Data yang diperoleh disajikan kemudian dianalisis dengan analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan program SPSS lalu dijelaskan secara deskriptif.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini digunakan uji t. Uji t dimaksudkan untuk

mengetahui apakah terdapat pengaruh secara parsial (individu) dari variabel independen (*profitabilitas*) terhadap variabel dependen (*corporate social responsibility*).

Berdasarkan rumusan masalah dan hipotesis atau dugaan sementara, maka selanjutnya dilakukan uji hipotesis dengan uji dua pihak, dengan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = r \sqrt{\frac{N-2}{1-r^2}}$$

(Sugiyono, 2005)

r = Nilai koefisien korelasi

N = Jumlah sampel

Untuk mengetahui apakah hipotesis yang dikemukakan dapat diterima atau ditolak maka nilai t yang telah dihitung dengan rumus di atas (t_{hitung}) dibandingkan dengan t_{tabel} dengan menggunakan tingkat signifikansi (α) adalah 0,05 dan derajat kebebasan (dk) = $n - 1$. Sedangkan hipotesis statistiknya adalah sebagai berikut :

Tahun 2021	Vol. 2	Nomor 1	Periode Februari - Agustus	ISSN : 2721- 060X
------------	--------	---------	----------------------------	-------------------

Ho : r = 0 : Variabel X (*profitabilitas*) tidak berpengaruh terhadap

variabel Y (*corporate social responsibility*)

H₁ : r ≠ 0 : Variabel X (*profitabilitas*) berpengaruh terhadap variabel Y (*corporate social responsibility*)

Kaidah pengujian :

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka Ho ditolak, artinya variabel X (*profitabilitas*) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (*corporate social responsibility*).

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka Ho diterima, artinya variabel X (*profitabilitas*) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (*corporate social responsibility*).

Tabel
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value	
N		102	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.3540305	
	Std. Deviation	.06615772	
Most Extreme Differences	Absolute	.160	
	Positive	.135	
	Negative	-.160	
Kolmogorov-Smirnov Z		1.613	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.011	

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : *Output SPSS 21*

Hasil uji normalitas di atas diketahui bahwa nilai K-S untuk variable *profitabilitas* dan CSR adalah sebesar 1,613 dengan signifikansi

0,011 lebih besar dari 5%. Hal ini berarti data *profitabilitas* dan CSR berdistribusi normal.

Tabel 4.5
Hasil Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	.288	.025		11.552	.000			
	Profitabilitas	.778	.207	.352	3.757	.000	.352	.352	.352

a. Dependent Variable: CSR

Sumber : *Output SPSS 21*

Tahun 2021	Vol. 2	Nomor 1	Periode Februari - Agustus	ISSN : 2721- 060X
------------	--------	---------	----------------------------	-------------------

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka didapat persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,288 + 0,778 X_1 + \varepsilon$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diartikan bahwa jika profitabilitas berubah sebesar satu-satuan, maka nilai CSR akan

berubah sebesar 0,788 dengan arah hubungan yang sama yaitu positif dan akan bertambah sebesar nilai konstanta 0,288 karena arah hubungannya positif. Sebaliknya, setiap penurunan satu satuan profitabilitas maka akan mengakibatkan penurunan CSR 0,288.

Tabel 4.6
Koefisien Determinasi

		CSR	Profitabilitas
Pearson Correlation	CSR	1.000	.352
	Profitabilitas	.352	1.000
Sig. (1-tailed)	CSR	.	.000
	Profitabilitas	.000	.
N	CSR	102	102
	Profitabilitas	102	102

Untuk mengukur seberapa besar kontribusi (sumbangan) variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat dapat dihitung dengan suatu besaran yang disebut koefisien determinasi yang dinyatakan dengan prosentase. Untuk menghitung besarnya pengaruh *profitabilitas* terhadap CSR adalah dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 KD &= r^2 \times 100\% \\
 &= 0,352^2 \times 100\% \\
 &= 12,39\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan, dapat diketahui bahwa pengaruh *profitabilitas* terhadap CSR adalah sebesar 12,39% dan sisanya 87,61% ditentukan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Tabel 4.7
Hasil Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	.288	.025		.000			
	Profitabilitas	.778	.207	.352	3.757	.000	.352	.352

a. Dependent Variable: CSR

Sumber : *Output SPSS 21*

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa nilai t hitung adalah sebesar 3,757 dengan

signifikansi 0.000. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,757 > 1,660$ dan nilai signifikansi lebih

kecil dari nilai probabilitas yaitu $0,00 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti *profitabilitas* berpengaruh secara signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Secara teoritis CSR dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dari masyarakat. *Profitabilitas* memberikan keyakinan perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR. Artinya, dengan *profitabilitas* yang mencukupi, perusahaan tetap akan mendapatkan keuntungan positif, yaitu mendapatkan nilai positif dari masyarakat yang pada akhirnya akan berdampak meningkatnya keuntungan perusahaan di masa yang akan datang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 – 2017, maka peneliti memberikan kesimpulan bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Artinya, jika *profitabilitas* perusahaan meningkat maka *corporate social responsibility* yang dikeluarkan perusahaan juga meningkat.

Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dijelaskan, peneliti

Jika *profitabilitas* perusahaan terus meningkat maka peningkatan kegiatan CSR dapat terus ditingkatkan saat perusahaan itu mengalami kondisi keuangan yang baik. Karena sesuai dengan kewajiban perusahaan yaitu mengembalikan keadaan lingkungan sekitar terhadap dampak yang terjadi akibat kegiatan operasional perusahaan.

Berdasarkan penelitian tersebut, maka dapat dikatakan bahwa perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017 mampu melakukan kegiatan CSR namun masih tergolong rendah. Melalui kegiatan CSR perusahaan dapat mempunyai citra yang baik di mata masyarakat yang akan berdampak baik pula terhadap kelangsungan perusahaan. Dengan demikian, saat perusahaan tidak dalam kerugian maka perusahaan dapat mengeluarkan CSR sesuai dengan laba yang dihasilkan.

memberikan saran yang berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan sebagai masukan untuk berbagai pihak yang berkepentingan, antara lain sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sebaiknya mengeluarkan CSR sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
2. Keterbatasan penelitian ini hanya menggunakan dua variabel, dan skop obyek penelitian sebatas perusahaan manufaktur, sebaiknya bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang berkaitan dengan *corporate social responsibility* tidak hanya meneliti dari variabel *profitabilitas* saja.

DAFTAR PUSTAKA

1. Agnes Sawir. 2012. *Akuntansi Keuangan Teori dan Aplikasi*. Alfabeta. Jakarta.
2. Batubara. 2015. "Profitability and Corporate Governance Disclosure: An Indonesian Study." Makalah disampaikan pada Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang, 2015.
3. Erwita Dewi. 2012. *Pengaruh Struktur Modal Terhadap Optimalisasi Laba (Studi Kasus Pada Perusahaan-Perusahaan Go Public Masuk Ke Dalam Daftar Jakarta Islamic Index Periode 2001-2005)*.Jurnal. Jambi: Universitas Jambi.
4. Hack Ston dan Milne. 2013. *Management Accounting*. Salemba Empat. Jakarta.
5. Handoko Mardiyanto. 2009. *Intisari Manajemen Keuangan*. BPFE. Yogyakarta.
6. Kumalahadi. 2000. *Perspektif Pragmatik, Lingkungan dan Sosial dalam Laporan Keuangan: Peningkatan Kegunaan dan Pertanggungjawaban*. *Jurnal Akuntansi, Auditing dan Informasi*, Volume 4 No. 1, Juni 2000, hal. 51-66.
7. Lindrawati. 2008. "Profitability and Corporate Governance Disclosure: An Indonesian Study." Makalah disampaikan pada Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang, 23-26 Agustus 2008.
8. Mamduh. 2015. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Alfabeta. Jakarta.
9. Meek, Roberts dan Gray. 2015. *Financial Accounting Theory. Fifth Edition*. Pearson Prentice Hall:Toronto.
10. Muhammad Nico Santana. 2012. *Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Sektor Manufaktur Di Indonesia Yang Terdaftar Di BEI*. Fakultas Ekonomi.UMS
11. Mustika Hadipranoto, (2005), "Pengaruh Financial Leverage terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur yang Go- public di Indonesia, Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegija pranata, Semarang.
12. Prastowo dan Huda. 2011. *Corporate Social Responcibility*. Kunci Meraih Kemuliaan Bisnis.Yogyakarta. Samudra Biru.
13. Priantana dan Yustian. 2011. *Corporate Social Responsibility*,Yogyakarta. Graha Ilmu
14. Soelistyoningrum, Jenia Nur (2011).*Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report terhadap Kinerja Keuangan* .Jurnal Ekonomi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
15. Susanti dan Riharjo.(2013). *Pengaruh good corporate governance terhadap corporate social responsibility pada perusahaan cosmetics and house hold* .Jurnal ilmu dan riset akuntansi vol.1 no.1, Januari 2013.
16. Tamba. 2015. "Profitability and Corporate Governance Disclosure: An Indonesian Study." Makalah disampaikan pada Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang, 23-26 Agustus 2015.
17. Uma Sekaran. 2006. *Metodologi Penelitian*. BFEE. Yogyakarta.