

PENGARUH PROFITABILITAS PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CSR PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN PELAYARAN YANG TERDAFTAR DI BEI DAN PT PELNI TAHUN 2018-2020)

Oleh :

Fajar Zukhrufil Zaman
STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA
Jl. Perak Bar. No.173, Perak Utara, Kec. Pabean Cantikan, Kota SBY, Jawa Timur 60177
zamanfajar54@gmail.com

Juli Prastyorini S.Sos., MM
STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA
Jl. Perak Bar. No.173, Perak Utara, Kec. Pabean Cantikan, Kota SBY, Jawa Timur 60177

ABSTRAK

Ini adalah kemampuan perusahaan untuk menciptakan pendapatan terkait penjualan yang memungkinkan manajemen memiliki kebebasan dan fleksibilitas untuk mengungkapkan kewajiban sosial mereka kepada pemegang saham. Karena pengungkapan CSR membutuhkan biaya, hal itu berdampak pada profitabilitas perusahaan pada CSR tersebut akan berpengaruh pada ROE ROI dan NPM perusahaan, Serta manajemen perusahaan akan berusaha mengungkapkan CSR sesuai dengan 79 item yang harus diungkapkan se efektif mungkin agar laba perusahaan tetap naik.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara eksperimental hubungan antara Profitabilitas perusahaan terhadap Corporate social responsibility (CSR). ROE, ROI, NPM digunakan dalam penelitian ini menentukan profitabilitas berpengaruh terhadap CSR. 2018-2020 adalah periode waktu yang dicakup oleh penelitian ini. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis. Temuan menunjukkan bahwa ROE, ROI, NPM secara simultan.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap CSR.

Kata Kunci : Profitabilitas, Corporate social responsibility, ROE, ROI, NPM

I. PENDAHULUAN

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menciptakan pendapatan terkait penjualan yang memungkinkan manajemen perusahaan untuk memiliki kebebasan dan fleksibilitas mengungkapkan kewajiban social mereka kepada pemegang saham. Profitabilitas perusahaan yang diproyeksikan dengan ROE, ROI, NPM mempengaruhi pengungkapan CSR perusahaan dikarenakan terkait pendapatan perusahaan.

Corporate Social Responsibility adalah komitmen jangka panjang perusahaan untuk mengatasi masalah sosial atau lingkungan tertentu adalah apa yang dimaksud dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Ketika sebuah perusahaan berkontribusi, itu bisa dalam berbagai cara: uang, dukungan ahli atau perusahaan, dukungan dalam bentuk barang, atau lainnya. Program tanggung jawab sosial perusahaan dan upaya kemanusiaan harus dibedakan di sini. Sumbangan amal satu kali atau jangka pendek sering kali menimbulkan kepercayaan publik terhadap perusahaan. Program CSR, di sisi lain, merupakan program jangka panjang yang berupaya memberdayakan masyarakat (Said, 2015:15). Pasal 40 Pasal 74 Undang-Undang Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas memuat persyaratan CSR Indonesia. Pasal 1 Undang-undang mengamanatkan kewajiban sosial dan lingkungan perusahaan untuk bisnis yang terlibat dalam operasi yang terkait dengan sumber daya alam. Hukuman tambahan dan undang-undang tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan dijamin. Gambaran daerah sekitar dapat dilihat pada paragraf 3 dan 4. Ketika CSR diadopsi, citra perusahaan meningkat, yang mengarah pada peningkatan loyalitas pelanggan, seperti yang

diungkapkan oleh Untung (2008) dalam Mardikanto (2014). Penjualan perusahaan dan, pada akhirnya, profitabilitasnya, kemungkinan besar akan meningkat ketika CSR diadopsi, seperti halnya loyalitas konsumen jangka panjang. Akibatnya, kapasitas perusahaan untuk meningkatkan labanya meningkat sebanding dengan tingkat pengungkapan CSR yang dibuatnya. Net triple atau triple win

adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan efektivitas tanggung jawab sosial Anda. Dalam hal laba atau rugi bersih, ini biasanya disebut sebagai jumlah uang yang Anda hasilkan atau hilangkan. Konsep mengevaluasi keberhasilan perusahaan dalam hal faktor ekonomi, ekologi, dan sosial mengarah pada pengembangan laba atau rugi bersih tiga kali lipat. Tiga Ps (3P): orang, planet, dan laba, sering dikaitkan dengan tiga komponen dari tiga kali lipat keuntungan atau kerugian (laba) (Abrams & LaPlante, 2010:65).

Dari penelitian-penelitian tersebut, penulis ingin menguji sebaliknya yaitu pengaruh Profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan. PT PELNI dan beberapa perusahaan pelayaran yang terdaftar di BEI merupakan sampel yang tepat untuk dilakukan pengujian dikarenakan perusahaan tersebut telah mengimplementasikan program CSR sejak tahun 2018. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “PENGARUH PROFITABILITAS PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CSR PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN PELAYARAN YANG TERDAFTAR DI BEI DAN PT PELNI TAHUN 2018-2020)”.

1.1 Rumusan Masalah

Corporate Social Responsibility merupakan tanggung jawab perusahaan untuk lingkungan sekitar, hal itu juga tertuang dalam visi misi perusahaan. Oleh karena itu, penulis ingin menguji pengaruh antara Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas Perusahaan yang diukur dari rasio ROE (Return on Equity), ROI (Return on Investment) dan NPM (Net Profit Margin). Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah *Return on Equity* berpengaruh positif signifikan terhadap Pengungkapan CSR?
2. Apakah *Return on Investment* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR?
3. Apakah *Net Profit Margin* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR?
4. Apakah ROE, ROI, NPM berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan CSR?

1.2 Batasan Masalah

Penulis penelitian ini membatasi pelaporan pengeluaran perusahaan untuk mencegah penyebaran masalah dan untuk mengembangkan pemahaman dan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana mengidentifikasi masalah ini dalam pengaplikasian program *Corporate Social Responsibility* pada PT. PELNI.

1.3 Tujuan Penelitian

Dari uraian dia atas, maka dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara ROE dan CSR
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara ROI dan CSR
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara NPM dan CSR
4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara simultan antara sub variable terhadap CSR

1.4 Manfaat Penelitian

Semoga hasil investigasi akademik ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang telah meluangkan waktu untuk membacanya:

1. Manfaat Teoritis, Hal ini dimaksudkan bahwa temuan penelitian ini akan membantu dalam pengembangan dan penerapan di tempat kerja dari teori-teori manajemen pemasaran yang dipelajari di sekolah;
2. Manfaat Praktis, Ketika membaca tentang penelitian ilmiah, diharapkan para pembaca juga memperhatikan hasil penelitian tersebut

II. LANDASAN TEORI

CSR (*corporate social responsibility*) didefinisikan sebagai suatu perusahaan atau organisasi yang berjanji untuk beroperasi secara etis dan legal dan untuk membantu memperbaiki ekonomi, kehidupan karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat pada umumnya. Besar (Rusdianto). Ini adalah semacam keberlanjutan bisnis dengan memikul tanggung jawab atas dampak sosial, ekonomi dan lingkungan dari operasi perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan Perencanaan, masyarakat, dan lingkungan perusahaan harus mendapat manfaat dari pelaksanaan CSR (Untung, 2009:1).

Mardikanto (2014:86) mendefinisikan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai “kewajiban perusahaan untuk merumuskan kebijakan, membuat keputusan, atau mengejar tindakan yang diharapkan terkait dengan tujuan dan nilai sosial, di mana: Keputusan atau tindakan bisnis dibenarkan, atau setidaknya sebagian di luar kepentingan ekonomi dan teknologi langsung perusahaan.” CSR didefinisikan sebagai “kewajiban perusahaan untuk berkontribusi, bekerja dengan karyawan, keluarga mereka, dan komunitas lokal” menurut Mardikanto (World Business Council for Sustainable Development) versi WBCSD (2014:93). CSR pada umumnya adalah seperangkat kebijakan, praktik, dan proses perencanaan yang terintegrasi ke dalam semua operasi bisnis dan pengambilan keputusan untuk memastikan bahwa perusahaan memaksimalkan operasinya. Dampak positif pada masyarakat. Beroperasi dengan cara yang memenuhi atau melampaui standar etika, hukum, komersial, dan publik perusahaan (BSR, 2001). 'Corporate Social Responsibility' (CSR) adalah istilah yang digunakan oleh Fahmi (2013: 293) untuk menggambarkan bagaimana bisnis (perusahaan) memiliki kewajiban untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan menekankan CSR dan keseimbangan antara faktor ekonomi, sosial, dan lingkungan. . Abdurrahman (2015: 460) menyajikan definisi tanggung jawab sosial sebagai berikut, seperti yang dikemukakan oleh Boone dan Kurtz: Manajer individu memiliki kewajiban untuk memperhitungkan keuntungan, kepuasan pelanggan, dan kesejahteraan sosial ketika mengevaluasi kinerja perusahaan mereka di bawah rubrik tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dapat didefinisikan sebagai operasi bisnis manajer dan pengambilan keputusan sebagai hasil dari kegiatan bisnis perusahaan untuk mengembangkan citra positif dan mempertahankan keberadaan perusahaan, seperti beberapa definisi di atas.

Untuk Robbins dan Coulter (2005), ada dua pendekatan untuk tanggung jawab sosial perusahaan: klasik dan sosial ekonomi. Dengan kata lain: Manajer secara tradisional dipandang sebagai satu-satunya yang bertanggung jawab untuk memaksimalkan pengembalian pemegang saham. Friedman (1970) berpendapat bahwa tugas utama seorang manajer adalah melayani kepentingan pemegang saham perusahaan. Biaya menjalankan bisnis meningkat ketika manajer bertanggung jawab secara sosial. Penetapan harga yang lebih tinggi atau peningkatan keuntungan dari menjaga stok kemudian harus diteruskan kepada pelanggan untuk mengimbangi biaya tersebut.

Pandangan Sosial Ekonomi Pandangan sosial ekonomi adalah dilihat dari perspektif sosial dan ekonomi Ini adalah gagasan sosial-ekonomi bahwa kewajiban sosial manajemen tidak hanya untuk menghasilkan keuntungan, tetapi juga untuk melindungi dan mengembangkan kesejahteraan masyarakat. Tanggung jawab tanggung jawab sosial perusahaan melampaui persyaratan komitmen hukum dan keuangannya. Jika korporasi mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku, ia dapat menuai manfaat

sosial dan ekonomi. Menurut Robbins dan Coulter (2005), tanggung jawab sosial memiliki implikasi etika yang besar, dengan fokus pada tujuan, tanggung jawab dan kewajiban, menurut Wartick dan Cochran. Kerangka kerja untuk membuat keputusan jangka panjang. Yang kami maksud dengan "tanggung jawab sosial" adalah komitmen bisnis terhadap tujuan jangka panjang yang bermanfaat bagi masyarakat. Ini juga berarti bahwa perusahaan harus menggunakan standar internal mereka sendiri tentang benar dan salah untuk memandu keputusan mereka. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) didefinisikan oleh Darwin (2004) dalam Yunita (2007) sebagai sarana di mana perusahaan secara sukarela mengintegrasikan isu-isu lingkungan dan sosial ke dalam operasi mereka dan hubungan dengan pemangku kepentingan, melampaui tanggung jawab hukum perusahaan. Dalam mengevaluasi kinerja, manajer harus mempertimbangkan keuntungan, kepuasan pelanggan, dan kesejahteraan masyarakat (Boone dan Kurtz, 2002). Dalam perspektif ini, Bone dan Kurtz percaya bahwa penting untuk mempertimbangkan keuntungan saat membangun tanggung jawab sosial perusahaan. Dua perkembangan berikut telah membantu memperkuat teori tanggung jawab sosial perusahaan sepanjang pencarian asalusunya. Hal pertama yang harus diingat adalah bahwa lembaga pemerintah tidak selalu dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Kedua, alokasi sumber daya di pasar terkadang tidak efisien. Teorema Coase adalah nama yang diberikan untuk metode ini dalam teori. Terciptanya pengertian tanggung jawab sosial perusahaan dimungkinkan dengan ditemukannya konsep terakhir (Djalil, 2003).

Menurut Baker (2003), *corporate social responsibility* adalah Ini semua tentang bagaimana bisnis menjalankan operasi mereka untuk memiliki efek positif pada masyarakat. CSR perusahaan tidak hanya ada di lingkungan eksternal, tetapi juga di lingkungan internal perusahaan, yang dapat dilihat dari dua sudut pandang ini. Dengan berkolaborasi dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal, dan masyarakat luas, Anda dapat membantu perusahaan Anda sukses dan berkembang. Komisi Eropa juga mendefinisikan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai sebuah konsep di mana perusahaan secara sukarela mengintegrasikan keprihatinan mereka tentang masalah sosial dan lingkungan ke dalam operasi bisnis mereka dan hubungan dengan pemangku kepentingan. [ID] Kewajiban sosial perusahaan hanya dapat dipenuhi jika perusahaan mematuhi tujuannya dan menggunakan sumber dayanya untuk melakukan kegiatan yang ditargetkan untuk meningkatkan keuntungan dalam semangat persaingan bebas, keterbukaan, dan tenaga kerja tanpa kecurangan (Friedman, 1970).

III. METODE PENELITIAN

Ada banyak jenis populasi yang berbeda, yang masing-masing memiliki karakteristik uniknya sendiri yang dapat digunakan peneliti untuk menyelidiki dan menarik kesimpulan (Sugiyono, 2013). Laporan tahunan PT PELNI dan perusahaan pelayaran yang terdaftar di BEI periode 2018-2020 menjadi populasi penelitian. Studi ini akan dilakukan selama tiga tahun setelah diundangkannya undang-undang CSR, yang mencakup laporan tahunan 2018-2020.

Sampel adalah ukuran populasi dan karakteristik merupakan elemen dari ini (Sugiyono, 2013: 116). Pendekatan pengambilan sampel yang ditargetkan dengan pertimbangan tertentu digunakan sebagai pengganti metodologi pengambilan sampel non-probabilitas untuk mendapatkan sampel yang representatif yang memenuhi kriteria yang ditetapkan dalam protokol penelitian (Jogiyanto, 2017: 98). Mencegah kesalahan dalam pemilihan sampel penelitian sangat penting untuk memberikan evaluasi data yang tepat. Laporan Tahunan 2018-2020 PT PELNI dan perusahaan pelayaran yang terdaftar di BEI dan Laporan Keberlanjutan termasuk dalam sampel penelitian ini.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data sekunder. Data penelitian ini berupa annual report dan sustainability report. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Website PT PELNI dan perusahaan pelayaran yang terdaftar di BEI yaitu <https://www.pelni.co.id/laporan-tahunan> dan www.idx.co.id, untuk mendapatkan data CSR, pertumbuhan penjualan, ROE dan ROA, dalam laporan tahunan (annual report) PT PELNI dan perusahaan pelayaran yang terdaftar di BEI selama periode 2018-2020.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan adalah teknik dokumentasi, yaitu dengan mengambil data-data yang dipublikasikan oleh PT PELNI melalui situs web <https://www.pelni.co.id/laporan-tahunan> dan perusahaan pelayaran yang terdaftar di BEI melalui situs web www.idx.co.id.

Psikologi, ekonomi, demografi, sosiologi, dan pemasaran hanyalah beberapa dari sekian banyak profesi yang sering beralih ke penelitian kuantitatif. Matematika (seperti fisika) juga termasuk dalam studi kuantitatif, namun istilah tersebut digunakan secara berbeda tergantung pada konteksnya.

Studi-studi ini digambarkan sebagai serangkaian investigasi sistematis ke dalam fenomena menggunakan pengumpulan data dan metode pengukuran yang didasarkan pada matematika atau statistik komputasi. Pendekatan statistik digunakan secara ekstensif dalam penelitian ini, dan data kuantitatif dikumpulkan melalui penelitian.

Penting untuk membangun model matematika untuk penelitian kuantitatif karena tidak hanya mengandalkan hipotesis yang diambil dari literatur dan studi akademis. Namun, gagasan tentang fenomena yang coba dieksplorasi oleh pendekatan penelitian ini sama pentingnya.

Penelitian kuantitatif memiliki sebagai salah satu tujuan utama pengukuran pengukuran itu sendiri. Untuk alasan ini, pengukuran dapat digunakan untuk mengungkap hubungan yang mendasari antara pengamatan empiris dan output data yang direkam secara kuantitatif. Tujuan lainnya adalah untuk menemukan hubungan antar variabel dalam populasi.

Studi deskriptif dan eksperimental digunakan untuk menentukan desain penelitian untuk penelitian ini. Dalam penelitian deskriptif, hubungan antar variabel hanya diuji satu kali, sedangkan dalam penelitian eksperimental, variabel diukur sebelum dan sesudah penelitian.

IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Berisi hasil analisis penelitian dan pembahasan hasil penelitian

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

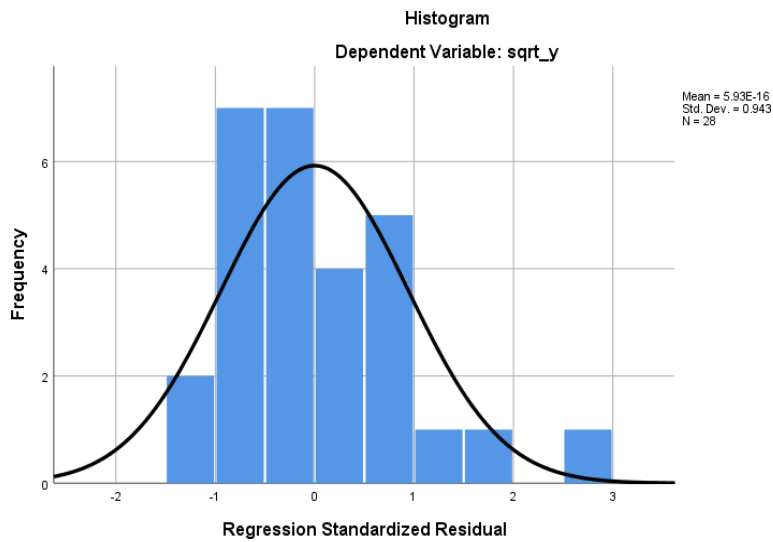
		Unstandardized Residual
N		28
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.02517918
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.150
	Positive	.150
	Negative	-.088
Test Statistic		.150
Asymp. Sig. (2-tailed)		.105 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.504
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.

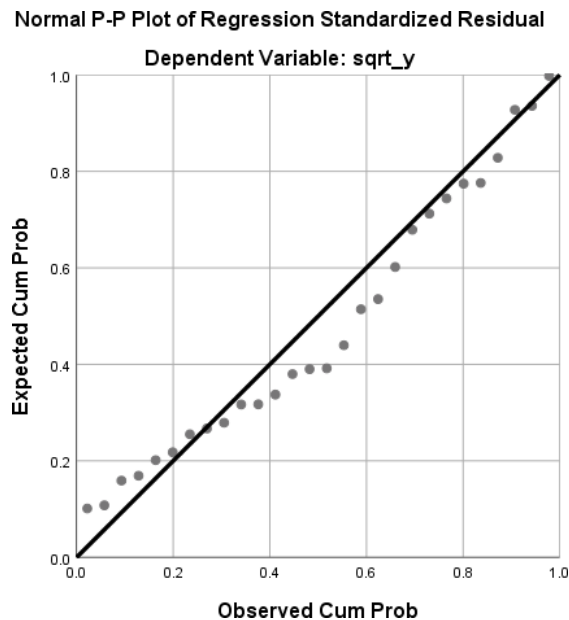
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Kriteria yang digunakan (Ghozali, 2018:178): 1) Apabila nilai signifikansi (Asymp. Sig. (2-tailed)) > 0,05 artinya berdistribusi normal 2) Apabila nilai signifikansi (Asymp. Sig. (2-tailed)) < 0,05 artinya berdistribusi tidak normal. Hasil yang diperoleh dari pengujian normalitas dengan one sample Kolmogorov-Smirnov test, didapati bahwa nilai asymp, sig. (2-tailed) yaitu sebesar 0.105 dimana nilai tersebut diatas dari 0.05 yang berarti data pengujian terdistribusi secara normal. Untuk meyakinkan penulis, penulis menguji lagi dengan menguji exact sig (2-tailed) dan didapati nilai sebesar 0.504 yang berarti bahwa data memang terdistribusi secara normal. Lalu penulis juga ingin menyajikan dalam bentuk histogram dan p-plot. Grafik yang dihasilkan adalah sebagai berikut:



Dapat dilihat bahwa bentuk histogram seperti lonceng terbalik yang memenuhi garis lonceng yang berarti data dapat dikatakan terdistribusi normal.



Kemudian dapat dilihat pada grafik P-Plot terlihat titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.890	.072		12.348	.000		
	sqrt_x1	-1.949	.386	-.615	-5.044	.000	.113	8.861
	sqrt_x2	.869	.220	.168	3.955	.001	.934	1.071
	sqrt_x3	-1.259	.424	-.362	-2.965	.007	.112	8.896

a. Dependent Variable: sqrt_y

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawannya yaitu variance inflation factor (VIF). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah jika nilai tolerance ≤ 0.10 atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 dapat dikatakan dalam data tersebut terdapat multikolinearitas. Yang diharapkan dari hasil regresi adalah tidak adanya multikolinearitas dalam data. Dalam tabel Coefficients diatas didapati bahwa nilai tolerance > 0.10 dan nilai VIF < 10 , jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam data yang disajikan oleh penulis. Pengujian multikolinearitas ini harus dilakukan untuk melakukan uji regresi linear berganda.

3. Uji Heteroskedastisitas

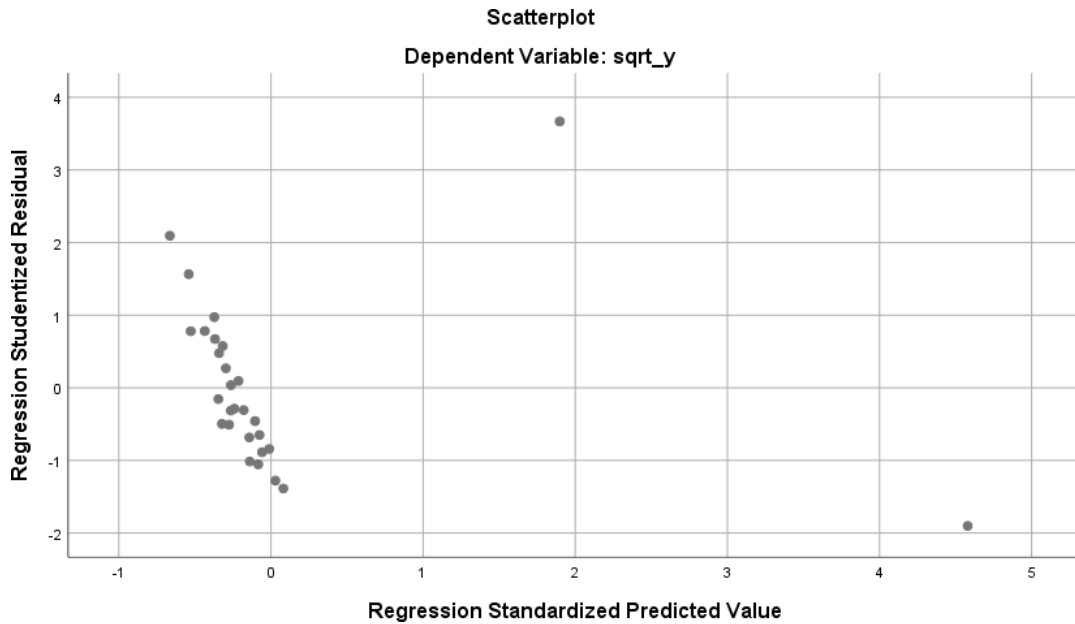
		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-.004	.039		-.105	.917		

sqrt_x1	-.441	.211	-1.150	-2.091	.047	.113	8.861
sqrt_x2	.125	.120	.199	1.041	.308	.934	1.071
sqrt_x3	.396	.232	.942	1.710	.100	.112	8.896

a. Dependent Variable: abs_res

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain, jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas, untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di studentized. Dasar analisisnya adalah jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018:138). Selain menggunakan grafik scatterplot, penelitian ini juga melakukan pengujian dengan menggunakan Uji Gletser (Gujarati, 2003) yang dikutip oleh Ghozali (2018:142). Uji ini dilakukan dengan mentransformasi nilai residual kedalam bentuk Absolut (ABS) yang kemudian diregresikan sebagai variabel dependen. Gejala heteroskedastisitas terjadi sebagai akibat ketidaksamaan data, terlalu bervariasinya data yang diteliti. Kriteria sebagai berikut: 1) Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ artinya tidak ada heteroskedastisitas. 2) Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ artinya ada heteroskedastisitas.

Tabel diatas menggunakan Uji Gletser, hasil yang diperoleh diketahui bahwa nilai signifikansi variable X2 dan X3 > 0.05 yang artinya tidak ada heteroskedastisitas. Untuk varibael X1 hasilnya < 0.05 yaitu 0.47 yang bias dianggap tidak ada heteroskedastisitas karena nilainya mendekati cut off batas heteroskedastisitas. Untuk meyakinkan penulis, maka penulis menguji lagi menggunakan grafik scatterplots.



Dalam grafik ini dilihat bahwa data tersebar diangka 0 dan tidak berkumpul serta tidak membentuk pola khusus. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam data yang diuji oleh penulis.

4. Uji Autokorelasi

Tabel Durbin Watson

D	DL	DU	4-DL	4-DU
1.345	0.969	1.414	3.031	2.586

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.980 ^a	.960	.955	.02671	1.345

a. Predictors: (Constant), sqrt_x3, sqrt_x2, sqrt_x1

b. Dependent Variable: sqrt_y

Data d diperoleh dari nilai durbin Watson pengujian spss, nilai dl dan du dapat dilihat dari tabel durbin Watson lampiran 4.1. Syarat untuk mengetahui agar tidak terjadi autokorelasi adalah sebagai berikut yaitu : $du < d < 4-du$, jika disajikan dalam data adalah

sebagai berikut $1.414 < 1.345 < 2.586$. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa ada sedikit autokorelasi dari data yang diambil oleh penguji.

4.2.1 Uji Hipotesis

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.980 ^a	.960	.955	.02671	1.345

a. Predictors: (Constant), sqrt_x3, sqrt_x2, sqrt_x1

b. Dependent Variable: sqrt_y

Dari output diatas dapat diketahui bahwa Adjusted R square sebesar 0.955 yang artinya pengaruh variable X terhadap Y adalah sebesar 95.5% dan artinya hampir semua variable X (ROE, ROI dan NPM) memberikan semua informasi atau berpengaruh terhadap variabel Y (CSR).

2. Uji F

Dasar pengambilan keputusan :

1. Jika nilai sig < 0.05, atau F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh variable X secara simultan terhadap variable Y.
2. Jika nilai sig > 0.05, atau F hitung < F tabel maka tidak terdapat pengaruh variable X secara simultan terhadap variable Y

$$F \text{ tabel} = F(k;n-k) = F(3 ; 25) = 2.99$$

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.408	3	.136	190.497	.000 ^b
	Residual	.017	24	.001		
	Total	.425	27			

a. Dependent Variable: sqrt_y

b. Predictors: (Constant), sqrt_x3, sqrt_x2, sqrt_x1

Dari tabel diatas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1, X2 dan X3 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0.005 < 0.05$ dan nilai F hitung $190.497 > F$ tabel 2.99, sehingga dapat disimpulkan bahwa variable ROE, ROI dan NPM berpengaruh secara simultan terhadap CSR.

3. Uji T

Dasar pengambilan keputusan :

1. Jika nilai sig < 0.05 , atau t hitung $> t$ tabel maka terdapat pengaruh variable X secara simultan terhadap variable Y.
2. Jika nilai sig > 0.05 , atau t hitung $< t$ tabel maka tidak terdapat pengaruh variable X secara simultan terhadap variable Y

$$T \text{ tabel} = t(\alpha/2 ; n-k-1) = t(0.025 ; 24) = 2.0639$$

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.890	.072		12.348	.000		
	sqrt_x1	-1.949	.386	-.615	-5.044	.000	.113	8.861
	sqrt_x2	.869	.220	.168	3.955	.001	.934	1.071
	sqrt_x3	-1.259	.424	-.362	-2.965	.007	.112	8.896

a. Dependent Variable: sqrt_y

1. Pengujian Hipotesis Pertama (H1)
Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung $5.044 > t$ tabel 2.0639, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara ROE terhadap CSR
2. Pengujian Hipotesis Kedua (H2)
Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0.001 < 0.05$ dan nilai t hitung $3.955 > t$ tabel 2.0639, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara ROI terhadap CSR
3. Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X3 terhadap Y adalah sebesar $0.007 < 0.05$ dan nilai t hitung $2.965 > t$ tabel 2.0639 , sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara NPM terhadap CSR.

V. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung $5.044 > t$ tabel 2.0639 , sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara ROE terhadap CSR

2. Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0.001 < 0.05$ dan nilai t hitung $3.955 > t$ tabel 2.0639 , sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara ROI terhadap CSR

3. Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X3 terhadap Y adalah sebesar $0.007 < 0.05$ dan nilai t hitung $2.965 > t$ tabel 2.0639 , sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara NPM terhadap CSR

4. Pengujian Hipotesis Keempat (H4)

Diketahui nilai Sig. pengaruh X1, X2, X3 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,005 < 0,05$ dan nilai f hitung $190,497 > f$ table $2,99$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variable ROE, ROI, NPM berpengaruh secara simultan terhadap CSR

Berdasarkan hasil penelitian dan hal-hal yang berkaitan dengan keterbatasan penelitian, maka terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu :

1. Perusahaan hendaknya melaksanakan dan mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan atau corporate social responsibility (CSR) dengan efisien sehingga tidak mengganggu rasio profitabilitas perusahaan.
2. Bagi investor dan calon investor yang sudah dan akan menanamkan modalnya pada perusahaan hendaknya mempertimbangkan kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan karena memiliki pengaruh terhadap rasio profitabilitas perusahaan.
3. Masyarakat hendaknya dapat menilai perusahaan yang baik salah satunya dengan cara melihat kepedulian perusahaan terhadap lingkungan alam dan masyarakat sekitar.

DAFTAR REFRENSI

- Ahmad, Ha., Arshad, D., Marchallina, L., & Marchalina, L. (2015). Entrepreneurial orientation, strategic improvisation, talent management and firm performance. *Journal of Business Economics and Finance*, 4(1).
- Andrayani, I. P., & Nurendah, Y. (2013). Prosedur Penjualan Sepeda Motor Pada Dealer Honda Pt. Sanprima Sentosa Bogor. *Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan*.
- Anggarsari, L., & Seno Aji, T. (2018). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, likuiditas, perputaran modal kerja dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas (sektor industri barang dan konsumsi yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2013-2016). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(4).
- Arshad, M. G., Aness, F., & Ullah, M. R. (2015). The Impact of Corporate Social Responsibility on Firm Financial Performance. *International Journal of Linguistics, Social and Natural Sciences*, Vol. 1 (No. 1), pp. 33–39.
- Azheri, B. (2011). Corporate social responsibility: Dari voluntary menjadimandatory. *RajaGrafindo Persada*.
- Brigham, E. (2013). F dan Joel F. Houston. 2001. *Manajemen Keuangan*, 23–27. Budiana, I. N., Sudana, D. N., & Suwatra, I. I. W. (2013). Pengaruh Model Creative.
- Problem Solving (Cps) Terhadap Kemampuan Berpikir Kritis Siswa pada Mata Pelajaran IPA Siswa Kelas V SD. *MIMBAR PGSD Undiksha*, 1(1).
- Daniel, D., & Ratnasari, M. (2019). Pengungkapan Csr Dan Cerminan Abnormal Return Perusahaan. *Journal of Management and Business Review*, 16(1), 110–128. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v16i1.152>
- El Sayed Zaki, M., & Othman, W. (2011). Role of hepatitis E infection in acute on chronic liver failure in Egyptian patients. *Liver International*, 31(7), 1001–1005.
- Gantino, R. (2016). Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2008-2014. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 3(2), 19–32.