

PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DAN PERTUMBUHAN ASET TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN (PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2011-2015)

IHWANDI, LALU RIZAL

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Gunung Rinjani
Email: rizal71ihwandi@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan pertumbuhan aset terhadap profitabilitas. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan sampel 10 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2011-2015. Metode pemilihan sampel menggunakan *purposive sampling* dan model analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien positif sebesar 0,178, dengan signifikansi sebesar $0,032 <$ dari pada taraf signifikansi 0,05. Pertumbuhan aset (*Asset Growth*) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien positif sebesar 0,074, dengan signifikansi sebesar $0,249 >$ dari pada taraf signifikansi 0,05. Sedangkan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan pertumbuhan aset (*Asset Growth*) berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap profitabilitas. Hal ini ditunjukkan dengan signifikansi F sebesar $0,044 <$ dari pada taraf signifikansi 0,05.

Kata Kunci: Pengungkapan *corporate social responsibility*, pertumbuhan aset dan profitabilitas.

ABSTRACT

The purpose of this study to test the effect of disclosure of corporate social responsibility (CSR) and asset growth to profitability. This study was conducted using a sample of 10 companies listed on the stock exchange in 2011-2015. Methods of sample selection using purposive sampling and analysis model used is multiple linear regression. The result of this study indicate that the disclosure of corporate social responsibility (CSR) positive and significant impact on profitability. It can be seen from the positive coefficient of 0,178, with a significance of $0,032 <$ than the significance level of 0,05. Asset growth and no significant positive effect on profitability. It can be seen from the positive coefficient of 0,074, with a significance of $0,249 >$ than the significance level 0,05. While the disclosure of corporate social responsibility (CSR) and the asset growth influence simultaneously (together) to profitability. This is demonstrated by the significant F of $0,044 <$ of at significance level of 0,05.

Keyword : *Disclosure of Corporate Social Responsibility, Asset Growth and Profitability.*

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dunia usaha saat ini mengalami kemajuan pesat serta persaingan yang begitu ketat membuat perusahaan semakin bekerja keras untuk mempertahankan daya saing perusahaannya baik multinasional maupun domestik agar tetap berjalan dan diterima oleh *stakeholder*. Tidak lepas dari hal itu suatu perusahaan mempunyai beberapa kewajiban yang harus dipenuhi, kewajiban tersebut tidak hanya pada pemegang saham saja namun juga kewajiban terhadap pihak lain termasuk masyarakat.

Salah satu bentuk pertanggungjawaban perusahaan kepada masyarakat adalah dengan melakukan CSR (*Corporate Social Responsibility*). CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. CSR adalah suatu konsep bukan hanya perusahaan yang memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingan (konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan) dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Wardani, 2015).

Dalam melakukan tanggungjawab sosialnya, perusahaan tidak lagi menjadikan kewajiban ini menjadi beban karena CSR menjadi kebutuhan untuk mengubah citra dunia usaha yang ramah lingkungan. Seiring dengan citra perusahaan yang semakin baik sehingga loyalitas konsumen semakin tinggi maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dan pada akhirnya dengan pelaksanaan CSR, diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga akan meningkat (Satyo, 2005 dalam Sutopoyudo, 2009). Menurut *Global Compact Initiative (2002)* menyebutkan pemahaman CSR dengan 3P yaitu *profit, people, planet*. Konsep ini memuat pengertian bahwa bisnis tidak hanya sekedar mencari keuntungan (*profit*) melainkan juga kesejahteraan orang (*people*) dan menjamin keberlangsungan hidup planet (Nugroho, 2007). Di Indonesia CSR diatur dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perseroan yang usahanya terkait dengan bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Dewasa ini banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya memperhatikan, menerapkan, dan mempraktikkan program *corporate social responsibility (CSR)* sebagai bagian dari strategi bisnis. Kehadiran CSR yang seharusnya telah terintegrasi dalam hierarki

perusahaan sebagai strategi dan *policy* manajemen, diperlukan demi tercapainya sebuah keseimbangan dunia usaha antara pelaku dan masyarakat. Efisiensi dan signifikansi dari CSR masih belum dapat terbaca sepenuhnya oleh pelaku bisnis, sehingga CSR sendiri bagi sebagian pelaku bisnis baru sekedar wacana dan terkadang implementasinya berdasarkan atas tuntutan masyarakat (Tanudjaja, 2005). Perkembangan terkini menunjukkan bahwa banyak perusahaan yang melakukan CSR dan penerapannya tidak diakui lagi sebagai *cost* melainkan sebagai investasi (Erni 2007 dalam Sutopoyudo 2009).

Pengungkapan CSR merupakan media untuk menjalin komunikasi yang baik dengan *stakeholders* bahwa perusahaan telah mengungkapkan CSR (Darwin, 2007). Melalui pengungkapan CSR, perusahaan bisa memperoleh legitimasi sosial sehingga perusahaan dapat memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang melalui respon positif masyarakat pada para pelaku pasar saham (Kiroyan, 2006) dalam Sayekti dan Wondabio (2007). Selain itu ketertarikan investor terhadap perusahaan karena perusahaan tersebut secara berkelanjutan selalu memberikan laporan tahunan, sehingga investor dan pihak-pihak terkait dapat melihat pertumbuhan dan perkembangan perusahaan secara berkala dan dari laporan tahunan yang berkelanjutan tersebut terlihat bahwa perusahaan beritikad baik untuk memberikan tanggung jawabnya kepada pihak-pihak terkait dengan cara memberikan laporan tahunan secara berkelanjutan dan terbuka.

Masalah penelitian yang terkait dengan pengaruh CSR terhadap profitabilitas perusahaan masih terjadi dimana hasil penelitian yang dilakukan oleh Hermi (2014). Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa pengungkapan aktivitas CSR berpengaruh positif dan memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap variabel ROA (sebagai proksi untuk profitabilitas perusahaan). Bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari dan Nugroho (2010) melakukan penelitian mengenai Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar di BEI dengan hasil penelitian pengungkapan CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas.

