

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
DISCLOSURE TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN
(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN SUBSEKTOR PERKEBUNAN
DI BURSA EFEK INDONESIA)**

Siti Wulandari¹

Email: sitiwulandari2809@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to examine and analyze the effect of Corporate Social Responsibility Disclosure on company profitability in plantation subsector companies that listed on the Indonesia Stock Exchange on 2016-2018. This research is a type of quantitative research that using secondary data, namely the annual report of the plantation subsector company 2016-2018. Independent variable that used in this research is CSR Disclosure which is measured using CSRDI and the dependent variable is company profitability which is proxied by the ratio of ROA, ROE, and NPM. The results show that CSR Disclosure have the positive and significant effect on ROA with a significance value of 0.012, ROE of 0.035, and NPM of 0.028. The results of this study indicate that empirically disclosing CSR activities in plantation subsector companies will increase company profitability.

Keywords: CSR Disclosure, NPM, ROA, ROE.

1. PENDAHULUAN

Saat ini informasi non keuangan seperti lingkungan, sosial, kinerja perusahaan dibutuhkan untuk menunjukkan komitmen perusahaan dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan dan keberlangsungan usaha. Salah satu informasi yang terdapat pada laporan tahunan yaitu informasi mengenai *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Pada konsep CSR menjelaskan konsep *triple bottom line* dengan 3 pilar penting yang dianut di dalamnya yaitu *profit, planet, people* (3P) yang dewasa ini telah berkembang menjadi konsep 4P yaitu (*profit, planet, people, product*).

Penerapan CSR didasari atas kewajiban bagi perusahaan yang bergerak di bidang alam sesuai yang diatur dalam PSAK No. 1 tentang Penyajian Laporan Keuangan (Revisi 2009) paragraf 12, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 tahun 2007 Tentang Penanaman Modal, Undang-

¹Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Jalan Kalimantan No. 37, Kampus Tegalboto, Kecamatan Sumbersari, Jember, 68121, Jawa Timur, Indonesia.

Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2009 Tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, dan sebagainya. Selain atas dasar kewajiban, penerapan dan pengungkapan CSR sebagai bentuk etika bisnis mampu untuk memberikan manfaat positif bagi perusahaan yaitu terbentuknya citra baik perusahaan dan terwujudnya keselarasan nilai perusahaan di masyarakat sehingga akan menarik minat *stakeholder* dalam bekerja sama dengan perusahaan (Winarno 2007).

Hal tersebut dilandasi oleh teori sinyal yaitu teori yang berakar pada teori pragmatik yang memfokuskan perhatiannya pada pengaruh keberadaan suatu informasi dan dampaknya terhadap perubahan perilaku pemakai informasi. Teori sinyal juga mengungkapkan bagaimana sinyal keberhasilan dan kegagalan diungkapkan kepada pemilik perusahaan. Teori sinyal menjelaskan mengapa suatu perusahaan memiliki dorongan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal.

Citra yang baik sebagai sinyal positif akan mempengaruhi perilaku pemakai informasi, yaitu *stakeholder* yang erat kaitannya dengan kinerja perusahaan juga khususnya di bidang keuangan yaitu profitabilitas perusahaan. Rasio profitabilitas mempunyai arti yang penting bagi perusahaan maupun investor. Evaluasi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba penting dilakukan oleh kreditor dan investor, karena laba merupakan indikator penting yang diperhatikan oleh berbagai pemangku kepentingan. Rasio profitabilitas akan mencerminkan hasil akhir dari seluruh kebijakan keuangan dan keputusan operasional (Brigham dan Houston 2007, 146).

Profitabilitas diproksikan dengan rasio ROA, ROE, dan NPM dalam penelitian ini mencerminkan bagaimana dengan keberadaan *CSR disclosure* akan meningkatkan citra perusahaan dan menarik *stakeholder* di antaranya terdapat investor, kreditor maupun konsumen untuk bekerja sama dengan perusahaan. Peningkatan volume perdagangan seperti penjualan hasil produksi akan meningkatkan total penjualan dan aset perusahaan, selanjutnya bagaimana perusahaan mampu untuk mendayagunakan seluruh total aset dan total penjualan tersebut untuk menghasilkan laba bersih tercermin pada rasio ROA dan NPM. Peningkatan volume perdagangan juga dapat terjadi pada perdagangan saham, ketertarikan investor terhadap perusahaan mampu meningkatkan jumlah investor yang menanamkan modalnya sehingga akan meningkatkan total ekuitas perusahaan maupun harga saham. ROE sebagai *basic test* guna mengukur seberapa efektif manajemen perusahaan dalam menggunakan modal investor.

Hasil yang didapatkan dari penelitian tersebut dapat dipergunakan sebagai salah satu bahan pertimbangan dan rekomendasi untuk perusahaan dalam membuat kebijakan yang tidak hanya berfokus dalam upaya peningkatan laba, melainkan juga memberikan perhatiannya terhadap dampak sosial dan lingkungan yang berkaitan dengan adanya paradigma *triple bottom line* sebagai bagian integral untuk mempertahankan dan mengembangkan perusahaan guna menopang pencapaian profitabilitas perusahaan. Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan apakah CSR berpengaruh terhadap *Return on Asset (ROA)*, *Return on Equity (ROE)*, dan *Net Profit Margin (NPM)*?

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Sinyal

Teori sinyal merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan mengenai prospek perusahaan di masa mendatang yang diberikan kepada investor sebagai petunjuk pandangannya (Brigham dan Houston 2007, 184). Teori sinyal juga mengungkapkan bagaimana sinyal keberhasilan dan kegagalan diungkapkan kepada pemilik perusahaan. Teori sinyal menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak eksternal dan adanya dorongan perusahaan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal.

Pada hubungan perusahaan, terdapat asimetris informasi antara pihak manajer dan eksternal perusahaan. Asimetri informasi terjadi apabila pihak manajer atau internal perusahaan mempunyai informasi yang lebih banyak dibanding dengan pihak eksternal. Guna mengurangi adanya asimetri informasi ini, maka pihak manajer perusahaan perlu melakukan pengungkapan informasi yang dimiliki mengenai kondisi perusahaan, baik mengenai informasi yang bersifat keuangan ataupun non keuangan. Informasi yang telah diungkapkan perusahaan itulah yang merupakan sinyal-sinyal yang diberikan perusahaan.

2.2 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan yaitu komitmen entitas untuk memberikan perhatiannya terhadap kondisi sosial maupun lingkungan pada aktivitas operasi perusahaan dan kaitannya dengan pemangku kepentingan, tanggung jawab tersebut melebihi tanggung jawab pada aspek hukum (Darwin 2004). Konsep 3P yang terdiri dari *profit, planet, people* dicetuskan oleh John Elkington termasuk ke dalam ranah etika dalam bisnis (Suharto 2008). Pelaksanaan CSR tidak sebatas untuk memenuhi peraturan dan hukum yang berlaku, tetapi harapannya CSR akan memberi nilai guna dan manfaat untuk berbagai kelompok yang memiliki kepentingan dengan entitas. Pearce dan Robinson (2007) menyatakan bahwa ada 10 kelompok pemangku kepentingan yang memiliki kepentingan maupun cara pandang yang tidak sama terhadap entitas. 10 kelompok tersebut terdiri dari *stockholders*, kreditor, karyawan, *customers, suppliers*, pemerintah, *competitors*, masyarakat lokal maupun masyarakat umum.

2.3 *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure*

CSR merupakan suatu tahap untuk mengkomunikasikan dampak lingkungan, sosial maupun ekonomi sebagai akibat dari aktivitas operasi perusahaan yang ditujukan kepada berbagai pihak yang mempunyai kepentingan dengan perusahaan. Pengungkapan aktivitas sosial akan meningkatkan tanggung jawab perusahaan untuk menyediakan informasi dan laporan kepada pemangku kepentingan, tidak hanya laporan keuangan melainkan laporan kegiatan sosialnya pula. Chariri dan Ghazali (2007) mendefinisikan pengungkapan CSR merupakan bagian dari kegiatan perusahaan dengan tujuan untuk mengkomunikasikan hal-hal yang berhubungan dengan aktivitas perusahaan dan dampak atau pengaruh yang ditimbulkan pada kondisi lingkungan dan masyarakat. Hal tersebut meningkatkan tanggung jawab perusahaan untuk tidak hanya membuat laporan keuangan untuk pemilik modal dan pemegang saham.

2.4 Profitabilitas Perusahaan

Profitabilitas adalah kecakapan entitas dalam mendapatkan keuntungan dan keterkaitannya dengan total aset, penjualan, maupun ekuitas. Sartono (2008) menyebutkan bahwa laba bersih merupakan ukuran profitabilitas yang keberadaannya sangat penting. Hal tersebut penting dikarenakan kreditor maupun investor mempunyai kepentingan dalam menilai kecakapan entitas untuk menghasilkan laba saat ini dari modal yang dimiliki. Menurut Brigham dan Houston (2007, 146) nilai profitabilitas perusahaan akan menggambarkan hasil akhir atas keputusan operasional entitas dan berbagai strategi keuangan perusahaan.

