

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP PROFITABILITAS

Ratih Prasetyorini

Ratih.pras16@gmail.com

Suhermin

suhermin@stiesia.ac.id

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of corporate social responsibility with the economic, environmental and social dimensions of profitability. The population in this study are companies engaged in the property sector listed on the Stock Exchange during the year 2014-2016, while the sample used as many as 37 companies with 3 years of observation. The type of data used in this study is documentary data. The research method in this research is quantitative, while the analysis technique used in this study using multiple linear regression analysis. The result of the research shows that (1) corporate social responsibility with economic dimension has an effect on profitability, which means the economic component in CSR implementation is the most important component, (2) corporate social responsibility with environmental dimension affect to profitability, a voluntary disclosure that is part of the reporting of corporate social responsibility. (3) corporate social responsibility with social dimension affects profitability, which means social is an indicator that closely related to the implementation of corporate social responsibility

Keywords : corporate social responsibility, dimensions corporate social responsibility, profitability

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh corporate social responsibility dengan dimensi ekonomi, lingkungan dan sosial terhadap profitabilitas. Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan yang bergerak dalam sektor properti yang terdaftar di BEI selama tahun 2014-2016, sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 37 perusahaan dengan 3 tahun pengamatan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dokumenter. Metode penelitian dalam penelitian ini yaitu kuantitatif, sedangkan teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) corporate social responsibility dengan dimensi ekonomi berpengaruh terhadap profitabilitas, yang artinya komponen ekonomi di dalam pelaksanaan CSR merupakan komponen yang paling penting, (2) corporate social responsibility dengan dimensi lingkungan berpengaruh terhadap profitabilitas, yang artinya pengungkapan lingkungan merupakan salah satu pengungkapan sukarela yang merupakan bagian dari pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan. (3) corporate social responsibility dengan dimensi sosial berpengaruh terhadap profitabilitas, yang artinya sosial merupakan indikator yang erat kaitannya dengan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan

Kata kunci: corporate social responsibility, dimensi corporate social responsibility, profitabilitas

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis yang mengalami suatu perkembangan yang sangat pesat menuntut adanya persaingan yang begitu ketat. Dimana saat perusahaan mengalami perkembangan tersebut, maka tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan juga semakin tinggi akibat dari aktivitas perusahaan yang tidak terkendali terhadap berbagai sumber daya demi meningkatkan laba perusahaannya. Di satu sisi para pelaku bisnis harus berupaya untuk dapat memperoleh laba yang tinggi disertai dengan adanya penekanan biaya. Namun disisi lain, perusahaan harus bertanggung jawab terhadap lingkungan secara khusus dimana

perusahaan beroperasi. Saat ini, masyarakatpun semakin berani untuk mengekspresikan berbagai tuntutan mereka kepada pemerintah. Tidak hanya pemerintah, tuntutan masyarakat terhadap perusahaan juga semakin besar. Dimana apabila tuntutan tersebut dipenuhi maka akan terjadi pengeluaran biaya yang cukup besar, dan hal ini tentunya akan mempengaruhi laba perusahaan tersebut. Suatu perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa laba dari perusahaan tersebut sedang berkembang. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada. Menurut Fahmi (2011:135) profitabilitas merupakan rasio yang terdiri dari beberapa bagian yang mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan dan ditinjau oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh yang dapat dikaitkan dengan penjual maupun investasi. Dimana semakin baik profitabilitas suatu perusahaan maka makin baik pula kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Para pemegang saham (investor) menggunakan rasio ini sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan kegiatan investasinya. Dalam penelitian ini, kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba dengan seluruh modal yang dimiliki dapat diukur dengan *Return On Equity (ROE)*.

Profitabilitas merupakan faktor yang mendapat perhatian penting karena untuk dapat melangsungkan hidup suatu perusahaan harus berada dalam kondisi yang menguntungkan agar investor yang sudah menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut tidak akan menarik modalnya kembali dan investor yang belum menanamkan modal pada perusahaan akan tertarik untuk menanamkan modal pada perusahaan tersebut. Pertumbuhan ekonomi dalam suatu negara merupakan salah satu faktor utama yang mendorong peningkatan terhadap sektor properti saat ini. Anggapan masyarakat bahwa investasi dalam bidang ini memberikan manfaat jangka panjang seiring dengan kebutuhan pokok tempat tinggal yang kian lama kian meningkat seiring pertumbuhan penduduk yang setiap tahunnya juga bertambah. Pertumbuhan tersebut seiring dengan meningkatnya permintaan maupun harga jual dan sewa sektor perkantoran, industri *retail* maupun *residential*. Disamping itu saat ini melakukan investasi dalam sektor properti sangat memberikan keuntungan bagi masyarakat karena setiap tahunnya harga tanah semakin meningkat. Didukung dengan perkembangan teknologi yang kian hari kian meningkat menjadi memicu utama terjadinya globalisasi pasar. Dimana pada kondisi ekonomi global yang semakin maju, telah menciptakan adanya suatu persaingan yang kompetitif antar perusahaan baik dalam sektor produksi maupun jasa, khususnya dalam sektor property dan real estate. Ketatnya persaingan antar perusahaan dalam sektor property merupakan tantangan dan dampak dari perubahan-perubahan yang terjadi seperti selera konsumen, keadaan ekonomi, kemajuan teknologi, para pesaing baik lokal maupun global, pemasok, politik, serta kebijakan pemerintah.

Properti merupakan salah satu sektor yang saat ini bisa dikatakan sedang mengalami suatu pertumbuhan yang sangat pesat. Terbukti dengan semakin banyaknya bangunan tinggi yang banyak didirikan dimana tidak lain bangunan tersebut merupakan bangunan apartemen ataupun hotel. Selain itu, tidak hanya di kota yang terdapat perumahan mewah, namun di pelosok-pelosok juga sudah mulai banyak dibangun perumahan mulai dari kelas yang sangat sederhana, sederhana hingga mewah. Salah satu permasalahan dalam sektor properti saat ini bukan hanya soal *backlog*, namun persoalan yang harus diselesaikan di sektor properti saat ini diantaranya adalah akselerasi pemenuhan ketersediaan lahan, penggalakan konsep siap huni, menciptakan hunian berimbang dan bagaimana menciptakan *entrepreneurship* di bidang perumahan. Dimana hal tersebut dinilai agar adanya peran pemerintahan dan juga para pemangku kepentingan (*stakeholders*) terkait agar dapat mendorong sektor ini akan tetap tumbuh baik dimasa mendatang.

Selain itu isu mengenai peran perusahaan terhadap lingkungan menjadi perhatian penting bagi masyarakat. Kesadaran masyarakat terhadap dampak perusahaan pada

kondisi sosialnya dan lingkungan hidup semakin penting, sehingga mulai menekan perusahaan untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya, karena perusahaan menggunakan sumber daya sebagai penggerak aktivitas. Perusahaan memang akan dapat memberikan kontribusi yang positif terhadap perekonomian, tetapi hal ini tidak lantas membuatnya mengabaikan hal-hal yang terkait dengan lingkungan sosialnya. Banyak perusahaan yang telah berjasa dan berperan dalam kemajuan ekonomi dan teknologi justru mendapat kritikan karena kurang memperhatikan masalah sosial. Pada persaingan usaha yang semakin ketat menjadikan suatu perusahaan hanya berfokus pada kepentingan *shareholder*, yang dipandang secara langsung memberikan kontribusi melalui pengikutsertaan modal sehingga secara tidak langsung perusahaan mulai mengabaikan kepentingan *stakeholder*, dengan adanya anggapan bahwa mereka kurang memberikan kontribusi secara langsung terhadap perusahaan. Padahal pada kenyataannya, untuk tetap dapat bertahan perusahaan perlu menunjukkan perannya terhadap lingkungan internal seperti hak dan status karyawan serta keselamatan kerjanya, maupun eksternal seperti populasi, limbah, penyusutan sumber daya, kualitas, dan keamanan produk, sebagai suatu bentuk tanggung jawab.