Pertumbuhan menurut Mardiyah (2001) didefinisikan sebagai perubahan tahunan dari total aktiva. Pertumbuhan Aset adalah perubahan (peningkatan atau penurunan) total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Pertumbuhan Aset (*Asset Growth*) menggambarkan pertumbuhan aktiva yang digunakan untuk aktivitas operasional

perusahaan, yang pada akhirnya juga akan berpengaruh terhadap penentuan laba. Apabila semakin tinggi rasio pertumbuhan aset suatu perusahaan maka semakin baik pula keadaan perusahaan tersebut. Dengan demikian perusahaan mudah dalam mengambil keputusan, baik dari segi internal maupun eksternal. Dari segi internal pertumbuhan aset yang tinggi memungkinkan perusahaan juga beroperasi lebih besar dan menghasilkan laba yang besar pula. Dari segi eksternal dengan mudah akan menanamkan modalnya dikarenakan melihat perkembangan ataupun pertumbuhan perusahaan, karena akan menjamin keuntungan bagi penanam modal (*investor*). Sebelum investor menanamkan modalnya pada suatu perusahaan, investor berhak untuk mengetahui kondisi keuangan perusahaan yang sebenarnya. Dalam penelitian ini pertumbuhan aset diukur dengan peningkatan aktiva perusahaan.

Profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Sartono, 2010). Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada suatu periode tertentu dalam menjalankan suatu kegiatan operasional atau bisnisnya. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan dimasa depan akan dinilai baik pula oleh investor. Rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah ROA (*Return On Assets*). ROA merupakan rasio perbandingan antara laba setelah pajak (*net income after tax*) terhadap total aset. ROA digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan modal yang menyeluruh, yang sensitif terhadap setiap hal yang mempengaruhi keadaan perusahaan.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Rahmawati (2010) mengenai pengaruh konservatisme akuntansi, *asset growth*, dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas masa depan perusahaan dengan periode tahun 2006-2008. Hasilnya bahwa pertumbuhan aset (*asset growth*) tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas masa depan perusahaan. Bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusumajaya (2011) dalam penelitiannya Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitiannya pertumbuhan perusahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

Berdasarkan latar belakang dan perbedaan hasil penelitian terdahulu diatas

mengenai masalah CSR dan pertumbuhan aset terhadap profitabilitas. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dan Pertumbuhan Aset (*Asset Growth*) Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2011-2015)**".

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh secara parsial terhadap Profitabilitas Perusahaan ?
2. Apakah Pertumbuhan Aset (*Asset Growth*) berpengaruh secara parsial terhadap Profitabilitas Perusahaan ?
3. Apakah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Pertumbuhan Aset (*Asset Growth*) berpengaruh secara simultan terhadap Profitabilitas Perusahaan ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menguji pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara parsial terhadap Profitabilitas Perusahaan.
2. Menguji pengaruh Pertumbuhan Aset (*Asset Growth*) secara parsial terhadap Profitabilitas Perusahaan.
3. Menguji pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Pertumbuhan Aset (*Asset Growth*) secara simultan terhadap Profitabilitas Perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat teoritis

Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu akuntansi dan menjadi bahan referensi serta bahan pertimbangan untuk mengadakan penelitian-penelitian selanjutnya yang lebih spesifik dengan variabel-variabel yang berbeda, sehingga diperoleh pemahaman baru yang lebih baik dan luas bagi mahasiswa/wi juga menyediakan bukti empiris pengaruh pengungkapan CSR dan Pertumbuhan Aset terhadap Profitabilitas Perusahaan.

1.4.2. Manfaat praktis

a. Manajemen Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan kepada perusahaan tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang diungkapkan didalam laporan tahunan perusahaan dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial.

b. Bagi *Stakeholder*

Memberikan informasi kepada para stakeholder khususnya para pemakai laporan keuangan perusahaan tentang sejauh mana

perusahaan telah melakukan tanggungjawab sosialnya dalam praktek *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Pertumbuhan Aset (*Growth Asset*) dalam upaya meningkatkan Profitabilitas perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Lestari dan Nugroho (2010) melakukan penelitian mengenai Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI dengan hasil penelitian Pengungkapan CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas.

Rahmawati (2010) dalam penelitiannya Pengaruh Konservatisme Akuntansi, *Asset Growth* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Masa Depan Perusahaan mengungkapkan bahwa *Asset growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas masa depan perusahaan.

Hermi (2014) dalam penelitiannya Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kinerja Perusahaan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2011. Menyatakan Pengungkapan Aktivitas CSR berpengaruh positif dan memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap variabel ROA (sebagai proksi profitabilitas perusahaan).

Kusumajaya (2011) dalam penelitiannya Pengaruh Struktur Modal Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. Menyimpulkan bahwa Pertumbuhan perusahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Teori Agensi (*Agency Theory*)

Jensen dan Meckling (1976) dalam Pasadena (2013) menjelaskan hubungan keagenan sebagai "*agency relationship as a contract under which one or more person (the principals) engage another person (the agent) to perform some service on their behalf which involves delegating some decision making authority to the agent*".

Hubungan Keagenan (*Agency Relationship*) merupakan suatu kontrak dimana satu atau lebih orang (prinsipal) memerintahkan orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal serta memberi wewenang kepada agen membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal.

2.2.2. Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Signaling theory menyatakan dengan kinerja yang tinggi (perusahaan bagus) menggunakan informasi keuangan untuk

mengirim sinyal kepada pasar (Spence 1973, dalam Marisanti 2012). Teori sinyal membahas mengenai dorongan perusahaan untuk mengungkapkan informasi kepada pihak eksternal karena terjadi asimetri informasi antara manajemen dengan pihak eksternal. Oleh sebab itu, semua informasi perusahaan, baik itu informasi keuangan maupun non keuangan harus diungkapkan oleh perusahaan. Perusahaan diijinkan untuk mengungkapkan laporan tambahan yaitu laporan yang berisi lebih dari sekedar laporan keuangan, misalnya laporan tahunan tentang aktivitas CSR perusahaan. Hal ini disebabkan oleh ekspektasi manajer bahwa menyediakan sinyal yang bagus mengenai kinerja perusahaan kepada pasar akan mengurangi asimetri informasi (Oliviera et al., 2008, dalam Marisanti 2012).

Informasi jika dilihat dari konteks sinyal dapat meningkatkan reputasi perusahaan, sehingga sinyal merupakan biaya untuk mendapatkan *return* (tingkat keuntungan) yang diharapkan oleh perusahaan. Salah satunya *corporate action* yang merupakan informasi sekaligus tanda (*signal*) adalah perusahaan yang mengumumkan aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan yang bersangkutan (Roida 2008).

2.2.3. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Menurut Gray et al (1996) dalam Arjanggie (2015) bahwa dasar pemikiran teori ini adalah sebuah organisasi atau perusahaan akan berlanjut keberadaannya apabila masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi sesuai dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi menjelaskan perusahaan melakukan kegiatan usaha dengan batasan-batasan yang ditentukan oleh norma-norma, nilai-nilai sosial dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan (Chariri, 2007). Teori legitimasi juga berpendapat bahwa perusahaan harus melaksanakan dan mengungkapkan aktivitas CSR semaksimal mungkin agar aktivitas perusahaan dapat diterima oleh masyarakat.

