

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, KEPEMILIKAN MANAJERIAL DAN KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN

Nicho Budi Wismandana

Nichobudi@gmail.com

Titik Mildawati

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

The purpose of this research is to test whether the effect of corporate social responsibility, managerial ownership and institutional ownership to company profitability. Method of data collection is purposive sampling method from a secondary data source for 3 years, ie 2011-2013 on the Stock Exchange, so that the samples used in this study as many as 15 companies in the three-year study period, the samples used in this study as many as 45 firm years. The results showed that the disclosure of CSR and institutional ownership has an effect on the profitability of the company, while the managerial ownership does not affect the profitability of the company, because of the managerial ownership is too low so that the performance of managers in managing the company less than optimal and managers as a minority shareholder has not been able to actively participate in making a decision in the company, so it does not affect the profitability of the company.

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR), Managerial Ownership, Institutional Ownership, Profitability of the Company*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah pengaruh *corporate social responsibility*, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional terhadap profitabilitas perusahaan. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah metode *purposive sampling* dari sumber data sekunder selama 3 tahun, yaitu tahun 2011-2013 di BEI, sehingga sampel yang dipakai dalam penelitian ini sebanyak 15 perusahaan dalam tiga tahun periode penelitian, maka sampel yang dipakai dalam penelitian ini sebanyak 45 *firm years*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pengungkapan CSR dan kepemilikan institusional mempunyai pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan, sedangkan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan, karena kepemilikan manajerial terlalu rendah sehingga kinerja manajer dalam mengelola perusahaan kurang optimal dan manajer sebagai pemegang saham minoritas belum dapat berpartisipasi aktif dalam membuat suatu keputusan diperusahaan, sehingga tidak mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility (CSR), Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Profitabilitas Perusahaan.*

PENDAHULUAN

Corporate social responsibility (tanggung jawab sosial perusahaan) sering dianggap inti dari etika bisnis, yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas (ekonomi dan legal). Tanggung jawab sosial dari perusahaan (*corporate social responsibility*) merujuk pada semua hubungan yang terjadi diantara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*.

Pemikiran yang melandasi adanya CSR ini adalah bahwa perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab kepada para pemegang saham (*shareholder*), tetapi juga memiliki tanggung jawab kepada pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*). Pihak-pihak yang berkepentingan dalam sebuah perusahaan adalah pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, *supplier* dan juga *competitor* (Nurlela dan Islahuddin, 2008).

Jika sebuah perusahaan ingin mengembangkan CSR maka harus memiliki *corporate social responsiveness*, yaitu bagaimana perusahaan dapat sensitif terhadap masalah sosial yang terjadi dan kemudian dapat tanggap terhadap masalah-masalah sosial yang muncul. *Corporate social responsiveness* berkaitan dengan masalah bagaimana setiap perusahaan merespon masalah sosialnya dan kemampuan perusahaan menentukan masalah sosial mana yang harus direspon. Tentu saja tidak semua masalah sosial yang timbul dapat direspon karena masalah sosial bersifat sangat kompleks dan luas (Budiarsi, 2005). Maka dari itu perusahaan perlu memfokuskan pada arah mana aktivitas CSR yang akan dilakukan oleh perusahaan agar tepat sasaran dan akhirnya dapat mencapai tujuan yang diinginkan secara efisien dalam penggunaan sumber dayanya.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka dapat diketahui pentingnya melaksanakan apa yang dikenal sebagai *corporate social responsibility* (CSR). Pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) akan berpengaruh terhadap peningkatan laba yang ditetapkan oleh laba yang diperoleh dari pengelolaan unit usaha. Hal ini sesuai yang dikemukakan oleh Hadi (2011:57) bahwa dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) mengisyaratkan bahwa terjadi konektivitas secara integral antara kepedulian masyarakat, menjaga keseimbangan lingkungan dan upaya mencapai laba perusahaan.

Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dan pada akhirnya dengan pelaksanaan CSR diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat (Satyo, 2005 dalam Sutopoyudo, 2009). Oleh karena itu, CSR berperan penting dalam meningkatkan profitabilitas sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas sosial di lingkungan sekitarnya.

Melakukan kegiatan CSR selain memberikan manfaat kepada stakeholders juga diharapkan mampu memberikan keuntungan tersendiri bagi perusahaan yang dapat dilihat melalui profitabilitas perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba, dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan seperti aktiva, modal, atau penjualan perusahaan (Sudana, 2011). Profitabilitas dapat diukur melalui rasio-rasio keuangan, yaitu antara lain dapat di lihat dari ROA, ROE dan EPS. Perusahaan menginginkan rasio-rasio profitabilitas perusahaannya semakin tinggi untuk menggambarkan keberhasilan yang dicapai.

Struktur kepemilikan perusahaan memiliki pengaruh terhadap perusahaan. Tujuan perusahaan sangat ditentukan oleh struktur kepemilikan, motivasi pemilik dan kreditur corporate governance dalam proses insentif yang membentuk motivasi manajer. Pemilik akan berusaha membuat berbagai strategi untuk mencapai tujuan perusahaan, setelah strategi ditentukan maka langkah selanjutnya akan mengimplementasi strategi dan mengalokasikan sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian dari beberapa ahli, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan menambahkan variabel kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional.

TINJAUAN TEORETIS DAN HIPOTESIS

Teori Stakeholders

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007).

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Adanya kecenderungan bahwa manajemen dan pengelolaan perusahaan dipisahkan dari kepemilikan perusahaan. Hal ini bertujuan agar pemilik perusahaan dapat memaksimalkan keuntungan pada biaya yang optimal / efisien dengan pengelolaan secara profesional. Salah satu pendapat mengenai hal itu adalah apa yang disebut dengan teori agensi (*agency theory*), yaitu teori yang menyatakan mengenai pentingnya pemilik perusahaan (pemegang saham) menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada tenaga profesional (disebut *agent*) yang lebih mengerti dan profesional dalam menjalankan bisnis (Hutabarat dan Huseini, 2006:47).

Teori agensi ini mempunyai tujuan untuk mencari persetujuan (*contract*) yang paling menguntungkan. Persetujuan ini mendelegasikan tanggung jawab untuk memimpin perusahaan kepada manajemen (*agent*) dengan imbalan berupa sebagian dari pendapatan berupa bagian tetap atau dengan persentase tertentu. Dengan perkataan lain persetujuan antara kedua pihak memindahkan resiko usaha kepada manajemen (Gade, 2005:63).

Corporate Social Responsibility

Sejarah Dan Perkembangan *Corporate Social Responsibility*

Tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat bermula di Amerika Serikat, yaitu pada zaman permulaan perkembangan perusahaan besar di akhir abad ke-19. Saat itu perusahaan besar menyalahgunakan kuasa mereka dalam hal diskriminasi harga, menahan buruh dan perilaku lainnya yang menyalahi moral kemanusiaan. Hal ini menyebabkan protes masyarakat dan sebagai akibatnya pemerintah melakukan perubahan peraturan perusahaan untuk mengatasi masalah tersebut.

Fase kedua evolusi tanggung jawab sosial perusahaan tercetus pada tahun 1930-an, yang diikuti gelombang resesi dunia secara besar-besaran yang mengakibatkan pengangguran dan banyak perusahaan yang bangkrut. Pada masa ini, dunia berhadapan dengan kekurangan modal untuk input produksinya. Buruh terpaksa berhenti bekerja, pengangguran sangat meluas dan merugikan pekerjaannya. Saat itu timbul ketidakpuasan terhadap sikap perusahaan yang tidak bertanggung jawab terhadap pekerjaannya (Sukirno, 2004:352).

Dalam konteks global, istilah CSR mulai digunakan sejak tahun 1970-an dan semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line In 21st Century Business* (1998), karya John Elkington. Elkington mengembangkan tiga komponen penting *sustainable development protection*, yakni *economic growth*, *environmental protection*, dan *sosial equity*, yang digagas *The World Commission On Environment And Development* (WCED) dalam Brundland Report tahun 1987. Elkington mengemas CSR ke dalam tiga fokus: 3P (*profit, people, dan planet*). Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*), melainkan pula memperhatikan kesejahteraan masyarakat (*people*), dan memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*).

Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Pengertian *Corporate Social Responsibility*, CSR, atau sering kali disebut sebagai tanggung jawab sosial perusahaan telah banyak disampaikan oleh para pakar maupun lembaga internasional. Ada beberapa pengertian CSR menurut pakar ataupun lembaga, sebagai berikut. Pertama, Darwin (2008) mendefinisikan CSR sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum. Kedua, CSR merupakan suatu konsep terintegrasi yang menggabungkan aspek bisnis dan sosial dengan selaras agar perusahaan dapat membantu tercapainya kesejahteraan para *Stakeholder*, serta dapat mencapai profit maksimum sehingga dapat meningkatkan harga saham (Nugraha, 2011:2-3). Ketiga, CSR menurut Sutanto dalam Mursitama (2011:26), membagi CSR ke dalam dua golongan besar tanggung jawab sosial, yaitu tanggung jawab internal dan tanggung jawab eksternal. Tanggung jawab internal meliputi tanggung jawab kepada para pemangku kepentingan dalam

hal profit dan pertumbuhan, serta kepada para pekerja dalam hal pekerjaan dan pengembangan karir yang menguntungkan pekerja dan perusahaan. Sedangkan tanggung jawab eksternal menyajikan perusahaan sebagai pembayar pajak dan penyedia pekerjaan yang berkualitas, meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat baik dalam bidang bisnis yang sesuai dengan bisnis perusahaan maupun tidak, serta menjaga lingkungan untuk generasi masa depan. Keempat, Menurut *The World Bussiness Council for Sustainable Development* (WBCSD) dalam Rahmatullah dan Kurniati (2011:5), CSR merupakan komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, berikut komunitas-komunitas setempat (lokal), masyarakat secara keseluruhan, dalam rangka meningkat kualitas kehidupan.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan suatu tindakan yang dilakukan perusahaan sesuai dengan kemampuan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan itu berada. CSR juga bukan merupakan beban bagi perusahaan, tetapi merupakan modal sosial perusahaan yang dapat berkontribusi untuk keberlanjutan perusahaan dan membantu tercapainya kesejahteraan *stakeholders* serta dapat meningkatkan profit.

Landasan Hukum Corporate Social Responsibility

Landasan hukum yang menyangkut CSR terdapat dalam makalah mengenai CSR oleh Octafiani (2011) adalah (1) Keputusan Menteri BUMN Tentang Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL) dalam Kerangka Acuan Kerja (KAK) *Workshop* Kajian Penerapan Pasal 74 Undang-Undang PT Nomor 40 Tahun 2007, dikemukakan bahwa peraturan mengenai tanggungjawab sosial perusahaan, pada awalnya hanya mengikat Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dengan aktivitas sosial yang lebih dikenal dengan istilah Program Kemitraan dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan (PKBL). PKBL pada dasarnya terdiri dari dua jenis, yaitu program penguatan usaha kecil melalui pemberian pinjaman dana bergulir dan pendampingan (disebut Program Kemitraan) serta program pemberdayaan (disebut Program Bina Lingkungan). (2) Undang-Undang PT Nomor 40 tahun 2007 yang berisi peraturan mengenai diwajibkannya melakukan CSR. Direksi yang bertanggung jawab bila ada permasalahan hukum yang menyangkut perusahaan dan CSR. (3) Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007, tentang Penanaman Modal, baik penanaman modal dalam negeri, maupun penanaman modal asing. Dalam penjelasan pasal 15 huruf b menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan "tanggung jawab sosial perusahaan" adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat ". (4) Undang-Undang Minyak dan Gas Bumi Nomor 22 Tahun 2001, disebutkan pada Pasal 13 ayat 3 (p): "Kontrak Kerja Sama sebagaimana dimaksudkan dalam ayat (1) wajib memuat paling sedikit ketentuan-ketentuan pokok yaitu: pengembangan masyarakat sekitarnya dan jaminan hak-hak masyarakat adat.

Model Corporate Social Responsibility

Sedikitnya ada empat model atau pola CSR yang umumnya diterapkan oleh perusahaan di Indonesia, yaitu (1) Keterlibatan langsung, perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Menjalankan tugas ini, biasanya perusahaan menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti *corporate secretary* atau *public affair manager* atau menjadi bagian dari tugas pejabat *public relation*. (2) Melalui yayasan atau organisasi sosial milik perusahaan, perusahaan mendirikan sendiri yayasan dibawah perusahaan atau groupnya. Model ini merupakan adopsi yang lazim dilakukan di negara maju. Perusahaan menyediakan dana awal, dan rutin atau dana abadi yang dapat digunakan untuk operasional yayasan. (3) Bermitra dengan pihak lain, perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga atau

organisasi non pemerintah, instansi pemerintah, universitas atau media masa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya. (4) Mendukung atau bergabung dalam satu konsorium, perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Pihak konsorium yang dipercaya oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya akan secara proaktif mencari kerjasama dari berbagai kalangan dan kemudian mengembangkan program yang telah disepakati.

Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility*

Menurut Rahmatullah dan Kurniati (2011:7-8), pada dasarnya CSR bukanlah entitas departemen atau divisi yang sifatnya parsial, atau hanya berfungsi dalam pendongkrakan citra sebagai bagian dari jurus jitu marketing perusahaan, sehingga nilai perusahaan di mata *stakeholders* lain khususnya menjadi positif. Pada hakikatnya CSR adalah nilai atau jiwa yang melandasi aktivitas perusahaan secara umum, dikarenakan CSR menjadi pijakan komprehensif dalam aspek ekonomi, sosial, kesejahteraan dan lingkungan. Tidak etis jika nilai CSR hanya di implementasikan untuk memberdayakan masyarakat setempat, di sisi lain kesejahteraan karyawan yang ada di dalamnya tidak terjamin, atau perusahaan tidak disiplin dalam membayar pajak, suburnya praktik korupsi dan kolusi, atau mempekerjakan anak.

Pada sisi lain Brodshaw dan Vogel dalam Wahyudi dan Azheri (2008:46), menyatakan bahwa ada tiga dimensi dari garis besar ruang lingkup CSR yaitu: Pertama, *Corporate philanthropy* adalah usaha-usaha amal yang dilakukan perusahaan, di mana usaha-usaha amal ini tidak berhubungan secara langsung dengan kegiatan normal perusahaan. Usaha-usaha amal ini dapat berupa tanggapan langsung perusahaan atas permintaan dari luar perusahaan atau juga berupa pembentukan suatu badan tertentu, seperti yayasan untuk mengola usaha amal tersebut. Kedua, *Corporate Responsibility* adalah usaha-usaha sebagai wujud tanggungjawab sosial perusahaan ketika sedang mengejar profitabilitas sebagai tujuan perusahaan. Ketiga, *Corporate Policy* adalah berkaitan erat dengan bagaimana hubungan perusahaan dengan pemerintah yang meliputi posisi suatu perusahaan dengan adanya berbagai kebijaksanaan pemerintah yang mempengaruhi baik bagi perusahaan atau masyarakat secara keseluruhan.

Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Menurut Branco dan Rodrigues dalam Mursitama (2011:27-31), membagi dua manfaat CSR bila dikaitkan dengan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) dari sebuah perusahaan. Yaitu dari sisi internal maupun eksternal.

Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial adalah persentase kepemilikan saham oleh pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan. Menurut Christiawan dan Josua (2007) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial adalah situasi dimana manajer memiliki saham perusahaan atau dengan kata lain manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham. Dengan adanya kepemilikan manajerial menunjukkan adanya peran ganda seorang manajer, yakni manajer bertindak juga sebagai pemegang saham. Sebagai seorang manajer sekaligus pemegang saham, mereka tidak ingin perusahaan mengalami kesulitan keuangan atau bahkan kebangkrutan.

Kepemilikan Institusional

Menurut Bushee (dalam Boediono, 2005) menyatakan bahwa kepemilikan institusional memiliki kemampuan untuk mengurangi insentif para manajer yang mementingkan diri sendiri melalui tingkat pengawasan yang intens. Kepemilikan institusional dapat menekan kecenderungan manajemen untuk memanfaatkan discretionary dalam laporan keuangan sehingga memberikan kualitas laba yang dilaporkan. Kepemilikan institusional memiliki kemampuan untuk

mengendalikan pihak manajemen melalui proses monitoring secara efektif sehingga mengurangi tindakan manajemen melakukan manajemen laba. Persentase saham tertentu yang dimiliki oleh institusi dapat mempengaruhi proses penyusunan laporan keuangan yang tidak menutup kemungkinan terdapat akrualisasi sesuai kepentingan pihak manajemen.

Profitabilitas Perusahaan

Profitabilitas adalah hasil akhir bersih dari berbagai kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan (Brigham dan Houston, 2006), dimana rasio ini digunakan sebagai alat pengukur atas kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Dengan demikian pengukuran profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan tingkat efektifitas manajemen secara menyeluruh dan secara tidak langsung para investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis ini. Selain itu keuntungan (profitabilitas) sangat penting bagi perusahaan bukan saja untuk terus mempertahankan pertumbuhan bisnisnya namun juga memperkuat kondisi keuangan perusahaan.

Rasio profitabilitas adalah sekelompok rasio yang menunjukkan gabungan pengaruh dari likuiditas, manajemen aktiva, dan utang pada hasil operasi (Brigham dan Houston, 2006). Rasio yang biasa digunakan untuk mengukur dan membandingkan kinerja profitabilitas adalah *gross profit margin*, *operating profit margin*, *net profit margin*, *Return on Equity* dan *Return on Assets* (Syamsudin, 1985:55, dalam Ahmar dan Kurniawan, 2007).

Gross profit margin merupakan rasio profitabilitas yang menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. *Gross profit margin* merupakan prosentase dari laba kotor dibandingkan dengan sales. *Operating profit margin* adalah rasio yang menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sebelum adanya pajak dan bunga dari penjualan yang dilakukan. Rasio ini menggambarkan apa yang biasanya disebut "*pure profit*" yang diterima atas setiap rupiah dari penjualan yang dilakukan. *Operating profit* disebut murni (*pure*) dalam pengertian bahwa jumlah tersebut yang benar-benar diperoleh dari hasil operasional perusahaan dengan mengabaikan kewajiban-kewajiban finansial berupa bunga serta kewajiban terhadap pemerintah berupa pembayaran pajak. *Net profit margin* adalah rasio profitabilitas yang menghitung sejauh mana perusahaan dalam menghasilkan laba setelah dipotong pajak dan bunga dari penjualan yang dilakukan. Semakin tinggi *net profit margin*, maka makin baik profitabilitas suatu perusahaan. *Return on equity* (ROE) menunjukkan kemampuan manajemen perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia untuk mendapatkan *net income* yang tersedia bagi pemegang saham. Semakin tinggi return adalah semakin baik karena berarti dividen yang dibagikan atau ditanamkan kembali sebagai *retained earning* juga akan makin besar. *Return on assets* (ROA) menunjukkan kemampuan manajemen perusahaan dalam menghasilkan income dari pengelolaan aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba. Rasio ini menunjukkan seberapa besar efektivitas perusahaan dalam menggunakan asetnya. Semakin tinggi rasio ini, maka semakin efektif penggunaan aktiva tersebut.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas Perusahaan

Parameter pengungkapan CSR yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *enviroment*, *employment*, dan *community*. Aktivitas yang mungkin terjadi berkaitan dengan ketiga parameter di atas antara lain: pengendalian, pencegahan, dan perbaikan lingkungan sebagai akibat dari kegiatan operasional perusahaan, program-program yang berkaitan dengan tenaga kerja yang berada di dalam perusahaan tersebut seperti rekrutment, pelatihan, gaji, mutasi, dan lain-lain, serta kegiatan-kegiatan kemasyarakatan yang dilakukan perusahaan yang terkait dengan kesehatan, pendidikan, dan seni masyarakat sekitar perusahaan.

Serangkaian aktivitas di atas secara tidak langsung berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Karena untuk mewujudkan kegiatan tersebut tentunya dibutuhkan pengalokasian

biaya tertentu. Biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan tersebut tentunya tidak diharapkan untuk menjadi pengalokasian dana yang sia-sia. Diharapkan kedepannya dapat memberikan keuntungan atau profit bagi perusahaan. Kegiatan ini dianggap sebagai salah satu strategi perusahaan untuk menarik minat masyarakat terhadap perusahaan tersebut.

Pengungkapan CSR ini berkaitan erat dengan pencitraan yang ingin ditunjukkan oleh perusahaan di mata masyarakat atau konsumen. Asumsinya, konsumen akan lebih memilih mengkonsumsi produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang memiliki citra yang baik. Citra yang baik diperoleh dari tingginya tingkat kepedulian perusahaan terhadap masyarakat. Semakin tingginya minat perusahaan akan meningkatkan penjualan dan pendapatan perusahaan, sehingga profitabilitas perusahaan naik.

Titisari *et al.* (2010) hasilnya menunjukkan bahwa hipotesis mengenai CSR berpengaruh terhadap stock return dan CSR *enviromtment* dan CSR *community* berpengaruh terhadap stock return tidak dapat di dukung dengan bukti empiris. Hanya hipotesis CSR *employment* berpengaruh terhadap stock return yang dapat dibuktikan secara empiris. Dikarenakan yang menjadi objek dari penelitian ini merupakan perusahaan yang rawan lingkungan yang keberlangsungannya sangat tergantung pada lingkungan dan komunitas sekitar, maka parameter yang dianggap memiliki pengaruh terbesar terhadap profitabilitas perusahaan ialah *enviromtment*, *community* dan *employment*, sehingga dapat dikemukakan sebuah hipotesis :

H1 = CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan.

Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Profitabilitas Perusahaan

Kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham oleh manajemen perusahaan yang diukur dengan persentase jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen (Sujono dan Soebiantoro, 2007). Menurut Mehran *et al.* (1992) dalam Aida (2004) kepemilikan saham manajerial adalah proporsi saham biasa yang dimiliki oleh para manajemen. Menurut Itturiaga dan Sanz (2000) struktur kepemilikan manajerial dapat dijelaskan dari dua sudut pandang yaitu pendekatan keagenan (*agency approach*) dan pendekatan ketidakseimbangan (*asymmetric information approach*). Pendekatan keagenan menganggap struktur kepemilikan manajerial sebagai sebuah instrument atau alat untuk mengurangi konflik keagenan diantara beberapa klaim (*claim holder*) terhadap perusahaan. Pendekatan ketidakseimbangan informasi memandang mekanisme struktur kepemilikan manajerial sebagai suatu cara untuk mengurangi ketidakseimbangan informasi antara insider dan outsider melalui pengungkapan informasi di dalam pasar modal.

Meningkatkan kepemilikan manajerial dapat digunakan sebagai cara untuk mengatasi masalah keagenan. Manajer akan termotivasi untuk meningkatkan kinerjanya yang juga merupakan keinginan dari para pemegang saham. Ross *et al* (2004) dalam Putri (2006) menyatakan bahwa semakin besar proporsi kepemilikan saham pada perusahaan maka manajemen cenderung berusaha lebih giat untuk kepentingan pemegang saham yang tidak lain adalah dirinya sendiri. Kepemilikan saham manajerial akan membantu penyatuan kepentingan antara manajer dan pemegang saham, sehingga manajer ikut merasakan secara langsung manfaat dari keputusan yang diambil dan ikut pula menanggung kerugian sebagai konsekuensi dari pengambilan keputusan yang salah.

Hal ini menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan. Karena semakin besar kepemilikan manajerial dalam perusahaan akan memotivasi manajemen agar berusaha meningkatkan kinerja dan profitabilitas atau keuntungan perusahaan untuk kepentingan pemegang saham dan untuk kepentingannya sendiri.

H2 = Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan.

Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Profitabilitas Perusahaan

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham oleh pemerintah, institusi keuangan, institusi berbadan hukum, institusi luar negeri, dana perwalian serta institusi lainnya pada akhir

tahun (Shien, *et al.* 2006) dalam Winanda (2009). Menurut Wening (2009), kepemilikan institusional merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Adanya kepemilikan oleh investor institusional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal terhadap kinerja manajemen, karena kepemilikan saham mewakili suatu sumber kekuasaan yang dapat digunakan untuk mendukung atau sebaliknya terhadap kinerja manajemen.

Brous dan Kini (1994) menyatakan bahwa ketatnya pengawasan yang dilakukan oleh investor institusional sangat tergantung pada besarnya investasi yang dilakukan. Bathala *et al.*, (1994) juga menemukan bahwa kepemilikan institusional menggantikan kepemilikan manajerial dalam mengontrol *agency cost*. Semakin besar kepemilikan oleh institusi keuangan maka akan semakin besar kekuatan suara dan dorongan institusi keuangan untuk mengawasi manajemen dan akibatnya akan memberikan dorongan yang lebih besar untuk mengoptimalkan nilai perusahaan sehingga profitabilitas perusahaan juga akan meningkat.

Hal ini menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan. Kepemilikan institusional pada umumnya memiliki proporsi kepemilikan dalam jumlah yang besar sehingga proses monitoring terhadap manajer menjadi lebih baik. Dengan demikian, maka hipotesis yang dikemukakan adalah:

H3: Kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur pada sektor *consumer goods* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia selama periode 2011-2013. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Kriteria yang digunakan untuk memilih sampel adalah sebagai berikut: (1) Perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangan per Desember 2011 sampai dengan 2013 secara lengkap dengan catatan atas laporan keuangan, (2) Perusahaan *consumer goods* yang *go public* di BEI Surabaya, dimana perusahaan tersebut sudah diketahui oleh masyarakat, (3) perusahaan *consumer goods* yang mengungkapkan *corporate social responsibility* secara berturut-turut mulai periode 2011-2013.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel Independen

a. Corporate Social Responsibility

Penelitian ini menggunakan CSR sebagai variabel independen yang diukur dengan menggunakan instrumen berdasarkan Standart GRI (*Global Reporting Initiative*). Instrumen ini mengelompokkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ke dalam 7 kategori. Total item tanggung jawab sosial perusahaan adalah 78. Hanifah *et al* dalam (Sayekti dan Wondabio, 2007) menyatakan bahwa rumus perhitungan CSRDI adalah sebagai berikut :

$$CSDI := \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Dimana :

CSDI : Corporate Social Disclosure Index perusahaan (CSDI)

n_j : jumlah item untuk perusahaan j , $n_j = 78$

X_{ij} : 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan ,

Dengan demikian, $0 < CSDI < 1$.

b. Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial diukur dengan menggunakan rasio antara jumlah saham yang dimiliki manajer atau direksi dan dewan komisaris terhadap total saham yang beredar (Rustendi dan Jimmi, 2008).

$$\text{Kepemilikan manajerial} = \frac{\text{jumlah kepemilikan saham oleh pihak manajemen}}{\text{jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

c. Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional merupakan proporsi kepemilikan saham oleh institusi seperti LSM, perusahaan swasta, perusahaan efek, dana pensiun, perusahaan asuransi, bank dan perusahaan-perusahaan investasi. Kepemilikan institusional diukur dengan menggunakan rasio antara jumlah lembar saham yang dimiliki oleh institusi terhadap jumlah lembar saham perusahaan yang beredar secara keseluruhan.

$$\text{Kepemilikan Institusional} = \frac{\text{jumlah kepemilikan saham oleh pihak institusional}}{\text{jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

Variabel Dependen

Profitabilitas Perusahaan

Profitabilitas (Y) adalah *Return On Assets* (ROA) yang didapatkan dari laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur, selama periode penelitian. ROA menunjukkan perbandingan *net income* dan *total assets* perusahaan (Husnan, 2001). ROA menunjukkan kemampuan manajemen perusahaan dalam menghasilkan income dari pengelolaan asset yang dimiliki untuk menghasilkan laba. Rasio ini menunjukkan seberapa besar efektifitas perusahaan dalam menggunakan asetnya. Semakin tinggi rasio ini, maka semakin efektif penggunaan aktiva tersebut. Pada dasarnya ROA terdiri atas dua komponen penyusun rasio, yaitu *income* dan *expense control* (termasuk pajak).

$$ROA = \frac{\text{NetIncome}}{\text{TotalAsset}}$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1 menunjukkan statistik deskriptif masing-masing variabel penelitian yaitu : profitabilitas perusahaan, *corporate social responsibility*, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional.

Tabel 1
Analisis Deskriptif

	Mean	Std. Deviation	N
PROF	,186388883445	,1447520578077	45
CSR	,162575498600	,0709636563525	45
KM	,132690	,039622	45
KI	,721204	,1891526	45

Sumber: data sekunder diolah 2015

Tabel 1 menunjukkan nilai rata-rata perolehan profitabilitas perusahaan memiliki nilai *mean* sebesar 0,186388883445, dan nilai deviasi standar sebesar 0,1447520578077 karena nilai deviasi standar lebih kecil dari nilai *mean*, maka besaran masing-masing variabel profitabilitas perusahaan untuk setiap objek observasi relatif sama. Sedangkan untuk *corporate social responsibility* memiliki nilai *mean* sebesar 0,162575498600, dan nilai deviasi standar sebesar 0,0709636563525 karena nilai deviasi standar lebih kecil dari nilai *mean*, maka besaran masing-masing variabel *corporate social responsibility* untuk setiap objek observasi relatif sama. Kemudian kepemilikan manajerial memiliki nilai *mean* sebesar 0,132690, dan nilai deviasi standar sebesar 0,039622 karena nilai deviasi standar lebih kecil dari nilai *mean*, maka besaran masing-masing variabel kepemilikan manajerial untuk setiap objek observasi relatif sama. Kepemilikan institusional memiliki nilai *mean* sebesar 0,721204, dan nilai deviasi standar sebesar 0,1891526 karena nilai deviasi standar lebih kecil dari nilai *mean*, maka besaran masing-masing variabel kepemilikan institusional untuk setiap objek observasi relatif sama.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas. Dalam distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi normal akan mengikuti garis diagonalnya. Pada diagram *normal P-P Plot regression standardized*, jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi yang normal, maka model regresi memenuhi asumsi klasik. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas. Dalam pengujian variabel bebas menghasilkan nilai toleransi diatas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan linear antara variabel bebas atau tidak terjadi multikolinearitas pada model dalam penelitian ini.

Uji Autokorelasi. Hasil uji autokorelasi di atas dapat dilihat bahwa nilai *Durbin-Watson* (DW-test) sebesar 1,978. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan bahwa nilai *Durbin-Watson* (DW-test) berada antara -2 hingga +2, dan hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai *Durbin-Watson* yaitu $-2 < 1,978 < 2$ maka dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari adanya autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat pola grafik scatterplot. Menunjukkan adanya titik-titik yang menyebar secara acak dan tersebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y dan titik tidak terdapat pola tertentu maka dapat disimpulkan tidak terdapat heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan.

Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menguji hipotesis penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan cara meregresi variabel-variabel *corporate social responsibility*, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional terhadap profitabilitas perusahaan. Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2
Hasil Perhitungan Regresi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Zero-order	Partial	Partial	Tolerance	VIF
(Constant)	.203	.063		3.215	.003					
CSR	.534	.218	.262	2.453	.019	.011	.358	.245	.878	1.139
KM	.539	.391	.147	1.377	.176	.138	.210	.138	.873	1.145
KI	.651	.086	.850	7.548	.000	.721	.763	.755	.789	1.268

a. Dependent Variable: PROF

Sumber: Output SPSS

Tabel 2 diatas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas perusahaan dipengaruhi oleh *corporate social responsibility*, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional dengan persamaan regresi berganda berikut:

$$Y = 0,203 + 0.534CSR + 0,539KM + 0,651KI + e$$

Analisis Koefisien Determinasi

Analisis determinasi dalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Regresi dengan lebih dari dua variabel dependen atau bebas digunakan adjusted R² sebagai koefisien determinasi. Hubungan korelasi dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 3
Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.768 ^a	.590	.560	.09607	.590	19.630	3	41	.000	2.183

a. Predictors: (Constant), KI, CSR, KM

b. Dependent Variable: PROF

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh Nilai R pada intinya mengukur seberapa jauh seberapa besar hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai R sebesar 0,768 (76,8%). Hal ini menunjukkan bahwa variabel *corporate social responsibility*, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional mempunyai hubungan yang erat dengan variabel profitabilitas perusahaan. Dasar untuk mengatakan hubungan yang erat adalah apabila nilai R diatas 50%.

Nilai adjusted R² atau koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,560 hal ini menunjukkan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Artinya bahwa variabel *corporate social responsibility*, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional mampu dijelaskan oleh variabel profitabilitas perusahaan sebesar 56% sedangkan sebesar 44% lainnya dipengaruhi faktor lain yang tidak termasuk dalam variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Hasil Uji Statistik F (*Goodness Of Fit*)

Sebelum melakukan analisis regresi terlebih dahulu dilakukan uji statistik F yang digunakan untuk melihat layak tidaknya ketiga variabel independen (bebas), terhadap variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini. Hasil dari uji statistik F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4
Hasil Perhitungan *Goodness Of Fit*
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,544	3	,181	19,630	,000 ^b
	Residual	,378	41	,009		
	Total	,922	44			

a. Dependent Variable: PROF

b. Predictors: (Constant), KI, CSR, KM

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 19,630 dengan taraf signifikansi 0,000. Nilai signifikansi berada di bawah 0,05 yang menunjukkan bahwa variabel pengungkapan *corporate social responsibility*, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional sesuai dengan variabel penjelas profitabilitas perusahaan.

Hasil Uji Statistik t

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui keberartian hubungan atau pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap dependen. Jika nilai signifikan dibawah 0,05 maka masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji statistik t disajikan dalam tabel 5 dibawah ini:

Tabel 5
Uji t

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,203	,063		3,215	,003
	CSR	,534	,218	,262	2,453	,019
	KM	,539	,391	,147	1,377	,176
	KI	,651	,086	,850	7,548	,000

Sumber: Output SPSS

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian terhadap H1 pada Uji Parsial (t), penelitian ini menemukan ada pengaruh yang signifikan antara CSR terhadap ROA. Variabel CSR terhadap ROA memiliki nilai thitung sebesar 2,453 dengan signifikan sebesar 0.019. Nilai signifikan 0.019 lebih kecil daripada $\alpha=0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial CSR berpengaruh signifikan terhadap ROA. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan pada H1, sehingga H1 dalam penelitian ini diterima. Hasil dari H1 membuktikan bahwa pihak eksternal dalam menilai perusahaan tidak hanya memandang dari aspek keuangan saja, tetapi aspek diluar keuangan seperti aktivitas tanggungjawab sosial perusahaan juga turut diperhitungkan. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang di lakukan (Kusumadilaga, 2010: 26) bahwa CSR dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan, dimana dengan melakukan aktivitas CSR perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan sehingga reputasi perusahaan juga meningkat dimata masyarakat. Jadi masyarakat akan berkeinginan untuk membeli produk perusahaan. Semakin laku produk perusahaan di pasaran maka laba (*profit*) yang dapat dihasilkan perusahaan akan semakin meningkat. Dengan meningkatnya profit akan dapat menarik investor, karena profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya.

Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Profitabilitas Perusahaan

Dari hasil pengujian H2 secara parsial (t) diketahui bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan dengan tingkat kepercayaan 95%. Kepemilikan manajerial menunjukkan dengan t hitung sebesar 1,377 dengan tingkat signifikan sebesar 0,179 lebih besar daripada $\alpha=0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis 2, bahwa kepemilikan manajerial memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan. Hal ini mungkin didasarkan pada kondisi di Indonesia, dimana proporsi kepemilikan manajerial dalam perusahaan masih sangat rendah, sehingga penerapan kepemilikan manajerial untuk membantu penyatuan kepentingan antara manajer dan pemilik agar dapat memotivasi manajer dalam melakukan tindakan guna meningkatkan profit perusahaan belum dapat berjalan efektif.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Rustendi dan Jimmy (2008) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Penolakan hipotesis ini kemungkinan terjadi dikarenakan kepemilikan manajerial terlalu rendah sehingga kinerja manajer dalam mengelola perusahaan kurang optimal dan manajer sebagai pemegang saham minoritas

belum dapat berpartisipasi aktif dalam membuat suatu keputusan diperusahaan, sehingga tidak mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Rasa memiliki manajer atas perusahaan sebagai pemegang saham tidak cukup mampu membuat perbedaan dalam pencapaian kinerja dibandingkan dengan manajer murni sebagai tenaga profesional yang digaji perusahaan (Christiawan dan Tarigan, 2007).

Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Profitabilitas Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian terhadap H3 pada Uji Parsial (t), penelitian ini menemukan ada pengaruh yang signifikan antara kepemilikan institusional terhadap ROA. Variabel kepemilikan institusional terhadap ROA memiliki nilai t hitung sebesar 7,548 dengan signifikan sebesar 0.000. Nilai signifikan 0.000 lebih kecil daripada $\alpha=0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap ROA.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan pada H3, sehingga H3 dalam penelitian ini diterima. Hasil dari H3 membuktikan bahwa kepemilikan institusional pada umumnya memiliki proporsi kepemilikan dalam jumlah yang besar sehingga proses monitoring terhadap manajer menjadi lebih baik. Selain itu pihak institusional seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan-perusahaan investasi dan kepemilikan oleh institusi-institusi lain akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal terhadap berbagai keputusan penting dalam perusahaan.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan Shleifer and Vishny (1997) yang mengemukakan bahwa institutional shareholders memiliki insentif untuk memantau pengambilan keputusan perusahaan. Hal ini akan berpengaruh positif bagi perusahaan tersebut, baik dari segi peningkatan profitabilitas perusahaan maupun peningkatan kinerja usaha.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Simpulan hasil penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut : (1) *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan, (2) kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan, (3) kepemilikan institusional berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan, (4) Dari hasil perhitungan dengan melakukan uji *goodness of fit* (uji f), maka dapat diketahui bahwa pengaruh variabel *corporate social responsibility*, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional sesuai dengan variabel penjelas profitabilitas perusahaan.

Saran

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan menambah periode penelitian lebih dari tiga tahun. Agar penelitian selanjutnya yang serupa dapat mengembangkan variabel penelitian, mengurangi kekurangan yang terjadi, dan dapat menjelaskan lebih menyeluruh tentang penelitiannya.

Sampel penelitian yang hanya mencakup 15 perusahaan *consumer goods* di Bursa Efek Indonesia (BEI) menunjukkan keterbatasan penelitian. Oleh karena itu peneliti lain disarankan untuk menggunakan sampel perusahaan dengan jumlah yang lebih besar, atau juga menerapkan pada industri selain *consumer goods*.

Berdasarkan keterbatasan yang telah disebutkan di atas, maka dalam penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah sampel dan memperpanjang waktu pengamatan sehingga penelitian dapat digeneralisasi. Penelitian selanjutnya dapat mengganti atau menambah proksi profitabilitas, misalnya ROE, ROI atau ROS, dan variabel independennya ditambah atau menggunakan variabel lain yang potensial memberikan kontribusi terhadap ROA.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmar dan Kurniawan. 2007. Analisis Profitabilitas sebelum dan sesudah pemenuhan Corporate Governance pada Perusahaan Manufaktur yang Go Public di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal MAKSI*. Vol. 7(3).
- Aida, A. 2004. Pengaruh Struktur Kepemilikan Manajerial terhadap Utang. *Jurnal Studi Bisnis*. Vol. 2 : 19-30.
- Asbar, S., R. Emrinaldi N., dan Desmiyawati. 2011. Pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, kebijakan dividen dan profitabilitas terhadap kebijakan hutang pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen keuangan*.
- Budiarsi, S. Y. 2005. Corporate Sustainability: Melalui Pendekatan Corporate Social Responsibility. *Majalah Ekonomi Tahun XV*. No 2 : 115-133.
- Bhatala, C. T., K. P. Moon, dan R. P. Rao. 1994. Managerial Ownership, Debt Policy, and the Impact of Institutional Holdings An Agency Perspective. *Financial Management*. Vol. 23: 38-50.
- Boediono, G. S. B. 2005. Kualitas Laba: Studi Pengaruh Mekanisme Corporate Governance dan Dampak Manajemen Laba dengan Menggunakan Analisa Jalur. *Simposium Nasional Akuntansi VIII*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Brigham, F. E. dan J. F. Houston. 2006. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Buku 1. Edisi Kesepuluh. Salemba Empat. Jakarta.
- Brous, P. A. dan O. Kini. 1994. The Valuation Effects of Equity Issues and the Level of Institutional Ownership: Evidence from Analysts' Earnings Forecasts. *Financial Management (Spring)*: 33-46.
- Christiawan Y. J. dan J. Tarigan. 2007. Kepemilikan Manajerial : Kebijakan Hutang, Kinerja dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol. 1 : 1-8.
- Darwin, A. 2008. *CSR: Standards dan Reporting*. Makalah Disampaikan pada Seminar Nasional CSR sebagai Kewajiban Asasi Perusahaan telaah Pemerintah, Pengusaha, dan Dewan Standar Akuntansi. Unika Soegija pranata. Semarang.
- Gade, M. 2005. *Teori Akuntansi*. Almahira. Jakarta.
- Ghozali, I. dan A. Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Undip. Semarang.
- GRI. 2006. G3 Sustainability Reporting guidelines. Global Reporting Initiative. <http://www.Globalreporting.org>.
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Husnan, S. 2001. *Pembelanjaan Perusahaan (Dasar-Dasar Manajemen Keuangan)*. Liberty. Yogyakarta
- Hutabarat, J. dan M. Huseini. 2006. Proses, Formulasi & Implementasi Manajemen Strategik Kontenporer. Elex Media Kompotindo. Jakarta.
- Itturiaga, F. J.L. dan Sanz, J. 2000. Ownership Structure, Corporate Value and Firm Investment. A spanish Firms Simultaneous Equation Analysis. *Working Paper*. Universidad de Valladolid.
- Kusumadilaga, R. 2010. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Skripsi*. Univrsitas Diponegoro. Semarang.
- Mursitama. 2011. *Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia*. Teori dan Implementasi: Studi Kasus Community Development Riaupulp. Institute For Development Of Economics And Finance (Indef). Jakarta.
- Nugraha, A. S. 2011. Pengaruh Sebelum Dan Sesudah Penerapan Coporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas PT. Telkom Indonesia. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas. Surabaya.
- Nurlela, R. dan Islahuddin. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta). *SNA XXI*. Universitas Syiah Kuala. Pontianak.

- Octafiani, T. 2011. Penerapan Corporate Social Responsibility PT. Unilever Indonesia Dalam Mengatasi Pencemaran Lingkungan. *Makalah*. Politeknik Negeri. Semarang.
- Putri. I. F. 2006. Analisis Persamaan Simultan Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Risiko, Kebijakan Hutang dan Kebijakan Dividen dalam Perspektif Teori Keagenan. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Rahmatullah dan Kurniati, T. 2011. *Panduan Praktis Pengelolaan CSR (Corporate Social Responsibility)*. Samudera Biru. Padeglang.
- Rustendi, T. dan F. Jimmi. 2008. Pengaruh Hutang dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur (Survey Pada Perusahaan Manufaktur yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta). *Jurnal Akuntansi*. Universitas Siliwangi. Bandung.
- Sayekti, Y dan L. S. Wondabio. 2007. Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Respons Coefficient. *Simposium Nasional Akuntansi 10*. Makassar.
- Shleifer, A. dan Vishny, R. W. 1997. A Survey of Corporate Governance. *The Journal of Finance*. Vol. 2 : 737-783.
- Sudana, I. M. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan, Teori dan Praktik*. Erlangga. Surabaya.
- Sujono dan Soebiantoro, 2007. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Factor Intern dan Factor Ekstern Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Manajemen*. Universitas Petra. Surabaya.
- Sugiyono, Prof.Dr, 2011. *Statistik Untuk Penelitian*: Alfabeta. Bandung.
- Sukirno, S. 2004. *Pengantar Bisnis*. Prenada Media. Jakarta.
- Sutopoyudo. 2009. Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan. <http://www.wordpress.com>.
- Titisari, K. Hendra, E. Suwardi dan D. Setiawan. 2010. CSR dan Kinerja Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi 13*. Purwokerto.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang *Perseroan Terbatas*.
- Undang-Undang Penanaman Modal No. 25 Tahun 2007.
- Undang-Undang Minyak dan Gas Bumi No. 22 Tahun 2001.
- Wahyudi, I. dan B. Azheri. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Citra Intrans Selaras. Malang
- Wening, K. 2009. Pengaruh Kepemilikan Institusional Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol. 11. No. 1.
- Winanda. 2009. Efisiensi Perbankan di Indonesia Berdasarkan data BI pada tahun 2005-2006. *Thesis Pascasarjana Ilmu Manajemen*. Universitas Indonesia. Jakarta.