Pemerintah Indonesia pada akhirnya menyadari akan perlunya menjaga lingkungan terkait karena semakin parahnya kerusakan lingkungan yang terjadi mulai dari penggundulan hutan, polusi udara dan air. Sebenarnya *corporate social responsibility* ini sudah ada di Indonesia tahun 1990-an. Meskipun bukan dengan istilah *corporate social responsibility* yang digunakan tetapi konsep dasarnya sama, yaitu menekankan akan pentingnya memperhatikan lingkungan dan sosial perusahaan didalam melakukan segala aktivitas operasionalnya. Menurut Hadi (2011), *Corporate social responsibility* atau yang kadangkala disebut juga dengan *Business Social Responsibility* atau *Corporate Citizenship* pada prinsipnya merupakan bentuk kerja sama antara perusahaan (tidak hanya perseroan terbatas) dengan segala sesuatu atau segala hal (*stakeholders*) yang secara langsung maupun tidak langsung berinteraksi dengan perusahaan tersebut untuk tetap menjamin keberadaan dan kelangsungan usaha (*sustainability*) perusahaan tersebut." Selain itu Undang-Undang Perseroan Terbatas tahun 2007 No.40 Pasal 74, yang disahkan pada tanggal 20 Juli 2007 menyatakan bahwa : (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). (2) TJSL merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan bantuan peraturan perundang-undangan.

Corporate social responsibility (CSR) merupakan suatu gagasan yang membuat suatu perusahaan tidak hanya bertanggung jawab dalam hal keuangan saja, tetapi juga terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan. Selain itu *corporate social responsibility* (CSR) juga muncul karena adanya kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan sosialnya, sebagai akibat dari eksplorasi yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan produksinya. *Corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan pada umumnya akan berpengaruh terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan. Walaupun terdapat biaya tambahan bagi perusahaan, namun akan memberikan dampak positif bagi perusahaan dimata masyarakat. Secara tidak langsung masyarakat juga akan tertarik untuk menggunakan produk dari perusahaan tersebut, sehingga berdampak positif pula pada profitabilitas perusahaan. Selain itu ada banyak pengaruh positif lainnya dalam penerapan *corporate social responsibility* (CSR), antara lain produk yang semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan juga diminati oleh para *investor*. Seiring dengan meningkatnya loyalitas konsumen dalam jangka panjang, maka penjualan perusahaan semakin membaik sehingga dengan pelaksanaa *corporate social*

responsibility (CSR) diharapkan dapat meningkatkan profitabilitas dan juga citra perusahaan dimata masyarakat.

Suatu perusahaan dapat mewujudkan *corporate social responsibility* (CSR) dengan baik apabila mereka mampu menerapkan kewajibannya secara berimbang anatara kepentingan *stakeholder* primer dan *stakeholder* sekunder. *Stakeholder* primer merupakan kelompok yang secara langsung mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuan utama yaitu memberikan barang dan jasa kepada masyarakat, sedangkan *stakeholder* skunder adalah semua kelompok dalam masyarakat yang dapat dipengaruhi secara langsung dan tidak langsung oleh dampak sekunder beroperasinya suatu perusahaan. Dan apabila suatu perusahaan tidak mampu menciptakan keseimbangan kepentingan diantara kedua *stakeholder* tersebut, akibatnya bisa menimbulkan konflik sosial. Dugaan terjadinya konflik sosial adalah karena tidak ada implementasi CSR yang baik oleh siatu perusahaan, terutama tindakan kurang peduli terhadap *stakeholder* skunder, yaitu masyarakat sekitar. Sehingga tidak semua perusahaan properti yang terdaftar di BEI mencantumkan CSR dalam laporan keuangannya. Sehingga hal tersebut membuktikan bahwa tidak semua perusahaan property dapat memberikan kontribusi positif secara langsung kepada masyarakat dan cenderung akan memberikan dampak yang negatif.

Rosdwianti *et al.*, (2016) yang meneliti pengaruh CSR terhadap profitabilitas, dengan tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap profitabilitas perusahaan pada industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2014. Memperoleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap ROA, ROE dan EPS. Hasil penelitian Oktaviani (2016) memperoleh hasil bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap *return on equity* (ROE) dan *current ratio* (CR). Dengan menggunakan CSR sebagai variabel independen dan variabel dependennya adalah ROE dan CR. Sampel penelitian yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah sampel pada 3 perusahaan Tobacco Manufactures yang terdaftar di BEI berturut-turut pada tahun 2010-2014.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti mengidentifikasi masalah yang akan diteliti dan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Apakah terdapat pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) dimensi *economy* terhadap profitabilitas perusahaan property yang terdfftar di BEI?; (2) Apakah terdapat pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) dimensi *environment* terhadap profitabilitas perusahaan property yang terdfftar di BEI?; (3) Apakah terdapat pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) dimensi *social* terhadap profitabilitas perusahaan property yang terdfftar di BEI ? Sedangkan tujuan dari penelitian ini, yaitu: (1) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) dimensi *economy* terhadap profitabilitas perusahaan property yang terdfftar di BEI; (2) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) dimensi *environment* terhadap profitabilitas perusahaan property yang terdfftar di BEI; (3) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) dimensi *social* terhadap profitabilitas perusahaan property yang terdfftar di BEI.

TINJAUAN TEORETIS

Sejarah *Corporate Social Responsibility*

Tanggungjawab sosial muncul dan berkembang sejalan dengan adanya hubungan antara perusahaan dengan masyarakat, dimana aktivitas perusahaan akan memberikan suatu dampak yang akan timbul pada peradaban masyarakat. Adanya perkembangan ilmu dan juga teknologi sehingga meningkatkan kesadaran dan perhatian masyarakat akan pentingnya merawat lingkungan sekitarnya sehingga menuntut adanya suatu tanggung jawab terhadap perusahaan disekitarnya. Belkaoui dan Karpik (1989) menyatakan pergeseran dampak negatif Industrialisasi memicu legitimasi masyarakat, karena

peningkatan pengetahuannya. Dowling (1975) menyatakan legitimasi mengalami pergeseran bersamaan dengan perubahan dan perkembangan dan masyarakat dimana perusahaan berada. Dimana perubahan nilai, norma dan peradaban masyarakat menuntut tanggungjawab perusahaan secara luas. *Social responsibility* memiliki peran sebagai perluasan tanggungjawab perusahaan sehingga bersifat dinamis, sesuai dengan konteks yang melingkupinya. Konsep *social responsibility* mengalami perkembangan dalam sejarah keberadaannya, mengingat hal tersebut muncul dari tuntutan *stakeholders*, sebagai akibat dari hak yang dimiliki terganggu oleh eksistensi perusahaan. Perkembangan *social responsibility* dibagi atas tiga periode, yaitu (Ismail, 2008): Pada era 1980-an perusahaan memiliki tuntutan yang semakin besar khususnya pada perusahaan yang operasi usahanya banyak bersinggungan dengan eksplorasi sumber daya alam, dimana dalam pengoperasian perusahaan tersebut mengakibatkan pencemaran dan eksploitasi baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap lingkungan. Selain itu juga banyak perusahaan yang mengeser konsep tanggungjawab sosial dari basis *philanthropy* ke arah yang lebih produktif melalui *community development*. Dimana yang pada awalnya perusahaan berfokus pada kreatifitas masyarakat, kini mulai bergeser pada pola pemberdayaan masyarakat seperti pengembangan kerjasama, memberikan ketrampilan, pembukaan akses pasar dan lain sebagainya. Dapat disimpulkan bahwa secara garis besar, karakter praktik tanggungjawab sosial perusahaan era 1970-an menurut Hadi (2011) antara lain: (1) Dimulainya berbagai kegiatan yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat; (2) Masyarakat dan lingkungan sebagai sentral pertimbangan munculnya kegiatan; (3) Berorientasi pada kegiatan –kegiatan yang bersifat inti-plasma; (4) Kegiatan bukan hanya ditujukan untuk kebaikan juragan.

