

**PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP TINGKAT PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA
PERIODE 2015 – 2017**

SKRIPSI



Disusun oleh :

Nama : Endah Purwati

Nomor Mahasiswa : 151215355

Jurusan : Akuntansi

Bidang Konsentrasi : Akuntansi Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIDYA WIWAHA

YOGYAKARTA

2019

**PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP TINGKAT PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA
PERIODE 2015 – 2017**

SKRIPSI

Ditulis Dan Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Ujian Akhir Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha



Nama : Endah Purwati

Nomer Mahasiswa : 151215355

Jurusan : Akuntansi

Bidang Konsentrasi : Akuntansi Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIDYA WIWAHA

YOGYAKARTA

2019

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan di sebutkan dalam Referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, Januari 2019

Penulis



Endah Purwati

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP TINGKAT
PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA
PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA PERIODE 2015 – 2017**

Nama : Endah Purwati
Nomor Mahasiswa : 151215355
Jurusan : Akuntansi
Bidang Konsentrasi : Akuntansi MANajemen

Yogyakarta, 8/3 - 2018

Telah disetujui oleh dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing



Dra. Priyastiwi, M.Si, Ak, CA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk :

- Kedua orang tua saya, Bapak Waluyo dan Ibu Dwi Astuti.
- Nenek saya yang tersayang
- Agung Handoko, Nayoan Angel Rimawan, Ratna Wahyu Widianingsih,
Ambar Ris Widayanti

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

MOTTO

“Barangsiapa bertawakal pada Allah, maka Allah akan memberikan kecukupan padanya, sesungguhnya Allah lah yang akan melaksanakan urusan (yang dikehendaki) –Nya”

(Q.S. Ath-Thalaq: 3)

“Barang siapa yang mengerjakan kebajikan, maka itu untuk dirinya sendiri, dan barang siapa mengerjakan kejahatan, maka itu akan menimpa dirinya sendiri, kemudian kepada tuhanmu kamu dikembalikan”

(Q.S. Al-Jasiah:15)

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “ Pengaruh Profitabilitas terhadap tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017”. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh profitabilitas yang di nilai dengan ROA, ROE, dan NPM secara parsial terhadap tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Menguji hipotesis parsial menggunakan uji t dan simultan melalui uji F. Data penelitian ini merupakan data SEKI (Statistik Ekonomi dan Keuangan Indonesia) yang diperoleh dari laporan keuangan masing-masing perusahaan manufaktur. Hasil dari analisis penelitian berdasarkan regresi berganda yaitu secara pasrsial ROA tidak signifikan terhadap tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, ROE tidak signifikan terhadap tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dan NPM tidak signifikan terhadap tingkat pengungkapan *Corporate Sicial Responsibility*. Hasil perhitungan secara simultan (bersama) tidak berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017.

Kata Kunci : ROA,ROE,NPM, CSR.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP TINGKAT PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015 – 2017”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dra. Priyastivi, M. Si, Ak, CA., selaku Dosen Pembimbing, atas bimbingan, saran, dan motivasi yang diberikan.
2. Bapak Drs. Muhammad Subkhan, MM., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta.
3. Ibu Khoirunnisa Cahya Firdarini, SE, M.Si., selaku Ketua Jurusan Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta.
4. Bapak/ Ibu karyawan beserta segenap dose yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.

5. Kedua orang tua, nenek, kakak dan adik-adikku yang selalu memberikan doa serta kasih sayang yang selalu tercurah selama ini.
6. Keluarga besar STIE, khususnya teman-teman seperjuangan, atas semua dukungan, semangat, serta kerjasamanya.
7. Seluruh civitas akademika STIE yang telah memberikan dukungan moril kepada penulis.
8. Dan semua pihak yang tidak bias penulis sebutkan satu persatu dalam memberikan dukungan serta bantuan selama penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan di lapangan serta bias dikembangkan lagi selanjutnya.

Yogyakarta, Desember 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8

1.3	Tujuan Penelitian.....	8
1.4	Manfaat Penelitian.....	9
1.5	Sistematik Penelitian	10
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1	Landasan Teori	12
2.1.1	<i>Stakeholder Theory</i>	12
2.1.2	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	13
2.1.3	Kinerja Keuangan.....	18
2.1.4	Profitabilitas	20
2.2	Formulasi Hepotesis	24
2.2.1	Pengaruh ROA terhadap tingkat pengungkapan CSR.....	24
2.2.2	Pengaruh ROE terhadap tingkat pengungkapan CSR	25
2.2.3	Pengaruh NPM terhadap pengungkapan CSR.....	26
2.3	Model Empiris / Kerangka Teoritis	27
BAB III	METODE PENELITIAN	28
3.1	Populasi Dan Sampel Penelitian.....	28
3.2	Variabel Penelitian	30
3.3	Definisi Opersional Variabel.....	30

3.3.1	Variabel Bebas.....	30
3.3.2	Variabel Dependen / Variabel Terkait Y.....	31
3.4	Teknik Pengumpulan Data	32
3.5	Teknik Analisis.....	33
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1	Gambar Objek Penelitian.....	40
4.2	Analisis Statistik Deskriptif.....	41
4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	45
4.3.1	Uji Normalitas	45
4.3.2	Uji Multikolenearitas.....	47
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas	48
4.3.4	Uji Autokorelasi	49
4.4	Hasil Uji Hipotesis	51
4.4.1	Uji F.....	51
4.4.2	Koefisien Determinasi (Adjusted R)	53
4.4.3	Uji Statistik T	53
4.4.4	Analisis Regresi.....	56
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	56