2.2.4. Teori *Stakeholder* (*Stakeholder Theory*)

Menurut Freeman (1984) dalam Septiani (2013) *stakeholder* adalah kelompok atau individu yang dipengaruhi oleh organisasi dan dapat mempengaruhi tujuan organisasi. *Stakeholder* merupakan semua pihak yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan, seperti: karyawan, masyarakat, perusahaan pesaing dan pemerintah (Purwanto, 2011). Daud dan Abrar (2008) berpendapat bahwa kelompok tersebut menjadi pertimbangan paling penting untuk perusahaan mengungkapkan informasinya. Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya

beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya (Septiani, 2013).

2.2.5. Teori Kontrak Sosial (*Social Contract Theory*)

Teori ini muncul karena adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat, agar terjadi keselarasan, keserasian, dan keseimbangan, termasuk dalam lingkungan. Perusahaan yang merupakan kelompok orang yang 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 mempengaruhi. Untuk itu, agar terjadi keseimbangan (*equality*) maka perlu kontrak sosial baik secara tersusun dan tersurat maupun tersirat, sehingga terjadi kesepakatan yang saling melindungi kepentingan masing-masing (Nor Hadi 2011).

Social Contract dibangun dan dikembangkan, salah satunya untuk menjelaskan hubungan antara perusahaan dan masyarakat (*Society*). Interaksi perusahaan dengan masyarakat akan selalu berusaha untuk memenuhi dan mematuhi aturan dan norma-norma yang berlaku di masyarakat, sehingga kegiatan perusahaan dapat dipandang *legitimate* (Deegan, dalam Nur Hadi 2011).

2.2.6. Teori Ekonomi Politik

Dua varian teori ekonomi politik: klasik (biasanya sebagian besar berhubungan dengan Marx) dan *Bourgeois* (biasanya sebagian besar berhubungan dengan Jhon Stuart Mill dan ahli ekonomi berikutnya). (Gray *et. al.*, 1996) dalam Achmad (2007). Perbedaan penting antara keduanya terletak pada tingkat analisis pemecahan, yakni konflik struktural dalam masyarakat. Ekonomi politik klasik meletakkan konflik struktural, ketidakadilan dan peran negara pada analisis pokok. Sedangkan ekonomi politik *Bourgeois* cenderung menganggap hal-hal tersebut merupakan *given* dan oleh karena itu, hal-hal tersebut tidak dimasukkan dalam analisis. Hasilnya, ekonomi politik *Bourgeois* cenderung memperhatikan interaksi antar kelompok dalam suatu dunia *Pluralistic* (sebagai misal, negosiasi antara perusahaan dan kelompok penekan masalah lingkungan, atau dengan pihak yang berwenang).

2.2.7. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Darwin (2004) mendefinisikan CSR sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial kedalam operasinya dan interaksinya dengan *Stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum. Di Indonesia CSR

mulai berkembang sejak diterbitkannya Undang-Undang No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perseroan yang usahanya terkait dengan bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. CSR tidak lagi berpijak pada praktek *single bottom line* yang berorientasi pada kinerja keuangan saja, namun CSR telah mengacu pada *triple bottom line*, yang artinya selain berorientasi pada kinerja keuangan, perusahaan juga berorientasi pada aktivitas sosial dan lingkungan.

2.2.8. Pengungkapan CSR

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menurut Gray *et al.*, (1987) dalam Septiani (2013) adalah proses pengkomunikasian efek-efek sosial dan lingkungan atas tindakan ekonomi perusahaan pada kelompok tertentu dalam masyarakat secara keseluruhan. Pengungkapan CSR merupakan pengungkapan suatu informasi mengenai aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan yang diharapkan dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap perusahaan dan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan.

Ada dua jenis pengungkapan dalam pelaporan keuangan yang telah ditetapkan oleh badan yang memiliki otoritas dipasar modal. Yang pertama adalah pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*), yaitu informasi yang harus diungkapkan oleh emiten yang diatur oleh peraturan pasar modal disuatu negara. Sedangkan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) adalah pengungkapan butir-butir yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan, mencakup lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum (Hackson dan Milne 1996 dalam Sembiring 2003).

CSR yang diukur dengan *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI). CSDI merupakan item pengungkapan yang dinyatakan dalam bentuk indeks pengungkapan sosial dan Perhitungan indeks CSDI dilakukan dengan menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian yang diungkapkan oleh perusahaan diberikan nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberikan nilai 0 (Hanifa dkk, 2005) dalam Sayekti dan Wondabio (2007). Informasi mengenai CSDI akan didapat berdasarkan *Global Reporting Initiatives* (GRI). GRI merupakan sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memporiori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan diseluruh dunia. CSDI dilakukan dengan melihat pengungkapan sosial perusahaan dalam 7 kategori yaitu: lingkungan, energi,

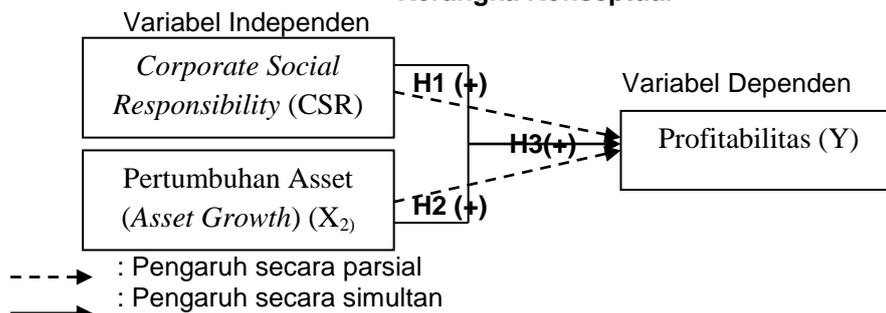
kesehatan, keselamatan kerja, tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum.

2.2.9. Pertumbuhan Aset (*Assets Growth*)

Pertumbuhan menurut Mardiyah (2001) didefinisikan sebagai perubahan tahunan dari total aktiva. Aset merupakan aktiva yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan (Bambang, 2007). Pertumbuhan Aset adalah perubahan (peningkatan atau penurunan) total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Bagi perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi akan bergantung pada dana dari luar perusahaan dikarenakan dengan tingkat pertumbuhan akan lebih banyak menggunakan hutang sebagai sumber pendanaannya dari pada perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang rendah. Dengan demikian pihak luar dengan mudah akan menanamkan modalnya dikarenakan melihat perkembangan atau pertumbuhan perusahaan, dan akan menjamin keuntungan bagi penanam modal. Maka dalam penelitian ini pertumbuhan aset diukur dengan peningkatan aktiva perusahaan.

2.3. Kerangka Konseptual

Gambar 2.3
Kerangka Konseptual



2.4. Pengembangan Hipotesis Penelitian

H_1 : Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan

H_2 : Pertumbuhan aset berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan

H_3 : Pengungkapan CSR dan Pertumbuhan aset berpengaruh secara simultan terhadap Profitabilitas

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Klasifikasi dan Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.1.1. Klasifikasi Variabel

3.1.1.1. Variabel Independen (Variabel X)

Variabel independen sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2010). Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Pertumbuhan Aset (*Asset Growth*).

3.1.1.2. Variabel Dependen (Variabel Y)

2.2.10. Profitabilitas Perusahaan

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Sartono, 2010:122). Profitabilitas suatu perusahaan menggambarkan keefektifan yang dicapai manajemen perusahaan ketika melakukan kegiatan operasional perusahaan (Saleh, 2004).

Untuk mengetahui sampai sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba, baik yang berasal dari kegiatan operasional maupun kegiatan non operasional maka dapat diketahui dengan menggunakan beberapa rasio profitabilitas yaitu: *Gross Profit Margin* (GPM) merupakan persentasi laba kotor dibandingkan dengan penjualan, semakin besar GPM semakin baik keadaan operasi perusahaan. *Net Profit Margin* (NPM) merupakan rasio untuk mengukur laba bersih setelah pajak terhadap penjualan, semakin tinggi NPM semakin baik operasi suatu perusahaan.

Variabel dependen sering disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2010). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Profitabilitas.

3.1.2. Definisi Operasional Variabel

3.1.2.1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengungkapan CSR merupakan pengungkapan suatu informasi mengenai aktivitas sosial yang dilakukan yang diharapkan dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap perusahaan dan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Dalam penelitian ini CSR akan diukur dengan *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI).

Perhitungan indeks CSDI dilakukan dengan menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian yang diungkapkan oleh perusahaan diberikan nilai 1 dan jika tidak diungkapkan

diberikan nilai 0 (Hanifa dkk, 2005) dalam Sayekti dan Wondabio (2007). Selanjutnya skor dari keseluruhan item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan.

Rumus CSDI (Hanifa dkk, 2005) dalam Sayekti dan Wondabio (2007):

$$CSDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Dimana:

CSDI_j : *Corporate Social Disclosure* Indeks perusahaan j

n_j : jumlah item untuk perusahaan j

X_{ij} : 1= jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan. Dengan demikian 0<CSDI<1

3.1.2.2. Pertumbuhan Aset (*Assets Growth*)

Variabel ini menggunakan skala rasio yang dapat diukur dengan menggunakan persentase perubahan dalam total aktiva pada tahun sekarang dibagi dengan aktiva tahun sebelumnya. Pertumbuhan aset dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Yuniningsih, 2002) :

$$Asset\ Growth = \frac{Total\ aset\ t - total\ aset\ t_{-1}}{Total\ aset\ t_{-1}}$$

Keterangan:

Total aset t : Nilai total aset pada tahun bersangkutan

Total aset t₋₁ : Nilai total aset pada tahun sebelumnya

3.1.2.3. Profitabilitas

Pengukuran variabel profitabilitas yang menggunakan skala rasio ini juga mengacu pada peneliti sebelumnya yang telah menggunakan ukuran ini, seperti Febriyani dan Srimindarti (2010), dan Seftianne dan Handayani (2011). Rumus ROA sebagai berikut :

$$ROA = \frac{Laba\ bersih\ setelah\ pajak}{Total\ Aset} \times 100\%$$

3.2. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yaitu suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui (Kasiram, 2008: 149).

3.3. Populasi dan Sampel (Objek Penelitian)

3.3.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek yang ada diwilayah penelitian (Sumanto, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode tahun 2011-2015 yang berjumlah 152 perusahaan.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih untuk menjadi subjek penelitian untuk mewakili keseluruhan populasi (Sumanto, 2014). Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu, tipe pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015.
2. Perusahaan yang mempublikasikan laporan mengenai kegiatan CSR dalam laporan tahunan secara kontinyu tahun 2011-2015.
3. Perusahaan yang perolehan labanya berturut-turut tahun 2011-2015.
4. Memiliki data yang lengkap mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian tahun 2011-2015.
5. Perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangannya secara kontinyu tahun 2011-2015.

Berdasarkan kriteria pengambilan sampel seperti yang telah disebutkan diatas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 10 perusahaan Manufaktur seperti pada Tabel 3.1 dibawah:

Tabel 3.1
Sampel Perusahaan

No	Kode Emiten	Nama Emiten	SEKTOR
1	SMGR	PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk	Semen
2	AMFG	PT. Asahimas Flat Glass Tbk	Keramik, Porselen dan Kaca
3	TOTO	PT. Surya Toto Indonesia Tbk	Keramik, Porselen dan Kaca

4	BUDI	PT. Budi Acid Jaya Tbk	Kimia
5	TRST	PT. Trias Sentosa Tbk	Plastik dan Kemasan
6	ASII	PT. Astra Internasional Tbk	Otomotif dan Komponen
7	ROTI	PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk	Makanan dan Minuman
8	GGRM	PT. Gudang Garam Tbk	Rokok
9	KLBF	PT. Kalbe Farma Tbk	farmasi
10	TCID	PT. Mandom Indonesia Tbk	Kosmetik

3.4. Jenis dan Sumber Data

3.4.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diukur atau dinyatakan dalam bentuk angka-angka (skala numerik) yang menunjukkan nilai terhadap suatu besaran atau variabel yang diwakilinya. Data tersebut bersifat time series, yaitu datanya menggambarkan perkembangan dari waktu ke waktu yang digunakan untuk melihat pengaruh perubahan dalam rentang waktu tertentu (Kuncoro, 2009).

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan-perusahaan manufaktur yang diteliti. Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara atau data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat yang menggunakan data untuk suatu penelitiannya (Kuncoro, 2009).

3.4.2. Sumber Data

Adapun sumber data penelitian ini adalah data sekunder eksternal dalam penelitian ini adalah laporan tahunan dalam laporan CSR dan Pertumbuhan Aset. Perusahaan Manufaktur pada tahun 2011-2015 yang diperoleh dari situs www.idx.co.id dan dari website Perusahaan Manufaktur masing-masing yang terdaftar di BEI.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan dan menganalisis laporan keuangan dalam laporan tahunan perusahaan Plastik dan Kemasan yang terdaftar di BEI pada tahun 2011-2015.

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran mengenai atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum dan minimum (Ghozali, 2012).

3.6.2. Analisis Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini analisis data dilakukan dengan regresi linear berganda (*Multiple Linear Regression*). Analisis regresi ini merupakan teknik statistik yang digunakan peneliti untuk mencari persamaan regresi, yang dapat digunakan untuk memprediksi besar variabel dependen dimasa yang akan datang karena adanya pengaruh dari beberapa variabel independen atau variabel bebas. Pada penelitian ini analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan program *Statistical Package for Social Science (SPSS) 16.0 for Windows*. Persamaan regresi linear berganda dengan dua variabel independen model analisisnya adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Profitabilitas (*Profitability*)

X_1 : *Corporate Social Responsibility*

X_2 : Pertumbuhan Aset (*Assets Growth*)

α : Konstanta, yaitu nilai Y jika X_1 dan $X_2 = 0$

β_1, β_2 : Koefisien regresi variabel independen, yaitu nilai peningkatan atau penurunan variabel Y yang didasarkan variabel X_1 dan X_2

e : Variabel Residual (tingkat kesalahan atau error)

3.6.3. Uji Asumsi Klasik

3.6.3.1. Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2012). Model regresi yang baik adalah data yang

berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk mendeteksi normalitas dapat dilakukan dengan uji statistik yaitu analisis grafik histogram, normal *probability plot* dan *Kolmogorov-Smirnov* test. Pada penelitian ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* test, yaitu dengan membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi normal. Untuk mengetahui hasil pengujiannya, dengan analisis sebagai berikut :

1. Jika nilai Sig (2-tailed) > taraf signifikansi yang ditetapkan ($\alpha=0,05$), maka distribusi data normal dan memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika nilai Sig (2-tailed) < taraf signifikansi yang ditetapkan ($\alpha=0,05$), maka distribusi data tidak normal dan tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.6.3.2. Uji Multikolinearitas

Tujuan uji multikolinearitas ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antar variabel independen (Ghozali, 2012). Apabila terjadi korelasi yang kuat, maka terdapat masalah multikolinearitas yang harus diatasi. Dalam penelitian ini, pengujian multikolinearitas untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi dapat dilihat dari : (1) nilai tolerance dan (2) *Variance Inflation Factor* (VIF). Kriteria yang digunakan dalam pengujian ini, yaitu

apabila nilai Tolerance $\geq 0,1$ atau sama dengan nilai VIF $\leq 0,10$, maka tidak terdapat masalah multikolinearitas antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas didalam sebuah model regresi dapat dicermati hal-hal berikut :

1. Jika nilai tolerance-nya kurang dari 0,1 maka dapat dikatakan terjadi multikolinearitas dan sebaliknya jika nilai tolerance lebih dari 0,1 maka tidak terjadi multikolinearitas.
2. Jika nilai VIF kurang dari 10, maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas, dan sebaliknya jika nilai VIF diatas 10, maka terjadi multikolinearitas.

3.6.3.3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier terdapat korelasi atau hubungan yang kuat baik positif maupun negatif antara kesalahan pengganggu (error) pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t₁. Model regresi yang baik, yaitu tidak terjadinya autokorelasi. Untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi didalam model regresi ini, dapat menggunakan uji *Durbin-Watson* ataupun dengan menggunakan alat uji statistik, yaitu dengan menggunakan *Run Test* (Ghozali, 2012). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dengan Uji Durbin-Watson (DW Test) dapat dilihat pada Tabel 3.2 di bawah ini:

Tabel 3.2
Uji Durbin-Watson (DW Test)

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No decision</i>	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada korelasi negatif	<i>No decision</i>	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negative	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

Sumber: Ghozali (2012)

3.6.3.4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual dari pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas, dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2012). Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan metode grafik *scatterplot* untuk melihat pola dari variabel yang ada berupa sebaran data.

Uji heteroskedastisitas dapat diketahui pula melalui *Glejser-test* yang dihitung dengan rumus sebagai berikut (Ghozali, 2012) :

$$[e_i] = B_1 X_i + v_i$$

Keterangan :

- e_i : residual
- X_i : variabel independen yang diperkirakan mempunyai hubungan erat dengan varians (δ_i^2); dan
- V_i : unsur kesalahan

3.6.4. Pengujian Hipotesis

3.6.4.1. Koefisien Determinasi (Uji R²)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh atau kuat kemampuan model dalam menerangkan variabel dependennya (Ghozali, 2009). Atau koefisien determinasi (R^2) ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas (independen) mempengaruhi variabel terikat (dependen). Koefisien determinasi dapat dicari dengan rumus (Gujarati, 1999):

$$R^2 = \frac{ESS}{TSS} = 1 - \frac{\sum e_i^2}{\sum Y_i^2}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi majemuk (multiple coefficient of determinant), yaitu proporsi variabel terikat yang dapat di jelaskan oleh variabel bebas secara bersama-sama.

ESS = Explained Sum of Squares, atau nilai variabel terikat yang di taksir nilai sekitar rata-ratanya.

TSS = Total Sum of Squares, total nilai variabel terikat di sekitar rata-rata sampelnya.

Y = Data variabel independen

Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas (Ghozali, 2005). Nilai yang mendekati 1 (satu) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

3.6.4.2. Uji t (Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2012). Pengambilan keputusan pada uji statistik t dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikannya pada taraf kepercayaan 0,05. Jika nilai signifikannya >0,05 maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, sedangkan jika nilai signifikannya

<0,05 maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian:

1. Membandingkan t hitung dengan t tabel.
 - a. Jika t hitung \leq t tabel maka H_0 diterima H_a ditolak.
 - b. Jika t hitung \geq t tabel maka H_0 ditolak H_a diterima.
2. Berdasarkan signifikansi.
 - a. Jika signifikansi < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - b. Jika signifikansi > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Rumus uji t menurut Syofian Siregar, M.M, (2013) sebagai berikut:

$$t \text{ hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r)^2}}$$

Keterangan:

r = Nilai Korelasi

n = Jumlah Responden

3.6.4.3. Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Uji F atau uji koefisien regresi secara bersama-sama (simultan) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Cara pengujian simultan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

1. Jika signifikansi < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen; atau Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika signifikansi > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen; atau Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Hasil Penelitian

4.1.1 Analisis Statistik Deskriptif

Berikut statistik deskriptif pada tabel 4.1 seperti berikut ini:

Tabel 4.1
Hasil Analisis Deskriptif Data

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	50	.00	.26	.1086	.05847
CSR	50	.05	.39	.2131	.09983
Assetgrowth	50	.00	.59	.1730	.12595
Valid N (listwise)	50				

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 sampel data dengan keterangan dari masing-masing variabel sebagai berikut:

- Nilai ROA terendah (*minimum*) adalah 0,00, sedangkan nilai tertinggi (*maximum*) adalah 0,26. Nilai rata-rata (*mean*) adalah 0,1086 dengan standar deviasi sebesar 0,05847. Dengan melihat standar deviasi yang lebih kecil dari rata-ratanya maka data-data yang digunakan dalam variabel ROA mempunyai sebaran yang kecil.
- Nilai CSR terendah (*minimum*) adalah 0,05, sedangkan nilai tertinggi (*maximum*) adalah 0,39. Nilai rata-rata (*mean*) adalah 0,2131

dengan standar deviasi sebesar 0,09983. Dengan melihat standar deviasi yang lebih kecil dari rata-ratanya maka data-data yang digunakan dalam variabel CSR mempunyai sebaran yang kecil.

- Nilai *Asset growth* terendah (*minimum*) adalah 0,00, sedangkan nilai tertinggi (*maximum*) adalah 0,59. Nilai rata-rata (*mean*) adalah 0,1730 dengan standar deviasi 0,12595. Hal ini menunjukkan bahwa data pada variabel *Asset growth* memiliki sebaran yang kecil, karena nilai standar deviasinya lebih kecil dari nilai rata-ratanya.

4.1.2. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.2
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.058	.021		2.741	.009
	CSR	.178	.080	.303	2.216	.032
	Assetgrowth	.074	.064	.160	1.167	.249

a. Dependent Variable: ROA

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Dari hasil analisis pada tabel 4.2 dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$ROA = 0,058 + 0,178 \text{ CSR} + 0,074 \text{ Assetgrowth}$$

Dari hasil uji regresi linear berganda dapat di deskripsikan sebagai berikut:

a. Konstanta (α)

Nilai konstanta yang didapatkan adalah 0,058. Artinya jika *corporate social responsibility* (CSR) dan *Asset growth* nilainya adalah 0 maka nilai ROA sebesar 0,058.

b. Koefisien Regresi B_1X_1 (CSR)

Nilai koefisien regresi variabel CSR (B_1) bernilai positif, yaitu 0,178. Artinya setiap peningkatan pengungkapan CSR sebesar Rp.1,00 maka tingkat ROA juga akan meningkat sebesar Rp.0,178.

c. Koefisien Regresi B_2X_2 (*Asset growth*)

Nilai koefisien regresi variabel *Asset growth* (B_2) bernilai positif, yaitu 0,074. Artinya setiap peningkatan *Asset growth* sebesar Rp. 1,00 maka nilai ROA juga akan meningkat sebesar 0,074 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap (konstan).

4.1.3. Pengujian Asumsi Klasik

4.1.3.1. Uji Normalitas

Hasil pengujian normalitas tampak pada gambar 4.1 sebagai berikut:

Gambar 4.1
One Sample Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.05470194
Most Extreme Differences	Absolute	.075

	Positive	.075
	Negative	-.069
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Dengan melihat tampilan gambar One Sample Kolmogorov-Smirnov diatas bahwa Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Karena

signifikansi lebih dari 0,05 ($0,200 > 0,05$), maka nilai residual tersebut telah normal.

4.1.3.2. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.3
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.058	.021		2.741	.009		
	CSR	.178	.080	.303	2.216	.032	.995	1.005
	Assetgrowth	.074	.064	.160	1.167	.249	.995	1.005

a. Dependent Variable: ROA

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Dari Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa nilai Tolerance kedua variabel independen diatas 0.1 dan nilai VIF kurang dari 10. Hal ini menunjukkan dalam model ini tidak terjadi multikolinearitas.

4.1.3.3. Uji Autokorelasi

Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi dengan melihat nilai uji D-W sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Durbin-Watson

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.353 ^a	.125	.087	.05585	1.654

a. Predictors: (Constant), Assetgrowth, CSR

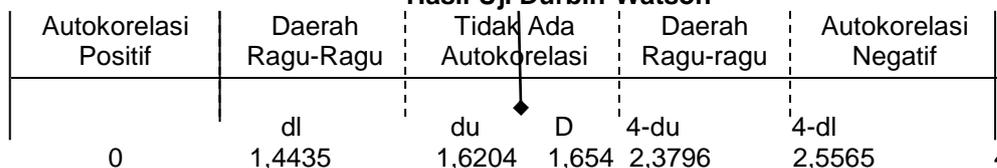
b. Dependent Variable: ROA

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Pada tabel 4.4 dapat diketahui nilai Durbin-Watson sebesar 1,654; sedangkan besarnya DW- tabel: d_l (batas luar) = 1,4435; d_u (batas dalam) = 1,6204; dan $4 - d_u =$

2,3796; maka dapat disimpulkan bahwa DW-*test* terletak pada daerah uji. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 4.2 sebagai berikut:

Gambar 4.2
Hasil Uji Durbin-Watson



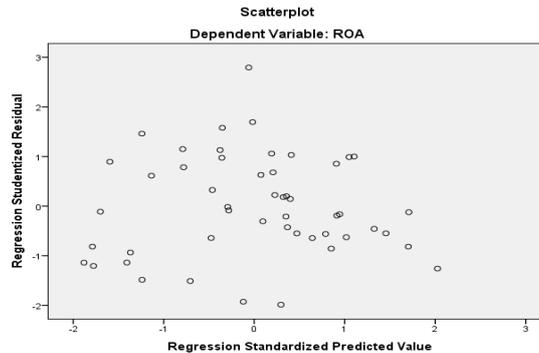
Sumber: Data Sekunder yang diolah

Hasil ini menunjukkan bahwa DW terletak pada daerah tidak ada autokorelasi (*no autocorrelation*), sehingga tidak diperlukan uji lain untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi.

4.1.3.4. Uji Heteroskedastisitas

Untuk menentukan heteroskedastisitas dapat menggunakan grafik *scatterplot* seperti pada gambar 4.3 dibawah ini:

Gambar 4.3
Scatterplot



Dari grafik *scatterplot* diatas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0

pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.1.4. Pengujian Hipotesis

4.1.4.1. Analisis Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Tabel 4.5

Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.353 ^a	.125	.087	.05585

a. Predictors: (Constant), Assetgrowth, CSR

b. Dependent Variable: ROA

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Pada Tabel 4.5 diatas diperoleh nilai koefisien determinasi (*Adjusted R²*) sebesar 0,087. Ini menunjukkan bahwa besar pengaruh variabel independen yaitu *corporate social responsibily* (CSR) dan pertumbuhan aset (*Asset Growth*) terhadap variabel

dependen yaitu profitabilitas (ROA) yang dapat diterangkan oleh model persamaan ini adalah sebesar 8,7% sedangkan sisanya 91,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

4.1.4.2. Uji Statistik t

Tabel 4.6
Hasil Perhitungan Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	.058	.021		2.741	.009
	CSR	.178	.080	.303	2.216	.032
	Assetgrowth	.074	.064	.160	1.167	.249

a. Dependent Variable: ROA

Sumber: Data Sekunder yang diolah
Hasil perhitungan Uji t pada Tabel 4.6 di atas menjelaskan bahwa:

a. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

1. Membandingkan t hitung dan t tabel

Berdasarkan tabel 4.6 di atas diperoleh nilai t hitung sebesar 2,216, t tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan= n-k-1 atau 50-2-1= 47. Hasil di peroleh untuk t tabel sebesar 2,01174. Karena t hitung > t tabel maka H₀₁ ditolak dan H_{a1} diterima.

2. Berdasarkan signifikansi

Tingkat signifikansi sebesar 0,032 lebih kecil dari 0,05 (0,032<0,05) maka H₀₁ ditolak dan H_{a1} diterima.

4.1.4.3. Uji Statistik F

Tabel 4.7
Hasil Perhitungan Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.021	2	.010	3.344	.044 ^b
	Residual	.147	47	.003		
	Total	.167	49			

a. Dependent Variable: ROA

b. Predictors: (Constant), Assetgrowth, CSR

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Pada Tabel 4.7 di atas dapat dilihat nilai F hitung sebesar 3,344 dan nilai F tabel sebesar 3,20 dengan derajat kebebasan (df=n-k-1 atau df=50-2-1=47). Karena F hitung>F tabel maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Dan tingkat signifikansi sebesar 0,044 lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 5% (α = 0,05). Jadi dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan pertumbuhan aset (*Asset Growth*) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap profitabilitas (ROA).

b. Pertumbuhan aset (*Asset growth*)

1. Membandingkan t hitung dan t table

Berdasarkan tabel 4.6 di atas diperoleh nilai t hitung sebesar 1,167, t tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan= n-k-1 atau 50-2-1= 47. Hasil di peroleh untuk t tabel sebesar 2,01174. Karena t hitung < t tabel maka H₀₂ di terima dan H_{a2} ditolak.

2. Berdasarkan signifikansi

Berdasarkan tabel 4.6 diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,249 > 0,05 maka H₀₂ diterima dan H_{a2} ditolak.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.2.1. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Profitabilitas

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Berdasarkan hasil analisis statistik diperoleh nilai koefisiensi positif sebesar 0,178 dan signifikan karena nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari nilai toleransi kesalahan (0,032<0,05). Hal ini berarti jika pengungkapan CSR meningkat maka profitabilitas juga akan meningkat.

Dalam penelitian ini CSR bernilai positif terhadap profitabilitas berarti semakin meningkat pengungkapan CSR maka akan menyebabkan nilai profitabilitas mengalami

peningkatan. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan dalam pemberian informasi mengenai aktivitas CSR kepada konsumen untuk meningkatkan penjualan sehingga tingkat profitabilitas perusahaan juga akan meningkat. Informasi dilihat dari konteks sinyal merupakan biaya untuk mendapatkan *return* (tingkat keuntungan) yang diharapkan oleh perusahaan. Salah satunya *corporate action* yang merupakan informasi sekaligus tanda (*signal*) adalah perusahaan yang mengumumkan aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan yang bersangkutan (Roida 2008).

Ketika CSR mengalami peningkatan maka akan meningkatkan nilai profitabilitas dapat dilihat dari nilai rata-rata CSR terhadap profitabilitas yang dihasilkan perusahaan selama 5 tahun terakhir yaitu dari tahun 2011-2015. Pada tahun 2011 nilai rata-rata CSR adalah 0,17 tahun 2012 sebesar 0,20 tahun 2013 sebesar 0,24 tahun 2014 sebesar 0,22 dan tahun 2015 sebesar 0,21 hal ini berbanding terbalik dengan nilai rata-rata Profitabilitas. Tahun 2011 rata-ratanya sebesar 0,13 tahun 2012 sebesar 0,11 tahun 2013 sebesar 0,09 tahun 2014 sebesar 0,09 dan tahun 2015 sebesar 0,10. Dengan meningkatnya nilai rata-rata CSR yang tidak sejalan dengan menurunnya nilai rata-rata profitabilitas tiap tahun maka dapat dikatakan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Hermi (2014) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap *return on asset* (ROA).

4.2.2. Pengaruh Pertumbuhan Aset (*Asset Growth*) terhadap Profitabilitas

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertumbuhan aset berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas. Berdasarkan hasil analisis statistik diperoleh nilai koefisien positif sebesar 0,074. Tidak signifikan karena nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari nilai toleransi kesalahan ($0,249 > 0,05$). Hal ini berarti jika pertumbuhan aset meningkat maka profitabilitas akan meningkat sebesar 0,074 tetapi tidak signifikan. Semakin tinggi rasio pertumbuhan aset suatu perusahaan maka semakin baik pula keadaan perusahaan tersebut dan tingkat laba (*profit*) akan tinggi juga.

Ketika pertumbuhan aset mengalami peningkatan maka akan meningkatkan nilai profitabilitas dapat dilihat dari nilai rata-rata pertumbuhan aset yang dihasilkan perusahaan selama 5 tahun yaitu dari tahun

2011-2015. Pada tahun 2011 nilai rata-rata pertumbuhan aset adalah 0,19 tahun 2012 sebesar 0,18 tahun 2013 sebesar 0,22 tahun 2014 sebesar 0,12 dan tahun 2015 sebesar 0,13 hal ini berbanding terbalik dengan nilai rata-rata Profitabilitas. Tahun 2011 rata-ratanya sebesar 0,13 tahun 2012 sebesar 0,11 tahun 2013 sebesar 0,09 tahun 2014 sebesar 0,09 dan tahun 2015 sebesar 0,10. Dengan meningkatnya nilai rata-rata pertumbuhan aset yang tidak sejalan dengan menurunnya nilai rata-rata profitabilitas tiap tahun maka dapat dikatakan bahwa pertumbuhan aset berpengaruh positif tidak signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Pengaruh positif Pertumbuhan Aset terhadap profitabilitas pada penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2010) menunjukkan bahwa *Asset growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas masa depan perusahaan. Kusumajaya (2011) menunjukkan pertumbuhan perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap profitabilitas.

4.2.3. Pengaruh Pengungkapan CSR dan Pertumbuhan Aset (*Asset Growth*) secara simultan terhadap Profitabilitas

Berdasarkan hasil uji F, penelitian ini menemukan adanya pengaruh secara simultan antara CSR dan Pertumbuhan Aset terhadap Profitabilitas (ROA). Dengan F hitung sebesar 3,344 dengan nilai signifikansi sebesar 0,044 lebih kecil dari ($\alpha=0,05$). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR dan pertumbuhan aset memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Semakin tinggi pengungkapan CSR perusahaan dan juga tingginya rasio pertumbuhan aset maka akan berpengaruh simultan terhadap tingkat laba yang tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari dan Nugroho (2010) dan Hermi (2014) dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. Penelitian yang dilakukan oleh Kusumajaya (2011) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan maka dapat disimpulkan pengaruh pengungkapan CSR dan pertumbuhan aset terhadap profitabilitas yang diukur dengan ROA sebagai berikut:

1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas. Dapat

- dilihat dari nilai koefisiensi positif sebesar 0,178 dan signifikan karena nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari nilai toleransi kesalahan ($0,032 < 0,05$). Hasil penelitian ini berarti jika pengungkapan CSR meningkat maka profitabilitas juga akan meningkat.
2. Pertumbuhan Aset (*Asset Growth*) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Profitabilitas. Dengan nilai koefisiensi positif sebesar 0,074. Tidak signifikan karena nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari nilai toleransi kesalahan ($0,249 > 0,05$). Hal ini berarti jika pertumbuhan aset meningkat maka profitabilitas akan meningkat sebesar 0,074 tetapi tidak signifikan.
 3. Pengungkapan CSR dan Pertumbuhan Aset berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap Profitabilitas. Berdasarkan hasil uji F hitung sebesar 3,344 dengan nilai signifikansi sebesar 0,044 lebih kecil dari ($\alpha = 0,05$). Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa semakin tinggi pengungkapan CSR perusahaan dan juga tingginya rasio pertumbuhan aset maka akan berpengaruh secara simultan terhadap tingkat laba yang tinggi.
- ### 5.2. Keterbatasan Penelitian
1. Penelitian ini hanya menggunakan periode amatan selama lima tahun dari tahun 2011-2015.
 2. Variabel penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen yang mempengaruhi profitabilitas yaitu *corporate social responsibility* (CSR) dan pertumbuhan aset (*asset growth*).
 3. Unit penelitian yaitu perusahaan-perusahaan yang bergerak hanya di industri manufaktur.
- ### 5.3. Saran
1. Periode penelitian perlu ditambahkan lagi lebih dari lima tahun sehingga hasil yang diperoleh lebih dapat digeneralisasikan.
 2. Penelitian selanjutnya perlu menambahkan atau menggunakan variabel lain untuk menemukan suatu model standar pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan seperti umur perusahaan, dan pajak.
 3. Peneliti selanjutnya tidak hanya meneliti diperusahaan manufaktur saja tapi juga pada perusahaan lainnya seperti perbankan, pertanian dan kehutanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Darwin, Ali. 2004. Penerapan Sustainability Reporting di Indonesia. *Konvensi Nasional Akuntansi V*, Program Profesi Lanjutan. Yogyakarta, 13-15 Desember.
- , 2007. *Pentingnya Laporan Keberlanjutan*. Akuntan Indonesia, 3 (1), 14-12-2007.
- Daud, Rulfah M, dan Abrar Amri. 2008. Pengaruh *Intellectual Capital* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di BEI). *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi*, 1(2) Juli 2008, h: 213-231.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Nur. 2011. *Corporate Social Responsibility Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hermi, Helen Octavia. 2014. Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Perusahaan. Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Tercatat di BEI Tahun 2010 dan 2011. *Akurat Jurnal Ilmiah Akuntansi Volume 1. No.1*.
- Kusumajaya, Dewa K.O. 2011. Pengaruh Struktur Modal Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan. *Tesis*. Denpasar: Program Pascasarjana Universitas Udayana.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis?*. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, Fanny dan Paskah Ika Nugroho. 2010. Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana.
- Martono dan Agus Harjito. 2005. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta.
- Nugroho, Yanuar. 2007. "Dilema Tanggungjawab Korporasi". *Kumpulan Tulisan*, www.unisosdem.org
- Purwanto, Agus. 2011. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, terhadap *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Akuntansi*

- & *Auditing*, 8(1), November 2011, h. 1-94.
- Rahmawati, Amalia Nur. 2010. Pengaruh Konservatisme Akuntansi, *Asset Growth* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Masa Depan Perusahaan. *Skripsi*. Surakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
- Roida, H. Y. 2008. "Relevansi Program Corporate Social Responsibility Bagi Wacana Publik: Menjadi Baik Pada Saat Sudah Menjadi Buruk?". *The 2nd National Conference UKWMS*. Surabaya 06 September.
- Sayekti, Yosefa dan Ludovicus Sensi Wondabio. 2007. Pengaruh CSR *Disclosure* Terhadap *Earning Response Coefficient* (Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta). Makalah dipresentasikan dalam Simposium Nasional Akuntansi X. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Siregar, Syofian. 2013. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Bumi Aksara. 387 Halaman. *Ibid*, halaman 337.
- Seftianne dan Ratih Handayani. 2011. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan Publik Sektor Manufaktur. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. Vol.13, No.1, April 2011. Pp: 39-56.
- Sutopoyudo. 2009. Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan. Sutopoyudo's Weblog at [http:// www.wordpress.com](http://www.wordpress.com).
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sumanto. 2014. *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*. CAPS. (Center Of Academic Publishing Service): Yogyakarta.
- Tanudjaja, Bing Bedjo. 2005. "*Perkembangan Corporate Social Responsibility di Indonesia*". Surabaya: Fakultas Seni dan Desain Universitas Kristen Petra.
- Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Wardani, Maria Kartika P.W. 2015. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.
- Yuniningsih. 2002. "Interdependensi antar Kebijakan Deviden Payout Ratio, Financial Leverage, dan Investasi pada Perusahaan Manufaktur yang Listed di Bursa Efek Jakarta". *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* Vol.9 No.2.

www.idx.co.id
www.icmd.co.id