Menurut Hadi (2011:56) tanggung jawab sosial (*social responsibility*) masih diposisikan secara marginal, dan cenderung kurang memiliki apresiasi yang tepat. Dimana hal tersebut dipicu oleh terjadinya suatu kondisi dari perusahaan yang meliputi: (1) masih belum seragam dan jelas batasan mengenai tanggungjawab sosial, (2) sikap *opportunistic* perusahaan, terlebih *social responsibility* mengandung biaya yang cukup besar yang belum tentu memiliki relevansi terhadap pencapaian tujuan yang bersifat *economic motive*, (3) kurangnya respon *stakeholder* (*silent stakeholder*) sehingga kurang menciptakan *social control* meskipun masyarakat merupakan agen sosial, (4) dukungan tata perundangan yang masih lemah, (5) standart operasional yang kurang jelas, dan (6) belum adanya kejelasan mengenai ukuran evaluasi. Sehingga berbagai konteks tersebut reatif menciptakan praktik *corporate social responsibility* sebatas polesan, penerapannya hanya sekedar saja dan bersifat kurang tegas. Meskipun begitu beberapa perusahaan juga terlihat memiliki suatu komitmen dan juga keseriusan dalam menjalankan strategi *social responsibility*.

Tanggungjawab sosial (*social responsibility*) merupakan pelebaran tanggungjawab perusahaan sampai lingkungan baik secara fisik maupun psikis (Hadi 2011). Hal tersebut dapat diterapkan dengan melakukan investasi maupun pendekatan pada sektor-sektor ramah lingkungan, menjaga keseimbangan eksploitasi, pengolahan limbah atau daur ulang atau kegiatan lainnya yang dapat menjaga keseimbangan lingkungan dan sumber daya alam. Melalui penelitiannya, Hadi (2011) mengungkapkan bahwa tanggungjawab sosial perusahaan memiliki kandungan dan konsekuensi baik secara sosial maupun secara ekonomi. Dimana hasil penelitian tersebut memaparkan bahwa perusahaan yang melakukan aktivitas tanggungjawab dengan penuh keseriusan dan didukung oleh strategi implementasi yang tepat, memiliki manfaat seperti : mengurangi legitimasi masyarakat, apresiasi masyarakat, meningkatkan nilai masyarakat, mengurangi adanya protes dari masyarakat, dan membantu pemecahan persoalan yang dihadapi masyarakat baik dalam bidang ekonomi, sosial dan juga kesehatan.

Di era yang semakin modern saat ini menuntut suatu perusahaan agar lebih mementingkan *stakeholders*, dimana tanggung jawab perusahaan mengenai pengungkapan CSR yang kemudian akan dituangkan melalui sebuah laporan. Seperti yang telah

disebutkan oleh *Global Reporting Initiative (GRI)* dalam konsep *sustainability development*, hal yang menunjukkan bagaimana suatu perusahaan tersebut akan bertahan adalah melalui tanggung jawab terbesarnya terhadap dampak yang ditimbulkan dari kegiatan operasional perusahaan seperti: dampak ekonomi, dampak sosial dan dampak lingkungan. Suatu perusahaan yang peduli terhadap dampak yang terjadi akibat kegiatan operasional perusahaannya akan memiliki sudut pandang yang berbeda dan nilai positif dimata masyarakat. Berdasarkan GRI dimensi-dimensi tersebut kemudian yang akan memberikan sinyal positif dari perusahaan kepada *stakeholder* mengenai prospek perusahaan dimasa mendatang. Melalui pengungkapan CSR perusahaan akan menginformasikan kepeduliannya terhadap dampak ekonomi, sosial dan lingkungan yang terjadi akibat kegiatan operasional perusahaan.

Melalui penelitian ini, penulis akan mengungkapkan pengaruh *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas yang terdiri dari dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan dengan terlebih dahulu menguraikan masing-masing dimensi CSR, sebagai berikut: (1) Dimensi *Economy*; (2) Dimensi *Environment*; (3) Dimensi *Social*.

Pelaporan Corporate Social Responsibility

Tanggungjawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) membutuhkan pelaporan yang berguna dan juga dapat memberikan informasi sebagai bentuk pertanggung jawaban sebuah perusahaan kepada *stakeholders*. Pentingnya pelaporan *corporate social responsibility* adalah bentuk strategis dalam menginisiasi opini *stakeholder* agar dapat meningkatkan reputasi perusahaan tersebut. Suatu perusahaan yang melakukan pelaporan CSR, membuktikan bahwa perusahaan tersebut sadar akan dampak-dampak yang terjadi akibat kegiatan operasional yang mereka lakukan. Kemudian perusahaan memiliki suatu inisiatif untuk melakukan sesuatu, dalam hal ini merupakan adanya perencanaan untuk program CSR dengan pengadaan dana yang dapat dimanfaatkan untuk mengoptimalkan nilai lebih serta meminimalisir dampak buruk yang akan terjadi, dimana tanggung jawab pengeluaran atas dana tersebut kemudian akan dibuat suatu pelaporan yang akan disampaikan pada para pemangku kepentingan perusahaan. Selain itu juga terdapat banyak media sebagai alat penyalur dalam menyampaikan laporan tersebut. Pelaporan dari kegiatan CSR perusahaan dapat disampaikan melalui suatu pemberitahuan yang juga bisa disampaikan pada forum-forum formal seperti seminar, diskusi atau konferensi, dan juga dapat disampaikan melalui laporan kinerja tahunan perusahaan. Dengan kata lain pelaporan CSR memiliki suatu peran yang sangat besar bagi suatu perusahaan untuk dapat dipublikasikan khususnya kepada para *stakeholder* secara taktis, komperhensif, dan juga berkelanjutan.

Sebagaimana yang terkandung dalam undang-undang No. 40 tahun 2007 mengenai perseroan terbatas (PT), dalam undang-undang tersebut menyebutkan 2 (dua) pasal yang mewajibkan perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan sebagaimana yang terkandung pada pasal 66 ayat 2 mengenai laporan tahunan dan pasal 74 ayat 1 sampai 4 mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dalam hal tersebut mengapa perusahaan harus memiliki tanggung jawab sosial serta perlu adanya pengungkapan melalui *annual report*. Melalui program-program sukarela akan menjadikan suatu perusahaan menyadari akan pentingnya kepedulian terhadap lingkungan, sehingga pengungkapan lingkungan ataupun kegiatan sosial perusahaan menjadi kebutuhan perusahaan untuk tujuan peningkatan reputasi perusahaan.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan salah rasio yang dapat memberikan kita informasi mengenai kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba (*profit*). Semakin besar laba yang didapat perusahaan maka akan besar pula rasio profitabilitasnya, sehingga dapat

menunjukkan bahwa pada saat laba yang diperoleh suatu perusahaan tinggi aktivitas operasional perusahaan tersebut juga tinggi, dimana hal tersebut akan memberikan dampak terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Syamsuddin (2013) rasio profitabilitas terdiri dari *Gross Profit Margin (GPM)*, *Operation profit Margin (OPM)*, *Net Profit Margin (NPM)*, *Total Assets Turnover*, *Rate of Return on Assets Ratio (ROA)* atau Rasio Tingkat Imbalan atas aktiva, *Return on Equity (ROE)* atau Pengembalian atas Ekuitas, *Earning Per Share (EPS)* atau pendapatan per lembar saham biasa, *Deviden per Share*. Sedangkan menurut Kasmir, (2008:196) Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Dalam penelitian ini penulis hanya menggunakan perhitungan ROA sebagai proksi dalam rasio profitabilitas.

Return On Asset (ROA) merupakan kata lain dari Rentabilitas Ekonomi, dimana rasio tersebut merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada masa lalu. Rasio profitabilitas disebut juga rasio kinerja operasi. Rasio profitabilitas atau kinerja operasi digunakan untuk mengevaluasi margin laba dari aktivitas operasi yang dilakukan perusahaan. Kasmir (2008:45) profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dan juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Profitabilitas merupakan bentuk kemampuan dari suatu perusahaan dalam hal menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas dari suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivitya secara produktif, dengan demikian profitabilitas dari suatu perusahaan dapat diketahui dengan memperbandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode tertentu dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut (Horne, 2010:62). Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi, intinya adalah bahwa rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan. Dalam laporan keuangan perusahaan, analisis ROA digunakan untuk mengukur kemampuan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total aset (kekayaan) yang dimiliki oleh perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya untuk mendanai aset tersebut. Dalam hal ini biaya pendanaan yang dimaksud adalah bunga atas hutang. Dividen yang merupakan biaya pendanaan atas saham dalam analisis ROA tidak diperhitungkan. Sehingga analisis ROA dapat dapat dinyatakan sebagai hasil dari serangkaian kebijakan perusahaan atau strategi dan pengaruh dari faktor lingkungan (*enviromental factors*). Martono dan Harjito (2010: 59) rasio profitabilitas merupakan rasio yang menunjukkan laba dalam hubungannya dengan penjualan dan investasi. Menurut Hanafi (2013: 42) rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu.

Hubungan CSR dengan Profitabilitas

Terdapat banyak pertanyaan dari beberapa pihak yang timbul dari beberapa pihak mengenai hubungan antara CSR dengan Profitabilitas. Menurut Sancahya. (2010) menyatakan beberapa pokok pikiran mengenai hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dengan profitabilitas sebagai berikut: (1) Sebagai pokok pikiran yang memberikan gambaran mengenai kebijakan konvensional, dimana akan terdapat biaya tambahan yang signifikan dan akan menghilangkan peluang perolehan laba untuk melaksanakan tanggung jawab sosial sehingga akan menurunkan profitabilitas; (2) Terdapat biaya tambahan khusus dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang akan memberikan dampak netral bagi profitabilitas perusahaan. Hal ini disebabkan adanya tambahan biaya yang dikeluarkan akan ditutupi dengan keuntungan efisien yang ditimbulkan akibat adanya pengeluaran biaya tersebut; (3) Adanya pokok pikiran yang memprediksi bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan akan memberikan dampak positif terhadap profitabilitas.

Sancahya (2010) membagi perusahaan menjadi empat kategori berdasarkan proporsi keuntungan perusahaan dan besarnya anggaran CSR, meskipun cenderung menyederhanakan relitas, tetapi tipologi tersebut menggambarkan kemampuan komitmen perusahaan yang menjalankan CSR. Dimana empat kategori perusahaan tersebut meliputi perusahaan minimalis, perusahaan ekonomis, perusahaan humanis, dan perusahaan reformis. Perusahaan yang kecil dan lemah biasanya akan memiliki profit dan anggaran CSR yang rendah, dimana dalam kategori ini termasuk kriteria perusahaan minimalis. Sedangkan perusahaan ekonomis merupakan perusahaan yang memperoleh keuntungan tinggi namun tanggung jawab sosial terhadap lingkungannya kurang karena anggaran CSR-nya yang rendah. Perusahaan humanis merupakan perusahaan yang memiliki profit yang tidak begitu tinggi namun proporsi anggaran CSR yang dikeluarkannya tinggi. Dan yang terakhir adalah perusahaan reformis, yang termasuk dalam kategori ini adalah perusahaan-perusahaan yang memiliki keseimbangan antara profit dengan anggaran CSR-nya. Karena dalam kategori ini adalah perusahaan yang memiliki profit dengan anggaran CSR yang sama-sama tinggi. Perusahaan seperti ini tidak memandang CSR sebagai beban, karena hal tersebut merupakan peluang bagi perusahaan untuk dapat semakin maju.

Perumusan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2011:99). Berdasarkan dari uraian latar belakang, rumusan masalah, tinjauan teoritis, dan penelitian terdahulu serta kerangka konseptual diatas, berikut adalah hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini:

1. Terdapat pengaruh CSR dimensi ekonomi terhadap ROA pada sektor properti yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016.
2. Terdapat pengaruh CSR dimensi lingkungan terhadap ROA pada sektor properti yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016.
3. Terdapat pengaruh CSR dimensi sosial terhadap ROA pada sektor properti yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian

Dalam penelitian ini penulis bermaksud untuk melakukan analisa mengenai pengaruh pengungkapan *Corporate social responsibility* terhadap profitabilitas perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2016 sehingga perlu melakukan suatu penelitian dengan cara mengukur variabel yang diteliti dalam hal ini adalah rasio profitabilitas yang akan diwakili oleh *Return On Asset (ROA)*. Adapun sumber data yang akan diperlukan dalam penelitian ini akan diperoleh melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id). Penelitian ini dilakukan pada perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam sektor properti yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan jumlah populasi sebanyak 48 perusahaan, yang dapat diakses secara langsung melalui situs resmi pada www.idx.co.id. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2017.

Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah sektor properti yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2016 dimana perusahaan tersebut harus memiliki data yang lengkap dalam pengungkapan CSR nya. Sedangkan pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Purposive Sampling*, artinya bahwa penentuan sampel mempertimbangkan kriteria-kriteria tertentu yang telah dibuat terhadap objek yang sesuai

dengan tujuan penelitian. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dibatasi dengan beberapa kriteria seperti berikut: (1) Perusahaan yang bergerak dalam sektor properti yang terdaftar di BEI selama tahun 2014-2016, sebanyak 48 perusahaan; (2) Perusahaan yang konsisten terdaftar pada BEI selama periode penelitian, dan tidak pernah terkena *delisting*, suspensi saham atau *go private*, sebanyak 40 perusahaan; (3) Perusahaan yang menerbitkan *annual report* (laporan tahunan) selama tahun 2014-2016, sebanyak 37 perusahaan; (4) Perusahaan sektor properti yang mempublikasikan pelaporan CSR dalam laporan tahunan selama 2014-2016, sebanyak 37 perusahaan. Jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 37 perusahaan.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yang dikumpulkan dari Bursa Efek Indonesia (BEI). Adapun datanya adalah berupa data kuantitatif, yaitu pengolahan data yang berbentuk angka-angka, data laporan keuangan yang berupa laporan tahunan dan laporan keuangan yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016. Sumber data yang digunakan penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang informasinya diperoleh secara tidak langsung dari perusahaan. Pada penelitian ini data sekunder di dapat dalam bentuk dokumentasi, yaitu data yang diterbitkan oleh pihak-pihak berkompeten (BEI), melalui data laporan keuangan perusahaan Properti yang didapat pada Galeri Bursa Efek Indonesia (BEI) STIESIA. Teknik pengumpulan data, dilakukan melalui: (1) Studi Kepustakaan atau *Library Research*, yaitu teknik pengumpulan data dari buku literatur-literatur, jurnal dan referensi-referensi yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti; (2) Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara memanfaatkan laporan keuangan yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI).

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas perusahaan yang bergerak dalam sektor properti yang terdaftar di BEI selama tahun 2014-2016, sehingga perlu dilakukan pengujian terhadap hipotesis dengan cara mengukur variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah *Corporate social responsibility* (CSR) yang diproksikan pada dimensi ekonomi, dimensi lingkungan, dan dimensi sosial. Kemudian variabel dependen yang digunakan adalah tingkat profitabilitas perusahaan yang diproksikan menggunakan rasio ROA.

Profitabilitas sendiri dapat dihitung melalui beberapa indikator rasio seperti; *gross profit margin*, *net profit margin*, *return on asset*, *return on equity*, *earning per share*, *payout ratio* dan *retention ratio*. Namun dalam penelitian ini, penulis hanya menggunakan ROA sebagai alat ukur dalam rasio profitabilitas. *Return On Asset* (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar efektifitas perusahaan dalam menggunakan assetnya. Melalui rasio ini kita dapat mengetahui seberapa besar kemampuan manajemen suatu perusahaan dapat menghasilkan suatu *income* dari pengelolaan asset yang dimiliki perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Semakin besar ROA dalam perusahaan maka akan menunjukkan bahwa manajemen perusahaan tersebut dapat memanfaatkan assetnya secara efektif.

Corporate social responsibility dimensi ekonomi (*economy*) ini diperoleh dan terdapat dalam indeks pengungkapan dampak ekonomi yang sesuai dengan konsep *sustainability report Global Reporting Initiative* (GRI). Dalam laporan tahunan perusahaan apabila terdapat pengungkapan mengenai dimensi ekonomi maka akan diberi nilai 1 dan apabila tidak ada maka akan diberi nilai 0, adapun indikator dari *Corporate social responsibility* dimensi ekonomi (*economy*), sebagai berikut: (1) Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita atau orang cacat; (2) Presentase atau jumlah tenaga kerja wanita atau orang cacat dalam tingkat manajerial; (3) Tujuan penggunaan tenaga kerja wanita atau orang cacat dalam

pekerjaan; (4) Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita atau orang cacat; (5) Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja; (6) Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja; (7) Bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja.

Corporate Social Responsibility dimensi lingkungan (*environment*) meliputi indikator kinerja praktek lingkungan yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan dalam pengungkapan CSR. Dalam pengungkapan CSR dimensi ini meliputi indikator material, air, keanekaragaman hayati dan emisi atau limbah. Perhitungan nilai CSR dimensi lingkungan dilakukan dengan cara memberi nilai 1 apabila item pengungkapan terdapat dalam laporan tahunan perusahaan dan 0 apabila tidak ada, adapun indikator dari *Corporate social responsibility* dimensi lingkungan (*environment*), sebagai berikut: (1) Pengendalian polusi kegiatan operasi; (2) Pernyataan yang menunjukkan perusahaan tidak mengakibatkan polusi; (3) Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi telah atau dikurangi; (4) Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan SDA; (5) Konservasi Sumber alam; (6) Penggunaan material daur ulang; (7) Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan; (8) Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan; (9) Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan; (10) Kontribusi dalam pemugaran bangunan bersejarah; (11) Pengolahan limbah; (12) Mempelajari dampak lingkungan; (13) Perlindungan lingkungan hidup.

Corporate Social Responsibility dimensi sosial (*social*) merupakan variabel yang didapatkan dari indeks *Global Reporting Initiative (GRI)*, yang meliputi penilaian pada dimensi praktik kerja, hak asasi manusia, sosial kemasyarakatan, dan juga tanggung jawab produk. Perhitungan nilai CSR dimensi sosial dilakukan dengan cara memberikan nilai 1 apabila item pengungkapan terdapat dalam laporan keuangan perusahaan dan 0 apabila tidak ada, adapun indikator dari *Corporate social responsibility* dimensi sosial (*social*), sebagai berikut: (1) Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat; (2) Tenaga kerja paruh waktu dari mahasiswa/pelajar; (3) Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat; (4) Membantu riset medis; (5) Sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni; (6) Membiayai program beasiswa; (7) Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat; (8) Mensponsori kampanye nasional; (9) Mendukung pengembangan industri lokal.

Teknik Analisis Data

Model Regresi

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan antara *Corporate social responsibility* sebagai variabel independen terhadap profitabilitas yang bertindak sebagai variabel dependen. Rumus regresi linear berganda menurut Sugiyono (2011:192) adalah sebagai berikut :

$$ROA = a + b_1 Ekn_1 + b_2 Lin_2 + b_3 Sos_3$$

Keterangan :

ROA : Variabel terikat *Return On Asset (ROA)*

α : Konstanta yang menunjukkan nilai ROA

$b_1 \dots b_3$: Koefisien regresi variabel bebas 1 sampai 3

Ekn_1 : Variabel bebas CSR dimensi ekonomi

Lin_2 : Variabel bebas CSR dimensi lingkungan

Sos_3 : Variabel bebas CSR dimensi sosial

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi tersebut variabel dependen dan independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji tersebut perlu dilakukan untuk mengasumsikan nilai residual mengikuti distribusi normal, karena model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal. Uji

normalitas juga dapat dilakukan melalui uji statistik. Dasar pengambilan keputusan melalui uji normalitas dapat dilakukan melalui suatu probabilitas dengan cara: (1) Apabila probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari populasi adalah normal; (2) Apabila probabilitas $< 0,05$ maka populasi tersebut tidak berdistribusi normal. Selanjutnya apabila data sampel tidak memiliki distribusi normal, maka penggunaan uji t dan uji F akan menjadi tidak valid. Karena uji t dan F diturunkan dari asumsi bahwa data Y memiliki distribusi yang normal.

Uji Multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel dependen dan independen dalam suatu model regresi. Metode untuk mendeteksi apakah terjadi *multikolinearity* dengan diduga korelasi (r) di atas 0.70% dan ketika korelasi derajat nol yang tinggi, tetapi tidak satupun atau sangat sedikit koefisien regresi parsial yang secara individu signifikan secara statistik atas dasar pengujian t yang konvensional (Gujarati, 1995).

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu periode t dengan kesalahan periode (t-1) atau sebelumnya (Ghozali, 2002). Munculnya autokorelasi disebabkan oleh observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan antara satu sama lainnya, dimana terdapat masalah muncul yang disebabkan oleh residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi terhadap observasi lainnya. Segdangkan model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas dari autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terdeteksi ketidaksamaan *variance* dari residual terhadap suatu pengamatan pada pengamatan lainnya. Sehingga untuk mengetahui ada atau tidaknya *heteroskedastisitas* maka dapat dilihat melalui uji *glesjer* yang dapat lebih menjamin keakuratan hasil. Uji *glesjer* menyarankan untuk meregresi variabel independen pada absolute residual (Ghozali, 2005).

Uji Kelayakan Model (Goodness of Fit)

Uji F Statistik pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2016:171). Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk mempengaruhi variabel dependen secara simultan atau tidak, dengan pengujian menggunakan tingkat signifikan $\alpha = 0,05$. Adapun Kriteria pengujiannya sebagai berikut: (1) Jika nilai signifikan $< 0,05$ berarti terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama dan layak dipergunakan analisis berikutnya; (2) jika nilai signifikan $> 0,05$ berarti tidak terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama dan tidak layak dipergunakan analisis berikutnya.

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika nilai R^2 mendekati 1, maka dapat dikatakan semakin kuat kemampuan variabel bebas dalam model regresi tersebut dalam menerangkan variasi variabel terikatnya. Sebaliknya jika R^2 mendekati 0, maka semakin lemah variabel bebas menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2016:95). Tujuan menghitung koefisien determinasi (R^2) adalah untuk mengetahui variabel bebas mana yang paling dominan terhadap variabel terikat.

Uji Hipotesis (Uji t)

Tujuan dari analisis ini yaitu untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel penjelas atau independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Membandingkan antara *p-value* dengan tingkat signifikansi 0.05, maka dapat ditentukan apakah H_0 ditolak atau diterima. Untuk menentukan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ dapat dilakukan langkah pengambilan keputusan sebagai berikut: (1) Jika tingkat signifikansi uji t

≤ 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh parsial yang signifikan antara dimensi CSR terhadap ROA; (2) Jika tingkat signifikansi uji $t \geq 0.05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat pengaruh parsial yang signifikan antara dimensi CSR terhadap ROA.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Pengujian statistik deskriptif digunakan untuk memberikan informasi gambaran umum dari tiap variabel penelitian. Analisis statistik deskriptif memberikan gambaran suatu data dilihat dari nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian. Berikut Tabel 1 yang menjelaskan tentang hasil pengujian statistik dalam penelitian ini.

Tabel 1
Statistik Deskriptif

<i>Descriptive Statistics</i>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
EKO	111	.14	1.00	.6469	.13622
LIK	111	.15	.92	.6196	.14883
SOS	111	.11	1.00	.6250	.21701
ROA	111	.01	.36	.0670	.05757
Valid N (listwise)	111				

Sumber: Data Sekunder diolah, 2018.

Keterangan:

EKO : *Corporate social responsibility* dimensi ekonomi

LIK : *Corporate social responsibility* dimensi lingkungan

SOS : *Corporate social responsibility* dimensi sosial

ROA : Profitabilitas

Berdasarkan Tabel 1, dapat dilihat bahwa jumlah observasi (N) yang diteliti sebanyak 111 data pengamatan. Data tersebut diperoleh dari laporan keuangan perusahaan Property dan Real Estate yang terdaftar di BEI pada Tahun 2014 sampai 2016, dengan deskripsi masing-masing variabel sebagai berikut: (1) Pada variabel *Corporate social responsibility* dimensi ekonomi (EKO) menunjukkan bahwa nilai yang terkecil adalah 0,14 dan terbesar adalah 1,00, sedangkan rata-rata *Corporate social responsibility* dimensi ekonomi pada perusahaan Property dan Real Estate yang diobservasi adalah sebesar 0,6469 dengan standar deviasi sebesar 0,13622; (2) Pada variabel *Corporate social responsibility* dimensi lingkungan (LIK) menunjukkan bahwa nilai yang terkecil adalah 0,15 dan terbesar adalah 0,92, sedangkan rata-rata *Corporate social responsibility* dimensi lingkungan pada perusahaan Property dan Real Estate yang diobservasi adalah sebesar 0,6196 dengan standar deviasi sebesar 0,14883; (3) Pada variabel *Corporate social responsibility* dimensi sosial (SOS) menunjukkan bahwa nilai yang terkecil adalah 0,11 dan terbesar adalah 1,00, sedangkan rata-rata *Corporate social responsibility* dimensi sosial pada perusahaan Property dan Real Estate yang diobservasi adalah sebesar 0,6250 dengan standar deviasi sebesar 0,21701; (4) Pada variabel profitabilitas (ROA) menunjukkan bahwa nilai yang terkecil adalah 0,01 dan terbesar adalah 0,36, dengan rata-rata profitabilitas perusahaan Property dan Real Estate yang diobservasi adalah sebesar 0,0670 dengan standar deviasi sebesar 0,05757.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel *Corporate social responsibility* yang diukur dengan dimensi ekonomi, lingkungan dan sosial terhadap variabel profitabilitas. Hasil dari Analisis Regresi Linier Berganda yang nampak pada Tabel 2.

Tabel 2
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.059	.036		1.619	.108
	EKO	.067	.037	.155	2.622	.003
	LIK	.061	.034	.057	2.591	.008
	SOS	.065	.027	.231	2.481	.012

a. *Dependent Variable: ROA*

Sumber: Data Sekunder diolah, 2018.

Berdasarkan Tabel 2 dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$ROA = 0,059 + 0,067 \text{ EKO} + 0,061 \text{ LIK} + 0,065 \text{ SOS}$$

Berdasarkan pada model persamaan regresi tersebut di atas, dapat diinterpretasikan, yaitu sebagai berikut: (1) Konstanta, konstanta merupakan intersep variabel terikat jika variabel bebas = 0, hal ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate social responsibility* dimensi ekonomi, *Corporate social responsibility* dimensi lingkungan dan *Corporate social responsibility* dimensi sosial yang digunakan dalam model penelitian sebesar konstanta tersebut. Besarnya nilai konstanta adalah 0,059 menunjukkan bahwa jika variabel *Corporate social responsibility* dimensi ekonomi, *Corporate social responsibility* dimensi lingkungan dan *Corporate social responsibility* dimensi sosial = 0 atau konstan, maka variabel profitabilitas akan sebesar 0,059; (2) Koefisien regresi *corporate social responsibility* dimensi ekonomi, besarnya nilai koefisien regresi CSR dimensi ekonomi sebesar 0,067, nilai koefisien regresi ini bersifat positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel CSR dimensi ekonomi dengan profitabilitas perusahaan Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik perusahaan mengungkapkan CSR dimensi ekonomi, maka dapat meningkatkan profitabilitas; (3) Koefisien regresi *corporate social responsibility* dimensi lingkungan, besarnya nilai koefisien regresi CSR dimensi lingkungan sebesar 0,061, nilai koefisien regresi ini bersifat positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel CSR dimensi lingkungan dengan profitabilitas perusahaan Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik perusahaan mengungkapkan CSR dimensi lingkungan, maka dapat meningkatkan profitabilitas; (4) Koefisien regresi *corporate social responsibility* dimensi sosial, besarnya nilai koefisien regresi CSR dimensi sosial sebesar 0,065, nilai koefisien regresi ini bersifat positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel CSR dimensi sosial dengan profitabilitas perusahaan Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik perusahaan mengungkapkan CSR dimensi sosial, maka dapat meningkatkan profitabilitas.

Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan suatu alat uji yang digunakan untuk menguji apakah dari variabel-variabel yang digunakan dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal, dapat diuji dengan metode Kolmogorov Smirnov. Pendekatan Kolmogorov Smirnov, dasar pengambilan keputusan, yaitu dengan melihat Nilai Probabilitas $> 0,05$, maka hal ini berarti bahwa data tersebut berdistribusi normal. Berdasarkan hasil pengujian, dapat diketahui bahwa besarnya nilai dari Kolmogorov Smirnov Tes sebesar 0,994 dan nilai *Asymp sig (2-tailed)* sebesar 0,277 $> 0,050$, hal ini sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam penelitian

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas untuk menguji model regresi ditemukan ada korelasi antar variabel *Corporate social responsibility* dimensi ekonomi, *Corporate social responsibility* dimensi lingkungan dan *Corporate social responsibility* dimensi sosial. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi diantara variabel *Corporate social responsibility* dimensi ekonomi, *Corporate social responsibility* dimensi lingkungan dan *Corporate social responsibility* dimensi sosial. Jika variabel *Corporate social responsibility* dimensi ekonomi, *Corporate social responsibility* dimensi lingkungan dan *Corporate social responsibility* dimensi sosial saling berkorelasi maka variabel ini tidak ortogonal. Berdasarkan hasil pengujian, menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dari variabel *Corporate social responsibility* dimensi ekonomi, *Corporate social responsibility* dimensi lingkungan dan *Corporate social responsibility* dimensi sosial kurang dari 1 sedangkan nilai VIF < 10 . Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate social responsibility* dimensi ekonomi, *Corporate social responsibility* dimensi lingkungan dan *Corporate social responsibility* dimensi sosial yang digunakan dalam model regresi penelitian ini adalah terbebas dari multikolinieritas, dengan kata lain dapat dipercaya dan obyektif, sehingga variabel tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan pengujian asumsi dalam regresi dimana variabel nilai perusahaan tidak berkorelasi dengan dirinya sendiri. Cara pendeteksi ada tidaknya autokorelasi adalah dengan uji Durbin - Watson (DW test). Uji Durbin-Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya konstanta dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas dari autokorelasi. Berdasarkan hasil uji autokorelasi, menunjukkan angka *Durbin Watson* sebesar 1,243. Nilai tersebut berada diantara -2 sampai +2 sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi atau terbebas dari autokorelasi, maka dapat digunakan untuk pengujian lebih lanjut.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi tidak kesamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Berdasarkan hasil pengujian, didapat terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas pada model regresi. Hal ini menunjukkan bahwa hasil estimasi regresi linier berganda layak digunakan untuk interpretasi dan analisa lebih lanjut.

Uji Kelayakan Model

Uji kelayakan model yang menunjukkan apakah model regresi *fit* untuk diolah lebih lanjut. Uji kelayakan model pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel *Corporate*

social responsibility dimensi ekonomi, *Corporate social responsibility* dimensi lingkungan dan *Corporate social responsibility* dimensi sosial yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel profitabilitas. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha=5\%$). Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut: (1) Jika nilai signifikansi $F > 0,05$ maka model penelitian dapat dikatakan tidak layak. (2) Jika nilai signifikansi $F \leq 0,05$ maka model penelitian dapat dikatakan layak. Hasil dari Uji Kelayakan Model, yang nampak pada Tabel 3.

Tabel 3
Hasil Uji Kelayakan Model

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.029	3	.010	3.067	.009 ^a
	Residual	.336	107	.003		
	Total	.365	110			

a. Predictors: (Constant), SOS, LIK, EKO

b. Dependent Variable: ROA

Sumber: Data Sekunder diolah, 2018.

Berdasarkan perhitungan pada Tabel 3, menunjukkan bahwa F hitung sebesar 3,067 dengan sig 0,009. Dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 0,05$, maka H0 berhasil ditolak dan H1 berhasil diterima. Penolakan H0 dibuktikan dengan hasil perhitungan bahwa nilai sig 0,009 kurang dari $\alpha = 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian layak untuk diuji lebih lanjut

Uji Koefisien Determinasi Berganda (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel nilai perusahaan. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel profitabilitas. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang tempat relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan; sedangkan untuk data runtut waktu biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi. Hasil dari Uji Koefisien Determinasi Berganda, yang nampak pada Tabel 4.

Tabel 4
Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.755 ^a	.570	.444	.08034

a. Predictors: (Constant), SOS, LIK, EKO

b. Dependent Variable: ROA

Sumber: Data Sekunder diolah, 2018.

Hasil Uji koefisien determinasi berganda pada Tabel 4, dapat diketahui R square (R²) sebesar 0,570 atau 57% yang menunjukkan kontribusi dari variabel *Corporate social responsibility* dimensi ekonomi, *Corporate social responsibility* dimensi lingkungan dan *Corporate social responsibility* dimensi sosial terhadap profitabilitas perusahaan Property dan

Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2014-2016. Sedangkan sisanya 43% dikontribusi oleh faktor lainnya diluar model penelitian yang digunakan. Koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengukur keeratan hubungan secara simultan antara variabel *Corporate social responsibility* dimensi ekonomi, *Corporate social responsibility* dimensi lingkungan dan *Corporate social responsibility* dimensi sosial terhadap profitabilitas perusahaan Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2014-2016. Koefisien korelasi berganda ditunjukkan dengan (R) sebesar 0,755 atau 75,5% yang mengindikasikan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel *Corporate social responsibility* dimensi ekonomi, *Corporate social responsibility* dimensi lingkungan dan *Corporate social responsibility* dimensi sosial terhadap profitabilitas perusahaan Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2014-2016.

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Pengujian ini pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel profitabilitas. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance* level 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut: (1) Jika nilai signifikansi $t > 0,05$ maka hipotesis ditolak; (2) Jika nilai signifikansi $t \leq 0,05$ maka hipotesis diterima. Hasil dari pengujian hipotesis, yang nampak pada Tabel 5.

Tabel 5
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	1.619	.108
	EKO	2.622	.003
	LIK	2.591	.008
	SOS	2.481	.012

a. *Dependent Variable*: ROA

Sumber: Data Sekunder diolah, 2018.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada Tabel 5, dapat diperoleh: (1) Pengujian pengaruh *Corporate social responsibility* dimensi ekonomi terhadap profitabilitas menghasilkan nilai signifikansi 0,003 atau nilai signifikansi $< 0,05$, dengan arah positif terhadap profitabilitas, hal ini sesuai dengan hipotesis yang dirumuskan yang menyatakan bahwa *Corporate social responsibility* dimensi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas, dengan demikian hipotesis pertama diterima; (2) Pengujian pengaruh *Corporate social responsibility* dimensi lingkungan terhadap profitabilitas menghasilkan nilai signifikansi 0,008 atau nilai signifikansi $< 0,05$, dengan arah positif terhadap profitabilitas, hal ini sesuai dengan hipotesis yang dirumuskan yang menyatakan bahwa *Corporate social responsibility* dimensi lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas, dengan demikian hipotesis kedua diterima; (3) Pengujian pengaruh *Corporate social responsibility* dimensi sosial terhadap profitabilitas menghasilkan nilai signifikansi 0,012 atau nilai signifikansi $< 0,05$, dengan arah positif terhadap profitabilitas, hal ini sesuai dengan hipotesis yang dirumuskan yang menyatakan bahwa *Corporate social responsibility* dimensi sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas, dengan demikian hipotesis ketiga diterima.

Pembahasan

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dimensi Ekonomi Terhadap Profitabilitas

Hipotesis penelitian yang pertama menyatakan bahwa *corporate social responsibility* dimensi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Berdasarkan pengujian statistik menunjukkan bahwa hipotesis pertama penelitian terbukti. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikan sebesar 0,003. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmani (2013) dengan hasil pengujiannya yang menyatakan bahwa adanya hubungan positif dan signifikan antara *corporate social responsibility* dimensi ekonomi terhadap profitabilitas, hal ini mengindikasikan bahwa komponen ekonomi di dalam pelaksanaan CSR merupakan komponen yang paling penting di dalam perusahaan-perusahaan yang beroperasi, sementara komponen *legal* dan *ethical issues* kurang menjadi bahan perhatian dari perusahaan-perusahaan. Pengungkapan CSR dimensi *economy* di dalam laporan tahunan perusahaan dapat membantu meningkatkan nilai perusahaan dan menjadi bahan pertimbangan di dalam proses pengambilan keputusan investasi. *Corporate social responsibility* dimensi *economy* adalah pengukuran *corporate social responsibility* secara spesifik yang berdasarkan atas aspek ekonomi dari keberlanjutan yang terjadi akibat dampak organisasi terhadap kondisi perekonomian *stakeholders* di tingkat sistem ekonomi lokal, nasional dan global. Indikator kinerja ekonomi ini sendiri menunjukkan aliran dana di antara *stakeholders* serta dampak ekonomi utama terhadap masyarakat sekitar. Dimensi keberlanjutan ekonomi berkaitan dengan dampak organisasi terhadap keadaan ekonomi bagi pemangku kepentingannya, dan terhadap sistem ekonomi di tingkat lokal, nasional, dan global. Kategori ekonomi menggambarkan arus modal di antara pemangku kepentingan yang berbeda, dan dampak ekonomi utama dari organisasi di seluruh lapisan masyarakat. Perusahaan melakukan program CSR dengan konsekuensi biaya didasarkan bentuk rasionalitas perusahaan untuk menaikkan nilai ekonomi sekaligus memaksimalkan utilitas.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dimensi Lingkungan Terhadap Profitabilitas

Hipotesis penelitian yang kedua menyatakan bahwa *Corporate social responsibility* dimensi lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Berdasarkan pengujian statistik menunjukkan bahwa hipotesis kedua penelitian terbukti. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikan sebesar 0,008. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosdwianti *et al.*, (2016) dengan hasil pengujiannya yang menyatakan bahwa adanya hubungan positif dan signifikan antara *Corporate social responsibility* dimensi lingkungan terhadap profitabilitas, hal ini mengindikasikan bahwa pengungkapan lingkungan (*environmental disclosure*) merupakan salah satu pengungkapan sukarela yang merupakan bagian dari pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social reporting*), karena keberlanjutan lingkungan berkaitan dengan dampak organisasi pada sistem alam yang hidup dan tidak hidup, termasuk tanah, udara, air, dan ekosistem. Pelestarian lingkungan sudah mulai diperhatikan dan menjadi bahan pengambilan keputusan di dalam berinvestasi oleh para investor dan *stakeholder*. Perusahaan yang memiliki pengungkapan CSR dimensi lingkungan merupakan *good news* bagi investor dan calon investor. Oleh karena itu perusahaan cenderung akan meningkatkan CSR dimensi lingkungan dalam laporan tahunannya. Semakin tinggi tingkat CSR dimensi lingkungan maka akan semakin tinggi pula respon positif oleh investor yang dapat dilihat melalui fluktuasi harga saham perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang bagus akan direspon positif oleh para investor melalui fluktuasi harga saham yang semakin naik dari periode ke periode dan sebaliknya jika perusahaan memiliki kinerja lingkungan yang buruk maka akan muncul keraguan dari para investor terhadap

perusahaan tersebut dan direspon negatif dengan fluktuasi harga saham perusahaan di pasar yang semakin menurun dari tahun ke tahun.

Pengaruh Corporate Social Responsibility Dimensi Sosial Terhadap Profitabilitas

Hipotesis penelitian yang ketiga menyatakan bahwa *corporate social responsibility* dimensi sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Berdasarkan pengujian statistik menunjukkan bahwa hipotesis ketiga penelitian terbukti. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikan sebesar 0,012. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmani (2013), dengan hasil pengujiannya yang menyatakan bahwa adanya hubungan positif dan signifikan antara *Corporate social responsibility* dimensi sosial terhadap profitabilitas, hal ini mengindikasikan bahwa dimensi sosial merupakan indikator yang erat kaitannya dengan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, keberadaan perusahaan tidak bisa dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya. Dilihat dari aspek sosial, perusahaan harus memberikan kontribusi positif secara langsung kepada masyarakat yaitu dengan meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat. Selain itu perusahaan juga harus memperhatikan kesejahteraan dan keselamatan karyawannya. Sehingga perusahaan mempunyai reputasi yang baik dan direspon positif sehingga akan meningkatkan kinerja perusahaan tersebut. Investor-investor dan *stakeholder* di Indonesia telah memerhatikan adanya pengungkapan CSR dimensi sosial di dalam proses pengambilan keputusan dalam berinvestasi dan dampaknya terhadap nilai perusahaan *corporate social responsibility* dimensi sosial adalah pengukuran *corporate social responsibility* secara spesifik berdasarkan atas dimensi sosial. Dimensi sosial ini berasal dari keberlanjutan membahas sistem sosial organisasi dimana dia beroperasi. Menurut *global reporting initiative*, indikator kinerja sosial mengidentifikasi kunci aspek kinerja yang meliputi praktek tenaga kerja; hak asasi manusia; masyarakat atau sosial; dan tanggung jawab produk. Keberlangsungan hidup perusahaan akan terjamin jika perusahaan tidak hanya mementingkan aspek keuangan saja, namun memperhatikan aspek lingkungan dan sosial. Tanggung jawab sosial merupakan komitmen perusahaan dalam mengintegrasikan aspek sosial dan lingkungan ke dalam operasi bisnis secara berkelanjutan guna menyeimbangkan kepentingan dan kesejahteraan *stakeholders*. Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka ditarik beberapa kesimpulan pada pengujian pengaruh dimensi *corporate social responsibility* (CSR) terhadap profitabilitas: (1) Hasil pengujian hipotesis menunjukkan variabel *Corporate social responsibility* dimensi ekonomi mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap profitabilitas, yang artinya bahwa komponen ekonomi di dalam pelaksanaan CSR merupakan komponen yang paling penting di dalam perusahaan-perusahaan yang beroperasi, sementara komponen *legal* dan *ethical issues* kurang menjadi bahan perhatian dari perusahaan-perusahaan; (2) Hasil pengujian hipotesis menunjukkan variabel *corporate social responsibility* dimensi lingkungan, mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap profitabilitas, yang artinya pengungkapan lingkungan (*environmental disclosure*) merupakan salah satu pengungkapan sukarela yang merupakan bagian dari pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social reporting*), karena keberlanjutan lingkungan berkaitan dengan dampak organisasi pada sistem alam yang hidup dan tidak hidup, termasuk tanah, udara, air, dan ekosistem; (3) Hasil pengujian hipotesis menunjukkan variabel *corporate social responsibility* dimensi sosial, mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap profitabilitas, yang

artinya dimensi sosial merupakan indikator yang erat kaitannya dengan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, keberadaan perusahaan tidak bisa dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya.

Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan keterbatasan diatas terdapat beberapa saran dalam penelitian ini yang dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya yang diantaranya: (1) Penelitian selanjutnya disarankan agar menggunakan sampel penelitian dengan jenis industri yang lebih luas dan bervariasi; (2) Melakukan penelitian dengan menggunakan jumlah sampel yang lebih besar dan melakukan penelitian dengan periode yang lebih panjang. Jumlah sampel yang lebih besar dengan periode yang lebih panjang akan memberikan hasil penelitian yang lebih baik; (3) Menggunakan variabel-variabel lain yang belum termasuk dalam model regresi pada penelitian ini seperti variabel *good corporate governance*, struktur kepemilikan, dan karakteristik perusahaan sehingga lebih mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diambil maka saran-saran yang dapat diajukan yang berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Sampel penelitian ini hanya terkait dengan perusahaan property dan real estate dan tidak semua perusahaan memenuhi kriteria sampel penelitian karena kelengkapan pelaporan CSR dan *annual report*. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya disarankan agar menggunakan sampel penelitian dengan jenis industri yang lebih luas dan bervariasi; (2) Periode pengamatan dalam penelitian ini relatif pendek hanya tiga periode saja, hal ini dikarenakan keterbatasan dalam perolehan data *annual report* perusahaan. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya melakukan penelitian dengan menggunakan jumlah sampel yang lebih besar dan melakukan penelitian dengan periode yang lebih panjang. Jumlah sampel yang lebih besar dengan periode yang lebih panjang akan memberikan hasil penelitian yang lebih baik; (3) Keterbatasan dalam penelitian ini menunjukkan variabel independen yang diteliti berpengaruh terhadap variabel profitabilitas sebesar 57%., berarti ada pengaruh sebesar 43% dari variabel-variabel lain diluar model. Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti pengaruh variabel-variabel lain yang belum termasuk dalam model regresi pada penelitian ini seperti variabel GCG, ukuran perusahaan, struktur kepemilikan dan *leverage*.

DAFTAR PUSTAKA

- Belkaoui, A. dan P. G. Karpik. 1989. Determinants of The Corporate Decision to Disclose Social Information. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. 2 (1).
- Dowling J. 1975. Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational behaviour. *Pacific Sociological Review*. 18: 122-136
- Eklington, J. 1997. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line*. Edisi 21. Century Bisnis. Oxford.
- Fahmi, I. 2011. *Analisa Laporan Keuangan*. Alfabeta. Bandung.
- Ghozali, I. 2002. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2005. *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2016. *Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi Kedua. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gujarati, D. 1995. *Ekonometrika Dasar*. Erlangga.. Jakarta.

- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Hanafi, M. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Horne, J. C. V. 2010. *Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan*. Edisi 13. Salemba Empat. Jakarta.
- Ismail, S. 2008. *Corporate social responsibility from Charity to Sustainability*. Salemba Empat. Jakarta
- Kasmir. 2008. *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Martono dan A. Harjito. 2010. *Manajemen keuangan*. Edisi pertama. cetakan keempat. Penerbit Jala Sutia. Jakarta
- Oktaviani, N. F. 2016. Pengaruh *Corporate social responsibility* Terhadap Profitabilitas dan Likuiditas pada perusahaan Tobacco Manufactures. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 5 (7).
- Rahmani, A. 2013. Pengaruh *Corporate social responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. 2 (4).
- Rosdwianti, M. K., M.. A. R. Dzulkirom., dan Z. A. Zahroh. 2016. Pengaruh Corporate Socoal Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan, Studi pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Periode 2013-2014. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 38 (2).
- Sancahya, D. N. 2010. Pengaruh *Corporate social responsibility* Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Skripsi*. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Sebelas Maret. Surakarta
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*. Cetakan Ke-14. Alfabeta. Bandung
- Syamsuddin, L. 2013. *Manajemen Keuangan Perusahaan, Konsep Pengawasan dan Pengambilan Keputusan*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 *Perseroan Terbatas*. 16 Agustus 2007. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106. Jakarta.