4.5.1 Pengaruh ROA terhadap CSR	56
4.5.2 Pengaruh ROE terhadap CSR.....	57
4.5.3 Pengaruh NPM terhadap CSR	58
4.6 Keterbatasan Penelitian	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	65

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Pengambilan Sampel.....	29
Tabel 4.1 Daftar Perusahaan Yang Memenuhi Kriteria Sampel Penelitian.....	41
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif	42
Tabel 4.3 Uji Normalitas.....	46
Tabel 4.4 Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4.5 Uji Heteroskedastisitas.....	49
Tabel 4.6 Uji Autokorelasi.....	50
Tabel 4.7 Uji F Statistik	52
Tabel 4.8 Koefisien Determinasi.....	53
Tabel 4.9 Uji t Statistik.....	54

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Teoritis.....	27
-----------------------------------	----

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Indikator GRI G4.....	65
Lampiran 2 Sampel Penelitian	67
Lampiran 3 Rekapitulasi Data Induk	68
Lampiran 4 Daftar Pengungkapan CSR.....	71
Lampiran 5 Hasil Uji Analisis Dekriptif.....	74
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik.....	75
Lampiran 7 Uji Hipotesis.....	77
Lampiran 8 F Tabel dan t Tabel.....	78

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini, setiap perusahaan tentu mempunyai tujuan yang ingin dicapai. Pada umumnya, tujuan akhir yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan adalah memperoleh keuntungan (profit) yang maksimal. Keuntungan (profit) tersebut lebih sering dijadikan sebagai indikator untuk menilai pencapaian keberhasilan perusahaan. Kemampuan perusahaan dalam kompetisi dengan perusahaan lain menuntut untuk dapat meningkatkan profitabilitas. Selain profit, indikator lain yang tidak kalah penting antara lain keberlangsungan (*sustainability*). Pandangan dalam dunia usaha dimana perusahaan hanya bertujuan untuk mencari laba tanpa memperhatikan dampak yang muncul dari kegiatan usahanya kini sudah tidak dapat diterima lagi. Kunci utama dalam mencapai keberlangsungan perusahaan salah satunya dengan adanya penerimaan publik atas kehadiran perusahaan. Untuk dapat diterima oleh publik, perusahaan harus memberikan sebuah tanggung jawab terhadap publik yang disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (tanggung jawab sosial perusahaan).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu informasi yang tercantum didalam laporan tahunan perusahaan seperti yang telah

tencantumkan dalam PP No. 47 Tahun 2012 tanggal 4 April 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, didalam peraturan pemerintah telah diatur mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan yang bertujuan mewujudkan pembangunan ekonomi untuk meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan yang bermanfaat bagi komunitas setempat dan masyarakat pada umumnya serta perseroan itu sendiri dalam rangka terjalin hubungan antara perseroan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat. *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi wajib karena perusahaan berorientasi kepada pemilik modal (investor dan kreditor) tetapi juga kewajiban-kewajiban dan pihak-pihak yang berkepentingan, seperti konsumen, karyawan, masyarakat, pemerintah, supplier bahkan kompotitor.

CSR menekankan bahwa perusahaan harus mengembangkan etika bisnis dan praktik bisnis yang berkesinambungan (*sustainable*) secara ekonomi, sosial dan lingkungan. Konsep ini berkaitan dengan perlakuan terhadap *stakeholder* baik yang berada di dalam dan di luar perusahaan dengan bertanggung jawab baik secara etika maupun sosial. Hal terpenting dari pelaksanaan tanggung jawab sosial adalah memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri dengan jalan membangun kerjasama antar *stakeholder* yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat di sekitarnya.

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat

bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chairi, 2010). Pemegang saham (*stakeholder*) merupakan penerima laba maksimal sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan. Tanggung jawab perusahaan seharusnya melampaui tindakan memaksimalkan laba, namun juga untuk kepentingan *stakeholder*, yaitu semua pihak yang mempunyai keterkaitan atau klaim terhadap perusahaan (Untung, 2009). Mereka adalah pemasok, pelanggan, pemerintah, masyarakat lokal, investor, karyawan, kelompok politik, dan asosiasi perdagangan. Seperti halnya pemegang saham yang mempunyai hak terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, *stakeholder* juga mempunyai hak terhadap perusahaan (Waryanti, 2009). Pemegang saham (*stakeholder*) dalam menentukan perusahaan yang baik untuk berinvestasi dengan melihat keadaan kondisi kinerja suatu perusahaan.

Kinerja adalah seperangkat hasil yang dicapai dan merujuk pada tindakan pencapaian serta pelaksanaan sesuatu pekerjaan yang diminta (Stolovitch and Keeps, 1992). Kinerja perusahaan sendiri dibagi menjadi dua, yakni Kinerja non keuangan dan Kinerja keuangan, kinerja non keuangan adalah kinerja (keberhasilan) yang dinilai tidak berdasarkan ukuran-ukuran angka dalam satuan nilai uang, contoh : Kehadiran pegawai, Kualitas produk, Kepadatan telepon (telephone density). Sedangkan kinerja keuangan merupakan suatu gambaran kondisi keuangan perusahaan dalam periode tertentu. Hal ini menyebabkan

perusahaan menyajikan CSR. Perusahaan menyadari akan pentingnya menyajikan CSR dapat memberikan dampak yang baik. Dengan meningkatnya reputasi perusahaan, kepercayaan masyarakat sekitar, konsumen dan investor terhadap kinerja perusahaan akan berdampak baik pada penjualan perusahaan yang pada akhirnya akan meningkatkan profit perusahaan. Tingkat profit perusahaan dilihat dari kinerja keuangan sehingga muncul pandangan bahwa kinerja keuangan yang baik akan menjadi penyebab banyaknya pengungkapan CSR. Faktor-faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* antara lain kinerja keuangan. Untuk mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan umumnya terfokus pada laporan keuangan yang ada.

Harahap (2006) menyatakan bahwa laporan keuangan yaitu kondisi keuangan yang menggambarkan suatu hasil usaha perusahaan pada saat tertentu atau pada jangka waktu tertentu. Laporan keuangan digunakan untuk mengukur kinerja keuangan dengan menganalisis laporan keuangan. Bernstein (1983) berpendapat bahwa analisis laporan keuangan yaitu suatu proses yang penuh pertimbangan untuk mengevaluasi posisi keuangan perusahaan pada periode sekarang dan periode yang sebelumnya, dengan tujuan untuk menentukan perkiraan atau memprediksi guna mengetahui kondisi dan kinerja perusahaan pada masa mendatang. Analisis laporan keuangan diukur menggunakan rasio solvabilitas, rasio aktivitas, rasio profitabilitas, rasio likuiditas, dan rasio pasar.

Dalam penelitian ini menggunakan rasio profitabilitas. Dalam rasio profitabilitas terdapat *Return On Asset (ROA)*, *Return On Equity (ROE)* dan *Net*

Profit Margin (NPM). Tingkat profitabilitas merupakan informasi tingkat keuntungan yang di capai atau informasi mengenai efektifitas operasional perusahaan. Sehingga semakin tinggi rasio ini akan menarik pendatang baru untuk masuk dalam industri, serta dapat menjadi informasi penting bagi investor dalam menilai kinerja suatu perusahaan sehingga dapat memberikan keputusan untuk melakukan investasi. Dari rasio tersebut, dapat diketahui tentang keadaan perusahaan baik atau buruk sehingga dapat diketahui seberapa besar tingkat resiko perusahaan. Informasi tersebut sangat bermanfaat bagi investor maupun pihak-pihak lain yang ingin bekerjasama, untuk menentukan perusahaan mana yang baik dan mana yang beresiko tinggi untuk berinvestasi. *Return On Asset* (ROA) adalah suatu rasio profitabilitas yang menunjukkan laba perusahaan dengan membagi laba bersih terhadap total aktiva yang dimiliki perusahaan sehingga rasio ini disebut juga dengan *earning power* karena menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari setiap satu rupiah asset yang digunakan. *Return On Equity* (ROE) adalah salah satu jenis rasio profitabilitas yang mencerminkan laba perusahaan melalui pembagian laba bersih dengan total ekuitas perusahaan sehingga melalui rasio ini perusahaan dapat mengetahui kinerja perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia yang nantinya diperuntukkan bagi para pemegang saham. *Net Profit Margin* (NPM) adalah rasio profitabilitas yang memperlihatkan laba perusahaan melalui pembagian laba bersih terhadap total penjualan perusahaan sehingga dengan mengetahui rasio ini maka perusahaan akan dapat melihat seberapa banyak laba

yang diperoleh dari setiap penjualan yang dilakukan yang nantinya akan digunakan sebagai penetapan strategi harga.

Terdapat beberapa penelitian yang telah membahas pengaruh profitabilitas terhadap tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Profitabilitas dengan proksi ROA pada penelitian yang dilakukan oleh Samsinar dan Siti (2010) menunjukkan hasil bahwa *Return On Asset* (ROA) berpengaruh positif pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dan hasil yang sama pada penelitian Rani Widiyasari Eko Putri (2014) bahwa *Return On Asset* (ROA) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi profit yang diperoleh perusahaan dan dinyatakan melalui rasio ROA maka akan semakin banyak pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Profitabilitas dengan proksi ROE pada penelitian yang dilakukan oleh Samsinar dan Siti (2010) yaitu *Return On Equity* (ROE) berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Tetapi penelitian yang dilakukan Rani Widiyasari Eko Putri (2014) menunjukkan hasil bahwa *Return On Equity* (ROE) berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih untuk pengambilan ekuitas pemegang saham. Semakin tinggi nilai ROE maka kinerja perusahaan dikatakan baik karena rasio yang meningkat mengartikan bahwa kinerja manajemen bagus dalam mengelola sumber dana pembiayaan operasional secara efektif untuk menghasilkan laba bersih. Kinerja perusahaan yang baik akan semakin tinggi pengungkapan CSR

yang dilakukan oleh perusahaan. *Net Profit Margin* (NPM) terhadap pengungkapan CSR pada penelitian Hossain (2006) menyatakan hasil bahwa *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hasil yang sama dilakukan oleh Rani Widiyasaki Eko Putri (2014) bahwa *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. NPM digunakan untuk menunjukkan kestabilan kesatuan dalam menghasilkan pendapatan pada tingkat penjualan. Dengan memeriksa margin laba pada tahun sebelumnya, serta dapat menilai efisiensi operasi dan strategi penetapan harga serta status persaingan perusahaan dengan perusahaan lain. Efisiensi operasi perusahaan sangat menentukan jumlah laba yang dihasilkan karena mengukur seberapa besar dan maksimal perusahaan menggunakan sumberdaya. Margin laba yang tinggi lebih disukai karena menunjukkan bahwa perusahaan mendapat hasil yang baik melebihi harga pokok penjualan. Hal ini menyimpulkan bahwa semakin tinggi rasio NPM maka akan semakin baik pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Profitabilitas terhadap Tingkat Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017”. Studi kasus pada perusahaan Manufaktur dalam sektor Industri dasar dan Kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas. Maka, untuk lebih memfokuskan kajian masalah pada penelitian ini. Peneliti menyajikan rumusan masalah dalam beberapa pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah pengaruh *Return On Asset* (ROA) terhadap Tingkat Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017?
2. Apakah pengaruh *Return On Equity* (ROE) terhadap Tingkat Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017?
3. Apakah pengaruh *Net Profit Margin* (NPM) terhadap Tingkat Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan antara lain ;

1. Untuk menguji pengaruh Profitabilitas yang di nilai *Return On Asset* (ROA) berpengaruh terhadap Tingkat Pengungkapan *Corporate*

Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017.

2. Untuk menguji pengaruh Profitabilitas yang di nilai *Retrun On Equity* (ROE) berpengaruh terhadap Tingkat Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017.
3. Untuk menguji pengaruh Profitabilitas yang di nilai *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh terhadap Tingkat Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017.

1.4 Manfaat Penelitian

Setelah mendapat hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan agar peneitian ini dapat memberikan sumbangan bagi ilmu pengetahuan, serta dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti lebih lanjut mengenai Profitabilitas maupun *Corporate Social Responsibility*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini barmanfaat sebagai masukan bagi Perusahaan Manufaktur dalam membuat kebijakan *Corporate Social Responsibility*.

1.5 Sistematik Penelitian

Untuk kejelasan ketepatan arah pembahasan dalam penelitian ini maka disusun sistematika sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berfungsi sebagai acuan dalam melaksanakan penelitian pada bab ini berisikan mekanisme penelitian yaitu menguraikan secara berurutan kegiatan penelitian dari latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian, batasan masalah dan asumsi, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi penjelasan dan pembahasan secara rinci kajian pustaka yang meliputi, hasil penelitian terdahulu, landasan teori, dan model empiris yang tercantum pada proposal penelitian. Inti ketiga pembahasan tersebut diformulasikan dalam bentuk hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini akan diuraikan berbagai hal diantaranya lokasi penelitian, variabel penelitian, definisi operasional variabel, instrumen atau alat pengumpulan data, data dan teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, serta alat analisis.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi temuan yang diperoleh dalam penelitian dan analisis secara kumulatif dan kualitatif. Hasil penelitian secara keseluruhan atau sebagian, baik yang sesuai maupun yang tidak sesuai dengan teori atau harapan umum yang berlaku, dijelaskan dengan memaparkan alasan kesesuaian/ketidakesesuaian hasil tersebut dan membandingkan hasil yang diperoleh dengan hasil dari peneliti lain pada area yang sama, dan juga berisi penjelasan jika terjadi perbedaan atau kesamaan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi dua hal yaitu kesimpulan dan saran. Kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, keterbatasan penelitian, serta saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap hasil penelitian maupun bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Stakeholder Theory*

Teori *stakeholder* menurut Ghozali dan Chairi, (2007) mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Pemegang saham (*shareholder*) merupakan penerima laba maksimal sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan. Tanggung jawab perusahaan seharusnya melampaui tindakan memaksimalkan laba, namun juga untuk kepentingan *stakeholder*, yaitu semua pihak yang mempunyai keterkaitan atau klaim terhadap perusahaan (Untung, 2009). Mereka adalah pemasok, pelanggan, pemerintah, masyarakat lokal, investor, karyawan, kelompok politik, dan asosiasi perdagangan. Seperti halnya pemegang saham yang mempunyai hak terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, *stakeholder* juga mempunyai hak terhadap perusahaan (Waryanti, 2009).

Stakeholder dapat diartikan sebagai para pemangku kepentingan yang merupakan pihak atau kelompok yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Freeman (1983) dalam Deegan (2004) konsep dari *stakeholder* telah mengalami banyak perubahan dimana yang pada awalnya hanya diperuntukkan bagi para pemegang saham sekarang mulai diperluas dengan memasukkan anggota yang lebih banyak seperti kelompok yang dianggap tidak menguntungkan (*adversial group*) yaitu regulator dan pihak-pihak lain yang memiliki kepentingan tertentu. *Stakeholder* dianggap penting oleh perusahaan dan sangat berpengaruh terhadap jalannya aktivitas perusahaan karena dalam menjalankan usahanya perusahaan tentu akan berhubungan dengan para *stakeholder* yang jumlahnya banyak sesuai dengan luas lingkup operasi perusahaan. Agar kegiatan usaha berjalan sesuai dengan harapan perusahaan maka diperlukan adanya hubungan serta komunikasi yang baik antara perusahaan dengan para *stakeholder*-nya.

2.1.2 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah konsep bahwa perusahaan harus melayani masyarakat sosial sebaik memberikan keuntungan finansial kepada pemegang saham dan harus berkelanjutan secara terus menerus yang pada akhirnya para manajer akan menyadari

bahwa keputusan untuk menerapkan *Corporate Social Responsibility* adalah keputusan yang sangat penting dalam perencanaan strategi (Kiroyan, 2006). *Corporate Social Responsibility* adalah komite perusahaan dalam memberikan kontribusi jangka panjang terhadap suatu issue tertentu di masyarakat atau lingkungan untuk dapat menciptakan lingkungan yang lebih baik.

Konsep CSR pertama kali dikemukakan oleh Howard R. Bowen pada tahun 1953. Awalnya CSR dilandasi oleh kegiatan yang bersifat ‘filantropi’ yakni dorongan kemanusiaan yang bersumber dari norma dan etika universal untuk menolong sesama dan memperjuangkan perataan sosial. Saat ini CSR telah dijadikan sebagai salah satu strategi oleh perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan, yang akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Perubahan orientasi CSR ini telah banyak memunculkan konsep baru yang sekarang dikenal dengan *Corporate citizenship* (Elvinaro, et al, 2011).

Terdapat indikator yang dipakai perusahaan dalam melaporkan kegiatan CSR yaitu indikator yang diterapkan oleh GRI. GRI G4 (*Global Reporting Initiative*) yang pengungkapan terdiri dari kategori ekonomi, lingkungan, dan sosial yang mencakup tenaga kerja, hak asasi manusia, produk. Dalam kategori ekonomi terdapat 4 indikator, kategori lingkungan terdiri dari 12 indikator, kategori sosial terdapat 3 sub kategori yaitu sub kategori ketenagakerjaan 7 indikator, sub kategori

hak asasi manusia 10 indikator, sub kategori masyarakat 7 indikator, sub kategori produk 5 indikator.

Agar pelaksanaan program CSR berjalan dengan baik, perusahaan harus melakukan, pertama, pemberdayaan masyarakat dalam program pengembangan pasar dan pembentukan citra masyarakat (*Community Development Program*), sehingga citra positif perusahaan dimata masyarakat meningkat untuk dapat mengembangkan kosep *added value chain*, yang kedua menetapkan program dengan mendukung pendidikan dasar kejuruan, keamanan lingkungan, kesejahteraan masyarakat, kesehatan serta keamanan masyarakat. (Gantino, 2016)

Agar perusahaan secara terus menerus melaksanakan CSR, maka undang-undang no.40 tahun 2007 mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas. Dalam undang-undang ini diatur mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan bertujuan mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perseroan itu sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat umumnya. Ketentuan ini dimaksudkan untuk mendukung terjadinya hubungan perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat maka ditentukan bahwa perseroan yang kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan

sumberdaya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut, kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan harus dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang dilaksanakan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Kegiatan tersebut dimuat dalam laporan tahunan perseroan. Dalam hal perusahaan tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan maka perseroan yang bersangkutan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan untuk lebih rinci dapat dilihat pada BAB V pasal 74 yaitu :

Ayat 1 Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dana atau berkaitan dengan sumber daya alam melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

Ayat 2 Tanggung jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang di anggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaanya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajiban.

Ayat 3 Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Ayat 4 Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Pada undang-undang no.25 tahun 2007 tentang penanaman modal dalam pasal 15(b), yang berisi melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan dan pasal 34 yang berisi:

1. Badan usaha atau perseorangan sebagaimana yang di maksud dalam pasal 5 yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana dalam pasal 15 dapat dikenai sanksi administrative berupa:
 - a. Peringatan tertentu.
 - b. Pembatasan kegiatan usaha
 - c. Pembekuan kegiatan usaha dan/ atau fasilitas penanaman modal.
 - d. Pencabutan kegiatan usaha dan/ atau fasilitas penanaman modal.
2. Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberikan oleh instansi atau lembaga yang berwenang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
3. Selain dikenai sanksi administratif, badan usaha atau usaha perseorangan dapat dikenai sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Selanjutnya diterbitkan juga PP No. 47 Tahun 2012, tanggal 4 April 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas, dalam peraturan pemerintah ini di atur mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan yang bertujuan mewujudkan pembangunan

ekonomi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi komunitas setempat dan masyarakat pada umumnya maupun Perseroan itu sendiri dalam rangka terjalinnya hubungan Perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat. Dengan adanya undang-undang dan PP tersebut, jadi perusahaan mau tidak mau harus menyelenggarakan tanggung jawab sosial agar tidak dikenakan sanksi oleh pemerintah sesuai dengan yang tertera dalam undang-undang diatas.

2.1.3 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu usaha perusahaan dalam menghasilkan laba. Dalam mengukur kinerja keuangan perlu dikaitkan antara perusahaan dengan pertanggung jawaban (Ermayanti (2009) dalam kurnianto (2010).

Penilaian kinerja keuanga adalah salah satu cara yang dilakukan oleh pihak manajemen agar dapat memenuhi kewajibanya kepada para pemilik perusahaan. Dalam evaluasi kinerja keuangan tentunya memerlukan standar tertentu baik bersifat eksternal maupun internal. Standar eksternal mengacu pada *kompetitive benchmarking* yang

merupakan perbandingan perusahaan dengan pesaing utama atau industry. Wright et (1996)

Laporan keuangan harus disajikan secara *full* (penuh), *fair* (wajar) dan *adequate* (memadai). *Full disclosure principle* mengakui bahwa sifat dan jumlah informasi yang dimasukkan dalam laporan keuangan mencerminkan serangkaian *trade off* penilaian. Laporan keuangan dapat dianalisis dengan alat perhitungan berupa rasio-rasio keuangan. Salah satu metode analisis yaitu menggunakan analisis rasio yaitu dengan menganalisis hubungan antara satu pos dengan pos lainnya didalam laporan keuangan yang dapat memberikan suatu petunjuk atau gejala-gejala mengenai kondisi keuangan perusahaan. Hasil analisis rasio laporan keuangan dapat menunjukkan perusahaan dalam keadaan menguntungkan atau tidak. Namun dengan mengetahui rasio keuangan yang dinilai tidak wajar maka penyebabnya keberhasilan atau kesulitan perusahaan dapat diketahui dengan meneliti yang lebih dalam.

Menurut Sutrisno (2008) rasio keuangana adalah suatu cara untuk melakukan perbandingan data keuangan perusahaan agar menjadi lebih berarti dengan menggunakan perhitungan-perhitungan rasio kuantitatif yang di sajikan dalam laporan posisi keuangan maupun laba rugi. Rasio keuangan menjadi dasar untuk menjawab beberapa pertanyaan penting mengenai kesehatan keuangan dari perusahaan

tersebut. Pertanyaan tersebut meliputi likuiditas perusahaan, kemampuan manajemen memperoleh laba dari penggunaan aktivitas perusahaan, dan kemampuan manajemen perusahaan untuk mendanai investasinya, serta hasil yang dapat diperoleh para pemegang saham dari investasi yang dilakukannya kedalam perusahaan. Jenis rasio yang terdapat di dalam rasio keuangan antara lain, rasio solvabilitas, rasio profitabilitas, rasio aktivitas, rasio likuiditas, rasio pasar.

2.1.4 Profitabilitas

Definisi Profitabilitas menurut G.Sugiyarso dan F winarni (2005) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungan dengan penjualan total aktiva maupun modal sendiri. Pendapat lain tentang pengertian profitabilitas oleh Munawir (2002) bahwa profitabilitas atau rentabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba. Pengertian yang sama disampaikan oleh Dewi Astuti (2004) bahwa profitabilitas adalah mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba suatu perusahaan.

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan CSR kepada pemegang saham (Heinze:1976; Gray, et al;1995; dalam Sambiring, 2006), sehingga dapat dijelaskan bahwa profitabilitas merupakan

kemampuan entitas untuk menghasilkan laba demi meningkatkan nilai pemegang saham.

Profitabilitas dapat diukur melalui rasio profitabilitas yang akan menunjukkan seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga menghasilkan keuntungan pada perusahaan melalui rasio-rasio seperti *Return On Asset* (ROA), *Retrun On Equity* (ROE), *Net Profit Margin* (NPM) (Brigham and Houston 2010). Profitabilitas mempunyai arti penting dalam usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang karena profitabilitas menunjukkan apakah entitas tersebut mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang ataukah tidak. Maka setiap perusahaan akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka kelangsungan hidup perusahaan tersebut akan semakin terjamin (Brighm, 2010). Dalam mengukur profitabilitas pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan rasio ROA, ROE dan NPM.

1. *Retrun On Asset* (ROA)

Return on Asset (ROA) merupakan salah satu rasio yang menjadi ukuran profitabilitas perusahaan, serta menunjukkan efisiensi manajemen dalam menggunakan seluruh aset yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan pendapatan. *Return on Asset* (ROA) diperoleh dengan cara membandingkan laba bersih setelah pajak

terhadap total aset, Horne dan Wachowicz (2005). *Return On Asset* dapat di rumuskan sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

ROA merupakan rasio pengukuran profitabilitas yang sering digunakan oleh manajer keuangan untuk mengukur efektifitas keseluruhan dalam menghasilkan laba dengan aset yang tersedia. Berdasarkan hal ini, maka faktor yang mempengaruhi profitabilitas adalah laba bersih setelah pajak, penjualan bersih dan total aset. Semakin tinggi hasil ROA suatu perusahaan mencerminkan bahwa rendahnya penggunaan aset untuk menghasilkan laba.

2. *Return On Equity* (ROE)

Menurut Werner R. Murhadi (2013) *Return on Equity* yaitu mencerminkan seberapa besar return yang dihasilkan bagi pemegang saham bagi setiap rupiah uang yang ditanamkan, Semakin tinggi ROE maka akan menunjukkan semakin baik.

Besarnya ROE sangat dipengaruhi oleh besarnya laba yang diperoleh perusahaan, semakin tinggi laba yang diperoleh maka akan semakin meningkatnya ROE. Sedangkan ROE merupakan rasio antara laba sesudah pajak terhadap total modal sendiri (ekuitas) yang berasal dari setoran pemilik, laba tidak dibagi dan cadangan lain yang dimiliki

oleh perusahaan. *Return On Equity* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

3. *Net Profit Margin* (NPM)

Net Profit Margin adalah profitabilitas perusahaan dari penjualan setelah memperhitungkan semua biaya dan pajak penghasilan. Rasio ini berfungsi untuk mengukur tingkat kembalian keuntungan bersih terhadap penjualan bersihnya. Hal ini mengindikasikan seberapa baik perusahaan dalam menggunakan biaya operasional karena menghubungkan laba bersih dengan penjualan bersih. *Net Profit Margin* sering digunakan untuk mengevaluasi efisiensi perusahaan dalam mengendalikan beban-beban yang berkaitan dengan penjualan. Jika suatu perusahaan menurunkan beban relatifnya terhadap penjualan maka perusahaan tentu akan mempunyai lebih banyak dana untuk kegiatan usaha lainnya (Gitman, 2008). Semakin tinggi NPM, maka semakin baik operasi perusahaan. *Net Profit Margin* dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

2.2 Formulasi Hepotesis

Hipotesis menurut Sugiyono (2009), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, Dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pernyataan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka pikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan.

2.2.1 Pengaruh *Retrun On Asset* (ROA) terhadap tingkat pengungkapan CSR

ROA merupakan salah satu rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan jumlah aktiva yang dimiliki secara keseluruhan. ROA disebut sebagai *Earning Power* karena rasio ini menggambarkan keuntungan dari setiap satu rupiah *asset* yang digunakan. Melalui rasio ini akan dapat mengetahui apakah perusahaan telah efisiensi dalam memanfaatkan aktivitasnya dalam kegiatan operasional perusahaan ataukah tidak. Sehingga, semakin tinggi nilai dari rasio ini maka keadaan suatu perusahaan dikatakan semakin baik. Perusahaan yang mempunyai kinerja keuangan yang solid akan memiliki lebih banyak sumber daya untuk berinvestasi dalam domain kinerja sosial (Tsoutsoura, 2004). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dengan rasio ROA memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR suatu perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Samsinar dan Siti (2010) menunjukkan hasil bahwa *Return On Asset* (ROA) berpengaruh positif pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dan hasil yang sama pada penelitian Rani Widiyarsi Eko Putri (2014) bahwa *Return On Asset* (ROA) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi profit yang diperoleh perusahaan dan dinyatakan melalui rasio. Dengan demikian hipotesis yang dapat disimpulkan adalah :

H1 : ROA berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan CSR

2.2.2 Pengaruh *Return On Equity* (ROE) terhadap tingkat pengungkapan CSR

ROE adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih untuk pengambilan ekuitas pemegang saham. ROE merupakan rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur tingkat profitabilitas dari sisi ekuitas. Semakin tinggi nilai ROE maka kinerja perusahaan dikatakan baik karena rasio yang meningkat mengartikan bahwa kinerja manajemen bagus dalam mengelola sumber dana pembiayaan operasional secara efektif untuk menghasilkan laba bersih. Menurut Helfert (2000), ROE selalu mejadi perhatian oleh para pemegang saham karena dengan rasio ini para pemegang saham akan tahu berapa banyak keuntungan yang diperoleh

sesuai dengan modal saham yang telah mereka investasikan kepada pihak manajemen .

Hasil penelitian menunjukan bahwa profitabilitas dengan rasio ROE memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR suatu perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Samsinar dan Siti (2010) yaitu *Return On Equity* (ROE) berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Tetapi penelitian yang dilakukan Rani Widiyarsi Eko Putri (2014) menunjukkan hasil bahwa *Return On Equity* (ROE) berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Dari uraian di atas hipotesis yang disimpulkan adalah:

H2 : ROE berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan CSR.

2.2.3 Pengaruh *Net Profit Margin* (NPM) terhadap pengungkapan CSR

NPM merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur keuntungan dengan membandingkan antara laba bersih setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan (Kamsir, 2010). Hal ini menunjukkan kestabilan kesatuan untuk menghasilkan pendapatan pada tingkat penjualan. Memeriksa margin laba pada tahun sebelumnya, serta dapat menilai efisiensi operasi dan strategi penetapan harga serta status persaingan perusahaan dengan perusahaan lain. Efisiensi operasi perusahaan sangat menentukan jumlah laba yang dihasilkan karena mengukur seberapa besar dan maksimal perusahaan menggunakan

sumberdaya. Margin laba yang tinggi lebih disukai karena menunjukkan bahwa perusahaan mendapat hasil yang baik melebihi harga pokok penjualan (Fahmi, 2011)

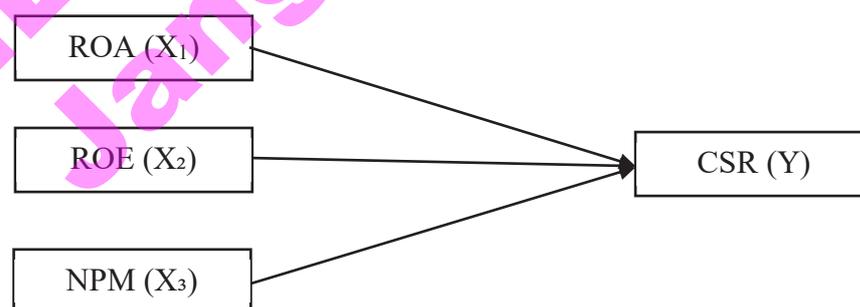
Penelitian yang dilakukan Hossain (2006) menyatakan hasil bahwa *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hasil yang sama dilakukan oleh Rani Widiyarsi Eko Putri (2014) bahwa *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Dari uraian di atas hipotesis yang disimpulkan adalah:

H3 : NPM berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan CSR.

2.3 Model Empiris / Kerangka Teoritis

Gambar 2.1

Kerangka Teoritis



Keterangan :

→ : pengaruh variable independen terhadap variable dependen secara parsial (masing-masing).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi Dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/ subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2003). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor industry dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi penelitian ini berjumlah 69 perusahaan yang diambil dari website www.sahamok.com.

Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini adalah dengan metode *purposive sampling* artinya populasi yang akan diambil sampel dalam penelitian ini adalah populasi yang dikehendaki peneliti atau sengaja dipilih agar memperoleh informasi yang benar dan dapat mewakili populasi. Sampel yang dipilih adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa efek Indonesia periode 2015-2017. Untuk penelitian ini penulis menerapkan kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan manufaktur sub sektor industry dasar dan kimia sudah go public dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015-2017.
2. Perusahaan mencantumkan data laporan keuangan secara lengkap selama masa periode penelitian.
3. Perusahaan tidak dinyatakan pailit oleh Pengadilan Negara pada periode penelitian berlangsung.
4. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian selama periode 2015-2017.
5. Mencantumkan Laporan *Corporate Social Responsibility*.

Hasil analisis sampel dengan menggunakan purposive sampling dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 3.1
Pengambilan Sampel

No	Keterangan	Perusahaan
1	Perusahaan Manufaktur sub sektor industry dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2017	69
2	Perusahaan yang tidak mencantumkan data keuangan secara lengkap selama periode 2015-2017	(9)
3	Perusahaan yang dinyatakan pailit oleh Pengadilan Negara selama periode 2015-2017	-
4	Perusahaan yang mengalami kerugian selama periode 2015-2017	(30)
5	Perusahaan yang tidak mencantumkan CSR	(5)
Perusahaan yang memenuhi kriteria sampling		25
Tahun Pengamatan		*3
Total Sampel selama periode penelitian		75

3.2 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2003). Adapun variable dalam penelitian ini terdiri dari variable independen (bebas) yaitu *Retrun On Asset* (ROA), *Retrun On Equity* (ROE), dan *Net profit Margin* (NPM). Sedangkan variable dependen (terkait) dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR).

3.3 Definisi Operasional Variabel

3.3.1 Variabel Bebas

Variabel bebas / Independen (X) adalah variable yang mempengaruhi atau menjadi penyebab bagi variable lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variable bebas, yaitu:

a. *Retrun On Asset* (ROA) (X_1)

ROA merupakan salah satu rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan jumlah aktiva yang dimiliki secara keseluruhan. Rumus ROA sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

Penelitian ini mengambil data ROA pada laporan tahunan pada tahun 2015, 2016, dan 2017.

b. *Retrun On Equity* (ROE) (X₂)

ROE adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih untuk pengambilan ekuitas pemegang saham. Rumus ROE sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Penelitian ini mengambil data ROE pada laporan tahunan tahun 2015, 2016, dan 2017.

c. *Net Profit Margin* (NPM) (X₃)

NPM yaitu untuk mengukur kembalian keuntungan bersih terhadap penjualan bersihnya. Rumus NPM sebagai berikut :

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

Penelitian ini mengambil data NPM pada laporan tahunan tahun 2015, 2016, dan 2017.

3.3.2 Variabel Dependen / Variabel Terkait Y

Variabel terkait yaitu *Corporate Social Responsibility* dalam penelitian ini menggunakan indikator yang dipakai perusahaan dalam melaporkan kegiatan CSR yang diterapkan oleh GRI. GRI G4 (*Global*

Reporting Initiative) menyatakan pengungkapannya dalam 45 indikator pengungkapan yang terdiri dari kategori ekonomi, lingkungan, dan sosial yang mencakup tenaga kerja, hak asasi manusia, produk . Diukur dengan menggunakan variable dummy yaitu:

Score 0 : Jika perusahaan tidak mengungkapkan indikator pada daftar pertanyaan.

Score 1 : Jika perusahaan mengungkapkan indikator pada daftar pertanyaan.

Indeks pengungkapan sosial perusahaan tersebut kemudian dihitung melalui jumlah indikator yang sesungguhnya diungkapkan perusahaan dengan jumlah semua indikator yang mungkin diungkapkan.

Indeks pengungkapan sosial perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\frac{\text{indikator yang diungkapkan oleh perusahaan}}{45} \times 100\%$$

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpul data dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku ,surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Jenis data yang digunakan adalah data

dokumen sekunder yang memuat kejadian atau transaksi perusahaan manufaktur sub sektor industry dasar dan kimia. *Corporate Social Responsibility* data diambil dari laporan tahunan website resmi masing-masing perusahaan manufaktur. *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE), *Net Profit Margin* (NPM) dilihat dari laporan keuangan pada www.idx.co.id.

3.5 Teknik Analisis

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Seluruh penyajian dan analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 25 Penelitian ini diuji dengan beberapa uji statistic yang terdiri dari statistic deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

1. Statistik Deskriptif

Teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2012). Pada statistik deskriptif ini menggunakan tabel yang menjelaskan nilai minimum, maksimum, mean dan standar deviasi.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yaitu data yang diolah dengan program SPSS versi 25 dengan menggunakan metode regresi jika uji asumsi klasik terpenuhi. Jika asumsi klasik tidak terpenuhi maka menggunakan statistik non parametrik. Uji asumsi klasik seperti uji autokorelasi data, uji multikolinearitas data, dan uji heteroskedastisitas data, dan uji linearitas.

a. Uji Normalitas

Dilakukan dengan menggunakan statistic Kolmogorov-Smirnov. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya.

Dasar pengambilan keputusan :

1. Jika data menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.
3. Jika nilai signifikan atau probabilitas $< 0,05$, maka distribusi data adalah tidak normal. Dan jika nilai signifikan atau probabilitas $> 0,05$, maka distribusi data adalah normal (Ghozali, 2011).

b. Uji Multikolinearitas

Husein Umar (2008), menyatakan bahwa uji multikolinearitas sangat berguna untuk mengetahui apakah model regresi yang diajukan telah ditemukan korelasi kuat antar variabel independen. Jika terjadi korelasi yang kuat terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi. Uji multikolinearitas untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu.

Model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas jika :

1. Besarnya VIF < 10
2. Nilai tolerance $> 0,10$.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas.

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji Glejser yaitu meregresi masing-masing variabel independen yang absolute residual sebagai variabel dependen. Uji Glejser digunakan untuk meregresi nilai absolute residual terhadap variabel-variabel independen. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dengan menggunakan tingkat kepercayaan lebih dari 5% atau 0,05%, jika tingkat kepercayaan lebih dari 5% maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pada periode t dengan periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi (Ghozali, 2005). Untuk

menguji ada tidaknya gejala autokorelasi maka dapat dideteksi dengan uji Durbin-Waston (DW test).

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

1. angka D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif,
2. angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi,
3. angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

3. Analisis Regresi

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Analisis ini digunakan untuk mengukur kekuatan dua variabel atau lebih dan juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Adapun rumus dari regresi linier berganda (multiple linier regresion) adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana :

Y	=	CSR
X1	=	ROA
X2	=	ROE
X3	=	NPM
a	=	Konstanta
b1,b2	=	Koefisien regresi dari setiap variabel independen
e	=	Faktor kesalahan

4. Pengujian Hipotesis

Adapun pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan dengan cara sebagai berikut:

a. Uji t

Uji t dilakukan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variable independennya. Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5%, dengan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$, dimana (n) adalah jumlah observasi dan (k) adalah jumlah variabel. Uji ini dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

H_0 diterima jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ untuk $\alpha = 5 \%$

H_1 diterima jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ untuk $\alpha = 5 \%$

b. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

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

c. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar 5%, $df_1 = (k-1)$, $df_2 = (n-k)$, dimana (n) adalah jumlah observasi/sampel dan (k) adalah jumlah variabel. Uji ini dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

H_0 diterima jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ untuk $\alpha = 5\%$

H_1 diterima jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ untuk $\alpha = 5\%$

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat