

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN
UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN :
STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR INDUSTRI FOOD
AND BEVERAGE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA
PERIODE 2014 - 2016**

Anastasia Bribin Wuwur
e-mail : anastasiawuwur@gmail.com

Christea Frisdiantara
Ati Retna Sari
(Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Kanjuruhan Malang)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menjelaskan pengaruh secara parsial dan pengaruh secara simultan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Ukuran Perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur industri *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI periode 2014-2016. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan pengujian asumsi klasik, alat analisis statistik menggunakan analisis regresi linear berganda. Metode pengambilan sampel penelitian ini yaitu purposive judgement sampling. Variabel penelitian ini terdiri dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel independen dan profitabilitas sebagai variabel dependen. Sampel yang digunakan sebanyak 12 perusahaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial dan secara simultan CSR dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas (ROA)

Abstract

This study aims to examine and explain the effect of partially and the simultaneous influence of Corporate Social Responsibility (CSR) and Company Size on profitability in the Food and Beverage industry manufacturing companies listed on the Stock Exchange in the 2014-2016 period. This research uses quantitative methods, by testing classic assumptions, statistical analysis tools use multiple linear regression analysis. The sampling method of this research is purposive judgment sampling. The variables of this study consisted of Corporate Social Responsibility (CSR) as an independent variable and profitability as the dependent variable. The samples used were 12 companies. The analysis shows that partially and simultaneously CSR and company size affect profitability.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Company Size, Profitability (ROA)

PENDAHULUAN

Bisnis menjadi pendorong perekonomian suatu negara yang menyebabkan adanya persaingan yang sangat ketat sehingga perlu dilakukan upaya sehingga eksistensi suatu perusahaan dapat terjaga. Upaya yang dilakukan pun erat kaitannya dengan konsep yang dipakai oleh suatu perusahaan dalam mendapatkan perhatian dari masyarakat sebagai konsumen yang berperan dalam pengembangan kegiatan usaha suatu perusahaan sehingga keberlanjutan usahanya dapat terjamin.

Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan merupakan salah satu upaya yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggungjawab sosial kepada masyarakat dan disisi lain kegiatan ini bertujuan mendapatkan perhatian masyarakat umum yang juga berperan sebagai konsumen. CSR adalah konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggungjawabnya terhadap sosial serta lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berdiri. Contoh dari kegiatan CSR seperti melaksanakan suatu kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar, menjaga lingkungan sekitar, membangun fasilitas umum, dan memberikan beasiswa kepada anak yang kurang mampu. Masyarakat saat ini lebih teliti dalam memilih produk yang akan mereka gunakan, dimana masyarakat lebih memilih menggunakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang mempunyai kepedulian terhadap lingkungan atau melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Beberapa manfaat yang diperoleh melalui penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh perusahaan yaitu meningkatkan citra perusahaan, memperkuat *brand* perusahaan, mengembangkan kerjasama dengan pemangku kepentingan, membedakan perusahaan dengan pesaing, inovasi dan pembelajaran, membuka akses investasi dan pembiayaan, serta meningkatkan harga saham. Dimana semua manfaat yang diperoleh dari penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada umumnya berpengaruh terhadap peningkatan perolehan keuntungan yang akan diterima perusahaan. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan akan berpengaruh pada peningkatan profitabilitas perusahaan, walaupun dalam pelaksanaannya dapat menambah biaya bagi perusahaan, namun menimbulkan dampak positif yaitu timbul suatu citra perusahaan dimata masyarakat dan secara tidak langsung akan menarik masyarakat untuk menggunakan produk perusahaan tersebut sehingga profitabilitas perusahaan akan meningkat.

Banyak perusahaan yang sudah mengakui bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) sudah menjadi suatu hal yang penting dalam perusahaannya, salah satunya adalah berdasarkan kajian dari *Economic Intelligence Unit* (EIU) yang merupakan sebuah lembaga analisis yang menyatakan bahwa 88% eksekutif perusahaan mengakui bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bagian sentral dan penting terhadap pengambilan keputusan perusahaan. *Economic Intelligence Unit* (EIU) juga melakukan *survey* yang menunjukkan bahwa 85% investor dari berbagai organisasi menjadikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan.