2.5 Hipotesis Penelitian

Pengumuman informasi aktivitas CSR memberikan sinyal positif bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik (*good news*) di masa mendatang, sehingga akan menarik *stakeholders* di antaranya terdapat investor, kreditor maupun konsumen untuk bekerja sama dengan perusahaan. Peningkatan volume perdagangan seperti penjualan hasil produksi akan meningkatkan total penjualan dan yang diiringi meningkatnya aset perusahaan, selanjutnya bagaimana perusahaan mampu untuk mendayagunakan seluruh total aset tersebut untuk menghasilkan laba bersih tercermin pada rasio ROA. ROA memberitahukan kepada investor tentang seberapa besar laba yang dihasilkan dari seluruh aset yang digunakan untuk kegiatan operasional. Semakin tinggi nilai ROA akan menjadi hal yang baik karena artinya manajemen perusahaan mampu meminimalisir semua beban dalam proses bisnisnya dengan baik dan sekaligus mampu mendayagunakan seluruh potensi atau aset yang dimiliki. Hal ini didukung oleh penelitian Suciwati et al. (2016) menunjukkan hasil bahwa *CSR Disclosure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. Dengan demikian hipotesis yang digunakan adalah:

H₁: *CSR Disclosure* berpengaruh terhadap rasio *Return on Assets* (ROA)

Menurut teori sinyal, pada hubungan keagenan, terdapat asimetri informasi antara pihak manajer dan eksternal perusahaan. Asimetri informasi tersebut terjadi ketika pihak manajer memiliki informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan pihak eksternal. Guna mengurangi adanya asimetri informasi ini, maka pihak manajer perusahaan harus mengungkapkan informasi yang dimiliki mengenai kondisi perusahaan. Salah satu cara untuk mengurangi asimetri informasi pada perusahaan adalah dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada laporan tahunannya.

Pengumuman informasi aktivitas CSR tersebut memberikan sinyal positif bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik (*good news*) di masa mendatang, sehingga investor akan tertarik untuk berinvestasi. Semakin banyak investor yang tertarik maka akan meningkatkan jumlah modal perusahaan yang berasal dari investor. Berdasarkan hal tersebut investor juga perlu memperhitungkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari modal yang ditanamkan untuk memprediksi tingkat pengembalian atas modal yang ditanamkan. Nilai yang menunjukkan kemampuan perusahaan tersebut dapat tercermin pada ROE, karena dasar perbandingan ROE adalah laba bersih dibagi dengan total modal perusahaan. Oleh karena itu ROE digunakan sebagai *basic test* untuk mengukur seberapa efektif manajemen perusahaan dalam menggunakan modal investor.

Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Angelina dan Suryaningsih (2015) menyatakan hasil penelitiannya yaitu CSR *Disclosure* berpengaruh signifikan pada ROE. Sesuai dengan pendapat Angelina dan Suryaningsih (2015) maka hipotesis berikut dikemukakan:

H₂: CSR *Disclosure* berpengaruh terhadap *Return on Equity* (ROE)

Teori sinyal juga menjelaskan keberadaan informasi yang diungkapkan oleh perusahaan akan membawa perubahan bagi pelaku pasar. Apabila informasi tersebut merupakan sinyal yang baik bagi *stakeholders*, maka akan terjadi perubahan volume dalam perdagangan. Pengumuman informasi CSR akan memberikan sinyal positif bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik (*good news*) di masa mendatang, dengan demikian pasar akan bereaksi yang dapat tercermin pada perubahan volume perdagangan.

Rasio *net profit margin* (NPM) adalah rasio paling konservatif di mana hampir tidak pernah diabaikan dalam setiap analisis saham. Semakin besar NPM, maka kinerja perusahaan akan semakin produktif. Rasio ini menunjukkan berapa besar persentase laba bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Rasio NPM layak dijadikan acuan dalam menilai profitabilitas perusahaan karena dasar perbandingannya laba bersih dengan penjualan, yang artinya laba bersih tersebut telah bebas dari semua beban maupun biaya depresiasi, amortisasi, dan lain-lain. Sehingga NPM mampu mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menekan biaya atau beban operasionalnya (Kustono dan Effendi 2017). Penelitian telah dilakukan oleh Pasaribu (2016) dan dinyatakan hasil bahwa secara simultan biaya CSR dan biaya kesejahteraan karyawan berpengaruh pada NPM. Sesuai dengan pendapat Pasaribu (2016), maka hipotesis berikut dikemukakan:

H₃: CSR *Disclosure* berpengaruh terhadap *Net Profit Margin* (NPM).

3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan atau Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menekankan pada analisis data numerik dan dianalisis menggunakan metode statistik. Penggunaan metode kuantitatif di dalam penelitian akan menghasilkan signifikansi hubungan antar variabel independen dan variabel dependen yang diteliti.

Pada penelitian ini variabel independen yang digunakan yaitu CSR *Disclosure* yang diukur dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI)* berdasarkan indikator yang dikeluarkan oleh GRI *Initiative* tahun 2016 yaitu GRI *Standards* yang terdiri dari 85 item. Variabel dependen pada penelitian ini yaitu profitabilitas perusahaan yang diukur melalui 3 rasio yaitu ROA, ROE, dan NPM, sehingga dalam penelitian ini terdapat 3 model analisis yang dilakukan yaitu pengaruh CSR *Disclosure* terhadap ROA, pengaruh CSR *Disclosure* terhadap ROE, dan pengaruh CSR *Disclosure* terhadap NPM.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis data sekunder yang didapatkan melalui laporan tahunan perusahaan subsektor perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia melalui situs www.idx.co.id pada tahun 2016-2018.

3.3 Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan populasi perusahaan subsektor perkebunan yang telah *go public* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia, yaitu dengan total 18 perusahaan. Metode pemilihan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan kriteria yang ditentukan yaitu:

- 1) Perusahaan subsektor perkebunan yang terdaftar di BEI selama tahun 2016-2018
- 2) Perusahaan subsektor perkebunan yang menerbitkan laporan tahunan selama tahun 2016-2018.
- 3) Perusahaan yang memenuhi kriteria sampel sebanyak 13 perusahaan. Secara *pool* data dari tahun 2016-2018, total sampel menjadi 39.

3.4 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan uji analisis regresi dengan menggunakan teknik analisis data regresi linier sederhana. Penelitian ini terdiri dari 1 variabel independen dan 3 variabel dependen, oleh karena itu terdapat 3 model persamaan analisis regresi yang digunakan yaitu:

$$\text{Model 1: } Y_1 = \alpha + \beta X_1 + \varepsilon$$

$$\text{Model 2: } Y_2 = \alpha + \beta X_1 + \varepsilon$$

$$\text{Model 3: } Y_3 = \alpha + \beta X_1 + \varepsilon$$

Sebelum dilakukan analisis regresi linier dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi linier OLS terdapat masalah-masalah asumsi klasik. Penelitian ini menggunakan 3 jenis asumsi klasik yaitu:

- 1) Uji normalitas
- 2) Uji autokorelasi
- 3) Uji heteroskedastisitas

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Uji Data Outlier

Tabel 1. Hasil Deteksi Outlier Model Regresi CSR Disclosure terhadap ROA

Case Number	Std. Residual	ROA	Predicted Value	Residual
13	-4.660	-.44	-.0550	-.38129

^aDependent Variable: ROA

Sumber: data olah.

Tabel 2. Hasil Deteksi Outlier Model Regresi CSR Disclosure terhadap ROE

Case Number	Std. Residual	ROE	Predicted Value	Residual
13	-4.782	-1.35	-.1673	-1.18490
17	-3.354	-.45	.0288	-.47416

^aDependent Variable: ROE

Sumber: data olah.

Tabel 3. Hasil Deteksi Outlier Model Regresi CSR Disclosure terhadap NPM

Casewise Diagnostics ^a				
Case Number	Std. Residual	NPM	Predicted Value	Residual
13	-5.312	-2.84	-.3734	-2.46689

a. Dependent Variable: NPM

Sumber: data olah.

Hasil deteksi data *outlier* yang ditunjukkan pada tabel 1 ditemukan 1 data *outlier*, tabel 2 terdapat 2 *outlier* dan tabel 3 terdapat 1 data *outlier*. Data *outlier* tersebut harus dikeluarkan dari model regresi yang digunakan. Oleh sebab itu, pada model regresi pertama data semula berjumlah 39 dikurangi 1 *outlier* menjadikan sampel data penelitian berjumlah 38, begitu pun pada model regresi lainnya terdapat 2 data *outlier* pada model kedua dan 1 *outlier* pada model ketiga, sehingga jumlah sampel yang digunakan pada model kedua sebanyak 37 sampel dan model ketiga 38 sampel.

Tabel 4. Uji Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
CSR DISCLOSURE	38	.04	.62	.2699	.13726
ROA	38	-.12	.10	.0218	.05298
ROE	37	-.33	.25	.0452	.12422
NPM	38	-.62	.29	.0068	.19680

Sumber: data olah

Berdasarkan tabel 4, variabel *CSR Disclosure* memiliki nilai terendah sebesar 0.04 dan tertinggi sebesar 0.62. Nilai terendah dimiliki oleh PT Gozco Plantation Tbk pada tahun 2017 dan nilai tertinggi dihasilkan dari PT Astra Agro Lestari Tbk pada tahun 2016. Nilai rata-rata *CSR Disclosure* dan standar deviasinya sebesar 0.2699 dan 0.13726. Sedangkan Variabel ROA memiliki nilai terendah sebesar -0.12 dan nilai tertinggi sebesar 0.10. Nilai terendah didapatkan dari PT Gozco Plantation Tbk pada tahun 2018 dan tertinggi terdapat pada PT Sinar Mas Agro Resource and Technology Tbk pada tahun 2016. Nilai standar deviasi ROA memiliki nilai 0.05298 yang lebih besar daripada nilai *mean*-nya sebesar 0.0218.

Variabel ROE memiliki nilai terendah sebesar -0.33 dan nilai tertinggi sebesar 0.25. Nilai terendah didapatkan dari PT Gozco Plantation Tbk pada tahun 2018 dan tertinggi terdapat pada PT Sinar Mas Agro Resource and Technology Tbk pada tahun 2016. Nilai standar deviasi ROE memiliki nilai 0.12422 yang lebih besar daripada nilai *mean*-nya sebesar 0.0452.

Variabel NPM memiliki nilai terendah sebesar -0.62 dan nilai tertinggi sebesar 0.29. Nilai terendah didapatkan dari PT Gozco Plantation Tbk pada tahun 2018 dan tertinggi terdapat pada Austindo Nusantara Jaya Tbk pada tahun 2017. Nilai standar deviasi NPM memiliki nilai 0.19680 yang lebih besar daripada nilai *mean*-nya sebesar 0.0068.

4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas Data

<i>Unstandardized residual</i>	Model 1	Model 2	Model 3
N	38	37	38
<i>Test Statistic</i>	.062	.108	.138
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	.200 ^{c,d}	.200 ^{c,d}	.064 ^c

Sumber: olah data

Berdasarkan uji normalitas pada tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai probabilitas signifikan (*Asymp. Sig*) dari Model 1 (*CSR Disclosure* terhadap ROA) sebesar 0.200 atau lebih dari 0.05 sehingga variabel residual data dalam model tersebut terdistribusi normal. Model 2 (*CSR Disclosure* terhadap ROE) dan Model 3 (*CSR Disclosure* terhadap NPM) menunjukan hal yang sama yaitu nilai probabilitas signifikan > 0.05 yang artinya pada model tersebut residual data telah terdistribusi normal.

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

Model	<i>Runs Test</i>
(1) <i>CSR Disclosure</i> terhadap ROA	0.139
(2) <i>CSR Disclosure</i> terhadap ROE	0.319
(3) <i>CSR Disclosure</i> terhadap NPM	0.070

Sumber : olah data.

Berdasarkan hasil uji autokorelasi dengan *runs test* yang ditunjukkan pada tabel 6 didapatkan hasil bahwa pada model 1,2, dan 3 didapatkan hasil *runs test* sebesar 0.139; 0.319; 0.070 yang artinya seluruh nilai tersebut lebih dari 0.05 sehingga tidak terdapat masalah autokorelasi dalam seluruh model analisis regresi penelitian ini.

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas.

Model	<i>Sig (2-tailed)</i>
(1) <i>CSR Disclosure</i> terhadap ROA	0.697
(2) <i>CSR Disclosure</i> terhadap ROE	0.319
(3) <i>CSR Disclosure</i> terhadap NPM	0.467

Sumber: olah data

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas yang ditunjukkan tabel 7 menunjukkan hasil pada model pertama *CSR Disclosure* terhadap ROA nilai signifikansi sebesar 0.697 yang artinya lebih dari 0.05 sehingga pada model tersebut tidak terdapat masalah heteroskedastisitas. Pada model kedua dan ketiga menunjukkan hasil yang sama yaitu nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 yaitu sebesar 0.319 dan 0.467 sehingga pada model kedua dan ketiga juga tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

4.3 Hasil Uji Analisis Regresi**Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Model Regresi CSR Disclosure terhadap ROA**

	Model	<u>Unstandardized Coefficients</u>	
		B	Std. Error
1	(Constant)	-.020	.018
	CSR DISCLOSURE	.156	.059

Sumber: olah data

Berdasarkan tabel di atas maka persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = -0.020 + 0,156X$$

Modal regresi di atas menunjukkan nilai konstanta sebesar -0.020. Artinya nilai ROA adalah sebesar -0.020 apabila variabel independen (*CSR Disclosure*) dianggap konstan. Koefisien regresi *CSR Disclosure* sebesar 0,156 artinya apabila variabel *CSR Disclosure* naik satu satuan maka nilai ROA akan naik sebesar 0,156.

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Model Regresi CSR Disclosure terhadap ROE.

	Model	<u>Unstandardized Coefficients</u>	
		B	Std. Error
1	(Constant)	-.039	.043
	CSR Disclosure	.310	.142

Sumber: olah data.

Berdasarkan tabel diatas maka persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = -0.039 + 0.310X$$

Persamaan regresi di atas menunjukkan nilai konstanta sebesar -0.039. Artinya nilai ROE sebesar -0.039 apabila variabel independen (*CSR Disclosure*) dianggap konstan. Koefisien regresi *CSR Disclosure* sebesar 0.310 maka apabila variabel *CSR Disclosure* naik satu satuan maka nilai ROE akan naik sebesar 0.310

Tabel 10. Hasil Analisis Regresi Model Regresi CSR Disclosure terhadap NPM.

	Model	<u>Unstandardized Coefficients</u>	
		B	Std. Error
1	(Constant)	-.131	.067
	CSR DISCLOSURE	.511	.223

Sumber: olah data.

Berdasarkan tabel di atas maka persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = -0.131 + 0.511X$$

Persamaan regresi di atas menunjukkan nilai konstanta sebesar -0.131. Artinya nilai NPM sebesar -0.131 apabila variabel independen (*CSR Disclosure*) dianggap konstan. Koefisien regresi *CSR Disclosure* sebesar 0.511 dapat diartikan apabila variabel *CSR Disclosure* naik satu satuan maka nilai NPM akan naik sebesar 0.511.

4.4 Uji Hipotesis

Tabel 11. Hasil Uji Statistik T

Model	T	T tabel	Sig.
<i>CSR Disclosure</i> terhadap ROA	2.647	2.02809	.012
<i>CSR Disclosure</i> terhadap ROE	2.190	2.03011	.035
<i>CSR Disclosure</i> terhadap NPM	2.287	2.02809	.028

Sumber: olah data.

Pengaruh *CSR Disclosure* terhadap ROA pada tabel 11 menunjukkan bahwa nilai t hitung > nilai t tabel yaitu sebesar $2.647 > 2.02809$, selanjutnya nilai signifikansi variabel *CSR Disclosure* sebesar $0,012 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa *CSR Disclosure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA atau hipotesis diterima.

Model regresi kedua yaitu Pengaruh *CSR Disclosure* terhadap ROE menunjukkan bahwa nilai t hitung > nilai t tabel yaitu sebesar $2.190 > 2.03011$, selanjutnya nilai signifikansi variabel *CSR Disclosure* sebesar $0.035 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa *CSR Disclosure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROE atau hipotesis diterima.

Model regresi ketiga yaitu Pengaruh *CSR Disclosure* terhadap NPM menunjukkan bahwa nilai t hitung > nilai t tabel yaitu sebesar $2.287 > 2.02809$, selanjutnya nilai signifikansi variabel *CSR Disclosure* sebesar $0.028 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa *CSR Disclosure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap NPM atau hipotesis diterima.

4.5 Uji Koefisien Determinasi

Tabel 12. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.404 ^a	.163	.140	.04914
2	.347 ^a	.121	.095	.11815
3	.356 ^a	.127	.103	.18644

^aPredictor: (Constant), CSR, Dependen Variabel: 1. ROA ; 2. ROE ; 3.NPM.

Sumber: data olah.

Nilai *adjusted R square* pada tabel 12 terdiri dari 3 nilai. Pada model pertama menunjukkan nilai sebesar 0.163 yang artinya *CSR Disclosure* mampu menjelaskan ROA sebesar 16.3% dan selebihnya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Model kedua menunjukkan nilai *adjusted R square* sebesar 0.121 yang artinya *CSR Disclosure* mampu menjelaskan ROE sebesar 12.1% dan model yang ketiga didapatkan hasil sebesar 0.127 yang artinya *CSR Disclosure* mampu menjelaskan NPM sebesar 12.7% dan selebihnya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh CSR Disclosure terhadap ROA

Mengacu pada hasil uji statistik t yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa nilai t hitung > nilai t tabel yaitu sebesar $2.647 > 2.02809$ dan selanjutnya nilai signifikansi variabel *CSR Disclosure* sebesar $0,012 < 0,05$. Berdasarkan data tersebut dapat diartikan bahwa variabel independen yaitu *CSR Disclosure*

berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel ROA. Pengaruh positif menunjukkan peningkatan pengungkapan CSR akan disertai dengan peningkatan nilai ROA.

Pada penelitian ini mempunyai kesamaan hasil penelitian dengan penelitian Suciwati et al. (2016), dengan hasil penelitian bahwa *CSR Disclosure* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap ROA dan juga penelitian Nistantya (2010) dengan hasil *CSR Disclosure* berpengaruh positif terhadap ROA.

Hal ini menunjukkan bahwa pengumuman informasi aktivitas CSR tersebut memberikan sinyal positif sesuai dengan penjelasan teori *signalling* yang digunakan. *CSR Disclosure* sebagai sinyal positif untuk perusahaan menunjukkan prospek yang baik (*good news*) di masa mendatang, sehingga menarik *stakeholder* yang di antaranya terdapat investor, kreditor maupun konsumen untuk bekerja sama dengan perusahaan. Peningkatan volume perdagangan seperti penjualan hasil produksi akan meningkatkan total penjualan yang diiringi dengan meningkatnya aset perusahaan, begitu pun dengan adanya kreditor yang tertarik dengan perusahaan akan mempermudah perolehan kredit sehingga juga akan menaikkan total aset. Selanjutnya dengan aset yang dimilikinya perusahaan mempunyai kesempatan yang lebih besar untuk mendayagunakan secara maksimal untuk menghasilkan laba bersih tercermin pada rasio ROA. Semakin tinggi nilai ROA akan menjadi hal yang baik karena artinya manajemen perusahaan mampu menjalankan proses bisnisnya dengan baik dan sekaligus menghasilkan laba bersih yang tinggi dari potensi aset yang dimiliki.

4.6.2 Pengaruh *CSR Disclosure* terhadap ROE

Hipotesis kedua mengenai Pengaruh *CSR Disclosure* terhadap ROE dinyatakan diterima dibuktikan dengan hasil uji statistik yaitu nilai t hitung > nilai t tabel yaitu sebesar $2.190 > 2.03011$, selanjutnya nilai signifikansi variabel *CSR Disclosure* sebesar $0,035 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa *CSR Disclosure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROE. Pengaruh positif mempunyai arti bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan meningkatkan nilai ROE.

Pada penelitian ini mempunyai kesamaan hasil penelitian dengan penelitian Suciwati et al. (2016), dengan hasil penelitian bahwa *CSR Disclosure* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap ROE, dan selanjutnya penelitian Supadi dan Sudana (2018) juga menunjukkan kesamaan hasil yaitu *CSR Disclosure* memiliki pengaruh positif terhadap ROE.

Pengumuman informasi aktivitas CSR menunjukkan komitmen perusahaan dalam menjalankan pembangunan berkelanjutan sekaligus menjaga keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Aktivitas CSR diartikan sebagai kepedulian perusahaan pada aspek sosial, lingkungan maupun ekonomi yang timbul akibat aktivitas bisnisnya dan harus dipertanggungjawabkan kepada seluruh pemilik kepentingan. Tidak hanya menjaga lingkungan dan menciptakan hubungan sosial yang baik namun perusahaan juga mengungkapkan bagaimana kondisi ekonomi, seperti nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan, bagaimana keadaan perekonomian masyarakat sekitar atas keberadaan perusahaan tersebut akan memberikan sinyal positif dan membuat ketertarikan investor.

Ketertarikan tersebut akan mempengaruhi keputusan investasi pada perusahaan. Meningkatnya jumlah investor yang menanamkan modalnya berdampak pada meningkatnya volume perdagangan saham sehingga akan meningkatkan harga saham dan juga meningkatkan jumlah modal entitas yang berasal dari investor. Salah satu komponen ekuitas selain laba ditahan adalah modal saham termasuk modal dasar dan modal disetor yang merupakan nilai yang mewakili kepemilikan investor.

4.6.3 Pengaruh *CSR Disclosure* terhadap NPM

Berdasarkan uji statistik t yang dilakukan didapatkan hasil nilai t hitung > nilai t tabel yaitu sebesar $2.287 > 2.02809$, selanjutnya nilai signifikansi variabel *CSR Disclosure* sebesar $0,028 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa *CSR Disclosure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap NPM sehingga hipotesis diterima. *CSR Disclosure* berpengaruh terhadap NPM pada penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Almar et al. (2012) yang menyatakan bahwa *CSR Disclosure* berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan yang dicerminkan pada rasio NPM.

Hal tersebut mengacu pada teori sinyal yang menjelaskan bahwa keberadaan informasi yang diungkapkan oleh perusahaan akan membawa perubahan bagi pelaku pasar. Apabila informasi yang diungkapkan merupakan sinyal yang baik bagi *stakeholders*, maka akan terjadi peningkatan volume perdagangan. Pengumuman informasi CSR membawa perusahaan untuk menciptakan citra yang baik sekaligus prospek/ *going concern*. Salah satu komponen yang diungkapkan perusahaan dalam aktivitas CSR nya yaitu mengenai aspek keselamatan pelanggan atas kualitas produk yang dihasilkan, sedangkan kualitas merupakan salah satu faktor utama yang diperhatikan dalam kegiatan perdagangan.

Konsep 3P yang digunakan sebagai dasar pelaksanaan CSR dewasa ini telah berkembang menjadi 4P dengan menambahkan aspek produk di dalamnya menjadi *profit, people, planet, dan product*. Hal tersebut mencerminkan bahwa produk yang dihasilkan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan baik kualitas, keamanan dan keselamatan pelanggan dalam menggunakan produk yang dihasilkan. Pengungkapan pertanggungjawaban tersebut akan mempengaruhi *stakeholder* yang salah satunya adalah konsumen untuk menjalin kerja sama baik dengan perusahaan. Reaksi pasar tersebut dapat tercermin pada perubahan volume penjualan. Peningkatan volume penjualan akan membawa dampak positif karena selaras dengan peningkatan pendapatan dan laba perusahaan

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel *CSR Disclosure* memiliki pengaruh positif dan signifikan untuk memproyeksikan profitabilitas perusahaan yang diprosikan dengan rasio ROA, ROE, dan NPM. Nilai signifikansi pada ROA sebesar 0.012, ROE sebesar 0.035 dan NPM $0.028 < 0.05$ yang artinya seluruh hipotesis diterima. Pengungkapan aktivitas CSR yang tinggi akan selaras dengan meningkatnya nilai ROA, hal tersebut atas dasar CSR menunjukkan keberlangsungan usaha sehingga akan menarik *stakeholder* untuk menjalin kerja sama dengan perusahaan. Ketertarikan investor terhadap perusahaan mampu meningkatkan jumlah investor yang menanamkan modalnya sehingga akan meningkatkan total ekuitas perusahaan maupun menaikkan harga saham. Selain itu keberadaan *CSR Disclosure* akan

membuat konsumen merasa aman atas kualitas produk dan adanya perlindungan konsumen akan membuat mereka tertarik untuk bekerja sama dengan perusahaan sehingga mampu meningkatkan volume perdagangan yang selaras dengan naiknya pendapatan dan laba perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Almar, M., R. Rahmawati, dan A. Murni. 2012. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Proceedings ISSN 2252-3936. 27 Maret 2012. Universitas Widyatama:514-524.*
- Angelina, D., dan R. Suryaningsih. 2015. The Effect of Environmental Performance and Corporate Sosial Responsibility Disclosure Towards Financial Performance (Case Study to Manufacture, Infrastructure, And Service Companies That Listed At Indonesia Stock Exchange). *2nd Global Conference on Business and Sosial Science-2015, 17-18 September 2015. Bali, Indonesia.*
- Brigham, E. F., dan J. F. Houston. 2007. *Essentials Of Financial Management. Eleven Edition. Singapore: Cengage Learning. Terjemahan oleh Ali Akbar Yulianto. 2010. Dasar – Dasar Manajemen Keuangan. Vol. Edisi 11. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.*
- Chariri, A., dan I. Ghozali. 2007. *Teori Akuntansi.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Darwin, A. 2004. Corporate Social Responsibility (CSR), Standards & Reporting. *Seminar Nasional Universitas Katolik Soegijapranata.*
- IAI. 2009. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No. 1 (Revisi 2009) Penyajian Laporan Keuangan. Jakarta: Dewan Standar Akuntansi Keuangan - Ikatan Akuntan Indonesia.
- Kustono, A. S., dan R. Effendi. 2017. Earnings Management and Corporate Governance Case in Indonesia. *Advanced Science Letters 22 (12):4345-4347.*
- Nistantya, D. S. 2010. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Perbankan yang Listing di BEI Tahun 2007-2009, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Pasaribu, A. M. 2016. Pengaruh Corporate Sosial Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan pada PT Perkebunan Nusantara Persero (PTPN Persero). *JRAK 7 (2):27-42.*
- Pearce, J. A., dan R. B. Robinson. 2007. *Strategic Management: Formulation, Implementation, and Control.* Boston: McGraw Hill Companies Inc.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. In *4 April 2012.* Jakarta: Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 89.
- Sartono, A. 2008. *Manajemen Keuangan: Teori dan Aplikasi.* Vol. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFY Yogyakarta.
- Suciwati, D. P., D. P. A. Pradnyan, dan C. Ardina. 2016. Pengaruh Corporate Sosial Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan (Pada Perusahaan Sektor Pertambangan di BEI Tahun 2010-2013). *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan 12 (2):104-113.*

-
- Suharto, E. 2008. Corporate Social Responsibility: Konsep dan Perkembangan Pemikiran. In *Makalah disampaikan pada Workshop Tanggung Jawab Sosial Perusahaan tanggal 6-8 Mei 2008*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Supadi, Y. M., dan I. P. Sudana. 2018. Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Corporate Social Responsibility Disclosure pada Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Pertambangan. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 7 (4):1165-1192.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 tahun 2007 Tentang Penanaman Modal. 26 April 2007: Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 67. Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2009 Tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. 3 Oktober 2009: Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 140. Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. 16 Agustus 2007: Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106. Jakarta.
- Winarno, W. A. 2007. Corporate Social Responsibility: Pengungkapan Biaya Lingkungan. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember* 5 (2):72-86.