Ukuran perusahaan merupakan salah satu aspek dalam menganalisis laporan keuangan yang dapat digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan besar dalam menghasilkan laba yang juga besar. perusahaan dengan total aset yang besar menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mendanai kegiatan operasi dan investasi yang menguntungkan bagi perusahaan. Total aset perusahaan berfluktuasi, ada yang mengalami peningkatan dan ada yang mengalami penurunan. Semakin besar aset yang dimiliki oleh sebuah perusahaan menunjukkan semakin besar juga ukuran perusahaan tersebut.

Profitabilitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (R. Agus Sartono, 2010:122). Profitabilitas perusahaan mampu mempengaruhi pertimbangan investor dalam melakukan keputusan investasinya, karena jika profitabilitas meningkat maka besarnya keuntungan dalam bentuk deviden yang akan diterima investor juga akan meningkat. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang baik, sehingga investor akan merespon positif sinyal tersebut dan membuat perusahaan mempunyai kesempatan besar dalam memperoleh suntikan dana dari investor.

TINJAUAN TEORETIS DAN HIPOTESIS

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk kontribusi perusahaan untuk keberlangsungan kehidupan masyarakat disekitarnya, baik secara sosial, ekonomi dan lingkungan masyarakat. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan pada umumnya akan berpengaruh pada peningkatan profitabilitas perusahaan. Walaupun akan menambah biaya bagi perusahaan, namun pasti akan timbul suatu citra perusahaan dimata masyarakat, yang secara tidak langsung akan menarik masyarakat untuk menggunakan produk perusahaan tersebut, sehingga dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) saat ini bukan lagi bersifat sukarela atau komitmen yang dilakukan perusahaan dalam bertanggungjawab terhadap kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib atau menjadi kewajiban perusahaan yang bergerak di bidang SDA (Sumber Daya Alam) untuk melakukan atau menerapkannya.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah penentuan besaran, dimensi, atau kapasitas dari suatu perusahaan, dimana untuk menentukan sebuah perusahaan itu besar atau kecil maka dapat dilihat dari total aset, penjualan bersih, ataupun kapitalisasi pasar. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula modal yang ditanamnya dalam berbagai jenis usaha dan memperoleh penilaian kredit yang tinggi serta mudah memasuki pasar modal yang dimana akan mempengaruhi keberadaan total asetnya. Semakin besar perusahaan juga akan memudahkan perusahaan tersebut dalam memperoleh pinjaman dari luar, yang dapat digunakan untuk mengembangkan usaha dari perusahaan sehingga dapat meningkatkan profit perusahaan tersebut. *Pecking Order Theory* menyatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan akan semakin besar pula kesempatan melakukan investasi dan memperoleh bantuan dalam pendanaan.

Profitabilitas

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan aset dan modal saham tertentu (Syafri, 2008). Profitabilitas dapat digunakan sebagai salah satu indikator penilaian prestasi perusahaan. Rasio profitabilitas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan didalam mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan juga sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan lain-lain. Profitabilitas perusahaan biasanya dilihat dari laporan laba rugi (*income statement*) yang merupakan laporan hasil kinerja perusahaan untuk mengetahui perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut.

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Eva dan Nur (2013) dengan judul "Pengaruh Pengungkapan CSR dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas", memperoleh hasil bahwa CSR (*Corporate Social Responsibility*) mempunyai pengaruh terhadap profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Penelitian yang dilakukan oleh Henny dan Yazid (2014) dengan judul "Pengaruh Pengungkapan CSR dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas", menunjukkan hasil penelitian yaitu CSR (*Corporate Social Responsibility*) berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas. Penelitian yang dilakukan oleh Dessy dan Rosita (2015) dengan judul "*The Effect of Environmental Performance And CSR Disclosure Towards Financial Performance*", dengan hasil penelitian menunjukkan CSR berpengaruh terhadap ROE tetapi tidak memiliki pengaruh terhadap ROA.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Devi dan Merti Sri (2012) "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas", hasil penelitian menunjukkan *Quick Ratio*, *Net Profit Margin*, *Firm Size* berpengaruh simultan terhadap ROA. Secara parsial *Quick Ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA, tetapi *Net Profit Margin*, *Firm Size* berpengaruh signifikan terhadap ROA.

Perumusan Hipotesis

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Profitabilitas (ROA)

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Elisabet Inge Mawarni (2010) memperoleh hasil bahwa tingginya tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA) perusahaan. Alasannya karena pengungkapan CSR pada perusahaan-perusahaan dalam subsektor *Chemical Industry* masih relatif rendah. Hal tersebut dapat dilihat dari masih sedikitnya item-item yang diungkapkan pada *annual report* perusahaan, yang diukur dengan menggunakan CSRD (Corporate Social Responsibility Disclosure Index). Hasil penelitian tersebut diatas bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Hariyani (2010), yang menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari perusahaan yang sudah melakukan implementasi CSR lebih mampu memanfaatkan seluruh aset untuk menghasilkan laba dibandingkan dengan sebelum melakukan implementasi CSR.

H1 : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap profitabilitas

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ridho dan Seto (2016) dengan judul "Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Perusahaan" yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap ROA, hal ini menandakan bahwa suatu perusahaan tidak bisa dilihat hanya pada ukurannya saja, karena perusahaan besar belum tentu bisa memiliki profitabilitas yang besar, sebaliknya perusahaan yang kecil belum tentu memiliki tingkat profitabilitas yang kecil. Hasil penelitian tersebut diatas bertentangan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Devi dan Merti Sri (2012) yang menunjukkan *Firm Size* berpengaruh simultan terhadap ROA.

H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

***Corporate Social Responsibility* (CSR) Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Secara Simultan**

Menurut UU No. 20 Tahun 2008, ukuran perusahaan berdasarkan pada tiga kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Pengklasifikasian ukuran perusahaan ini didasarkan pada total aset yang dimiliki dan total penjualan tahunan perusahaan tersebut, dimana semakin besar aset yang dimiliki oleh sebuah perusahaan menunjukkan semakin besar juga ukuran perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan menentukan banyaknya kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan, semakin besar ukuran perusahaan maka semakin banyak pula kegiatan CSR yang dilakukan, karena kegiatan CSR membutuhkan biaya yang besar. Namun semakin banyak kegiatan CSR yang dilakukan maka semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan karena mendapatkan perhatian dari masyarakat umum yang berperan sebagai konsumen, dan perusahaan akan dinilai baik oleh investor sehingga perusahaan dapat memperoleh suntikan dana dari investor.

Penelitian yang dilakukan oleh Eva dan Nur (2013) menunjukkan bahwa CSR (*Corporate Social Responsibility*) mempunyai pengaruh terhadap profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Penelitian tentang ukuran perusahaan diatas bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Devi dan Merti Sri (2012) yang berjudul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas" yang menyatakan bahwa *Quick Ratio*, *Net Profit Margin*, *Firm Size*

berpengaruh simultan terhadap ROA. Dan secara parsial *Quick Ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA, tetapi *Net Profit Margin*, *Firm Size* berpengaruh signifikan terhadap ROA.

H3 : CSR dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas.

METODE

Rancangan penelitian yang digunakan didalam penelitian ini adalah rancangan penelitian analisis deskriptif kuantitatif. Hal ini didasarkan pada tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas, pada industri *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penggunaan analisis deskriptif berdasarkan pada data kuantitatif yang dihasilkan dari data yang diolah dan dikualifikasikan secara deskriptif dengan tujuan mempermudah dalam pengambilan kesimpulan. Pada penelitian ini objek yang menjadi populasi adalah *Industri Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling*, sehingga diperoleh sampel 12 perusahaan dari 16 perusahaan yang ada. Adapun kriteria yang digunakan untuk memilih sampel adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan Industri *Food and Beverage* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut selama tahun 2014 sampai dengan tahun 2016.
2. Perusahaan yang berturut-turut mempublikasikan laporan keuangan selama periode pengamatan dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2016.
3. Perusahaan yang secara rutin melaksanakan kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) selama periode pengamatan.

Dengan adanya kriteria tersebut diatas maka perusahaan yang dijadikan sampel penelitian yaitu :

Tabel 3
Nama Perusahaan Yang Menjadi Sampel

No.	Nama Emiten	Perusahaan
1.	AISA	PT Tiga Pilar Sejahtera Food, Tbk
2.	ALTO	PT Tri Banyan Tirta, Tbk
3.	CEKA	PT Wilmar Cahaya Indonesia, Tbk.
4.	DLTA	PT Delta Djakarta, Tbk.
5.	ICBP	PT Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk.
6.	INDF	PT Indofood Sukses Makmur, Tbk.
7.	MYOR	PT Mayora Indah, Tbk.
8.	PSDN	PT Prasadha Aneka Niaga, Tbk.
9.	ROTI	PT Nippon Indosari Corpindo, Tbk.
10.	SKBM	PT Sekar Bumi, Tbk.
11.	SKLT	PT Sekar Laut, Tbk.
12.	ULTJ	PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk.

Sumber : Data Diolah 2014 - 2016

Teknik Analisis Data

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Berganda merupakan salah satu analisis yang digunakan untuk mengukur

pengaruh atau hubungan antara variabel yang satu dengan variabel lainnya yaitu variabel independen atau variabel bebas sebagai variabel yang mempengaruhi dan variabel dependen atau variabel terikat sebagai variabel yang dipengaruhi. Persamaan regresi yang memiliki variabel bebas lebih dari satu dikatakan sebagai persamaan regresi berganda Model persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1.x_1 + b_2.x_2 + e$$

Dimana :

Y = Profitabilitas a = Konstanta

b 1 - 2 = Koefisien regresi, yaitu besarnya perubahan Y apabila X berubah satu satuan

X1 = CSR (*Corporate Social Responsibility*) X2 = Ukuran perusahaan

e = *Error of term* (koefisien pengganggu)

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sample yang kecil. Untuk menguji data yang berdistribusi normal atau tidak, maka dilakukan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov Test*. Menurut Ghozali (2011) residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi > 0,05 atau 5%.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan yang lain. Jika *variance* dari satu residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Imam Gozali, 2009). Dan model yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas tetapi homoskedastisitas (Ghozali, 2011).

Uji mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah dengan grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (variabel dependen) yaitu ZRESID dengan residualnya ZPRED. Jika ada pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (variabel independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali,2009). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas didalam regresi ada beberapa cara, yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Faktor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* kurang dari 10% dan nilai VIF lebih kecil dari 10 maka diduga data tidak terdeteksi nilai multikolinieritas. Untuk dikatakan model yang baik, maka seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (independen) (Ghozali, 2011). Hipotesis yang digunakan dalam pengujian multikolinieritas adalah :

- a) Ho : VIF > 10, dinyatakan bahwa terdapat multikolinieritas
- b) H1 : VIF < 10, dinyatakan bahwa tidak terdapat multikolinieritas

Uji Autokorelasi

Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena *residual* (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi. Untuk menguji ada atau tidaknya gejala dari autokorelasi maka digunakan uji *Durbin-Watson* (DW Test). Menurut Firdaus (2010) jika nilai *Durbin-Watson* berada diantara angka 1,55-2,46 menunjukkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

Uji statistik t (test)

Uji t dilakukan pada pengujian hipotesis secara parsial, untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen yaitu CSR dan Ukuran perusahaan secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen atau Profitabilitas. Dalam pengolahan data menggunakan program SPSS, pengaruh individual ditunjukkan dari nilai signifikan uji t. Jika nilai signifikan uji t < 0,05 maka disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan.

Nilai signifikansi > 0,05 = Ho ditolak

Nilai signifikansi < 0,05 = Ho diterima

Uji Statistik F (F-test)

Uji F dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara simultan dari variabel independen (variabel bebas) terhadap variabel dependen (variabel terikat). Untuk tahap awal dalam melakukan uji f yaitu dengan merumuskan hipotesis, dimana hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol atau dengan kata lain tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan hipotesis alternatifnya (H_a) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol atau dengan kata lain ada pengaruh secara signifikan antara independen terhadap variabel dependen.

Tahap melakukan uji f selanjutnya yaitu menentukan tingkat signifikansi, apabila signifikansi lebih kecil dari 5% (Sign < 0,05) maka H_0 dapat ditolak dengan H_a diterima dengan menyatakan semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

Nilai signifikansi > 0,05 = Ho ditolak

Nilai signifikansi < 0,05 = Ho diterima

(Tingkat signifikansi 5% merupakan ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian.

(Ghozali, 2011).

PEMBAHASAN

Pengujian Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai *Asymp. Sig.* sebesar 0,237 lebih besar dari 0,05. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi >0.05 atau 5% (Ghozali, 2011). Jadi uji tersebut menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan pendekatan *Scatter Plot*. Dari gambar plot menunjukkan tidak ada pola yang jelas atau tidak beraturan, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas menggunakan pendekatan *Varian Inflation Factor* (VIF) untuk mengetahui apakah ada korelasi antara variabel independen dengan model regresi yang digunakan. Uji Multikolinieritas menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai VIF kurang dari 10, sehingga disimpulkan bahwa tidak terjadi hubungan antar variabel independen dalam model regresi yang digunakan. Artinya dalam penelitian ini tidak mengandung gejala multikolinieritas.

Hasil Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi menggunakan pendekatan *Durbin –Watson*. Menurut Firdaus (2010) jika nilai *Durbin-Watson* berada diantara angka 1,55-2,46 menunjukkan bahwa tidak terjadi autokorelasi. Uji autokorelasi menunjukkan nilai *Durbin-Watson* sebesar 2,121 dan terletak diantara 1,55 – 2,46 yang berarti bahwa dalam model regresi yang digunakan tidak terjadi autokorelasi.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis berganda digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen dengan variabel dependen. Model persamaan regresi dalam penelitian ini adalah

$$Y = a + b_1.x_1 + b_2.x_2 + e$$

$$Y = 0,817 + 0,198 + 0,137 + e$$

Berdasarkan pada persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Nilai konstanta sebesar 0,817 memiliki arti bahwa apabila variabel lainnya konstan, maka profitabilitas akan meningkat sebesar 0,817%.
- Nilai koefisien regresi variabel CSR bertanda positif 0,198 hal ini menunjukkan bahwa variabel CSR berhubungan positif dengan variabel profitabilitas. Artinya, jika pengungkapan CSR ditingkatkan 1% dengan asumsi variabel lainnya konstan, maka profitabilitas perusahaan akan naik sebesar 0,198%.
- Nilai koefisien regresi variabel Ukuran Perusahaan bertanda positif 0,137, hal ini menunjukkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan berhubungan positif dengan variabel Profitabilitas. Artinya, jika ROA ditingkatkan 1% dengan asumsi variabel lainnya konstan, maka profitabilitas perusahaan akan naik sebesar 0,137%.
- Nilai *R-square* 0,545% mengindikasikan bahwa ketika terjadinya perubahan dalam hal naik atau turunnya tingkat profitabilitas sebesar 54,50% dipengaruhi oleh CSR dan Ukuran Perusahaan, dan sisanya sebesar 45,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan sangat berdampak pada peningkatan profitabilitas yang diperoleh perusahaan dan juga meningkatkan jumlah aset dari perusahaan-perusahaan yang diteliti, sehingga perlu adanya peningkatan kegiatan sosial yang harus dilakukan oleh perusahaan, guna menarik minat konsumennya.

Uji Hipotesis

Hasil Uji Hipotesis Pertama

Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji t CSR sebesar 0,027 lebih kecil alpa 5% (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh secara parsial terhadap Profitabilitas (ROA). Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap Profitabilitas (ROA) **diterima**.

Hasil Uji Hipotesis Kedua

Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji t Ukuran Perusahaan sebesar 0,038 lebih kecil alpa 5% (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap Profitabilitas (ROA). Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Profitabilitas (ROA) **diterima**

Hasil Uji Hipotesis Ketiga

Hasil uji signifikansi simultan menunjukkan bahwa nilai signifikansi f lebih kecil dari *significance level* (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H3 diterima. Artinya model regresi tersebut *fit* atau layak digunakan sebagai alat analisis, dan CSR serta Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas (ROA).

KESIMPULAN

Berdasarkan pengujian dan penjelasan yang sudah dilakukan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa :

- Variabel *Corporate Social Responsibility* secara parsial berpengaruh terhadap Profitabilitas yang diprosikan terhadap *Return On Asset* (ROA) pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI.

2. Variabel Ukuran Perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap Profitabilitas yang diproksikan terhadap *Return On Asset* (ROA) pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI.
3. Variabel *Corporate Social Responsibility* dan Variabel Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap Profitabilitas yang diproksikan terhadap *Return On Asset* (ROA) pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI.

DAFTAR PUSTAKA

- Angelia, Dessy dan Rosita Suryaningsih. (2015). The Effect of Environmental Performance And Corporate Social Responsibility Disclosure Towards Financial Performance (Case Study to Manufacture, Infrastructure, And Service Companies That Listed At Indonesia Stock Exchange). *Jurnal*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Devi, Merti Sri. (2012). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Pada Perusahaan Kimia & Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2011. *Jurnal Fakultas Ekonomi*. Universitas Maritim Raja, Tanjungpinang.
- Ghozali, Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi Kelima. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hariyani, R. (2010). *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Perbedaan Profitabilitas Perusahaan (Studi Kasus PT Unilever Indonesia Tbk)*. Skripsi. Universitas Budi Luhur. Sartono, Agus. 2010. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta. Hlm :122.
- Sofyan Syafri Harahap. (2008).. *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Sriviana, Eva dan Nur Fadjrih. (2013). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas. *Jurnal*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah.