

**PENGARUH PROFITABILITAS PERUSAHAAN TERHADAP
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, DENGAN
LEVERAGE SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri
Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI
Periode 2016-2018)**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1 pada
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh:

MUKHLIS HERMAWAN

B 100 160 355

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH PROFITABILITAS PERUSAHAAN TERHADAP
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, DENGAN *LEVERAGE*
SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi
yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018)**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

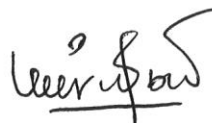
MUKHLIS HERMAWAN

B 100 160 355

Telah diperiksa dan disteujui untuk diuji oleh:

Dosen

Pembimbing



Dra. Wuryaningsih DL, M.M

NIK. 438

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH PROFITABILITAS PERUSAHAAN TERHADAP
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, DENGAN LEVERAGE
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**(Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi
yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018)**

OLEH

MUKHLIS HERMAWAN

B 100 160 355

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada hari Sabtu, 25 April 2020

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

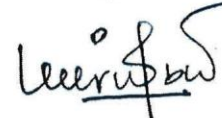
1. Jati Waskito, S.E., M.Si.

(Ketua Dewan Penguji)

()

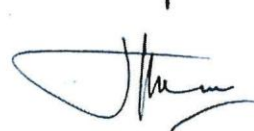
2. Dra. Wuryaningsih Dwi Lestari, M.M.

(Anggota I Dewan Penguji)

()

3. Aflit Nuryulia Praswati, S.E., M.M.

(Anggota II Dewan Penguji)

()

Dekan,



Dr. H. Samsudin, S.E., M.M.

0217 1986 031 001

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 17 Juni 2020

Penulis



MUKHLIS HERMAWAN

B100160355

**PENGARUH PROFITABILITAS PERUSAHAAN TERHADAP
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, DENGAN LEVERAGE
SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi pada Perusahaan Manufaktur
Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018)**

Abstrak

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, asset dan modal saham tertentu. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas perusahaan (ROA) terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR), dengan *leverage* (DER) sebagai variabel moderasi. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Jumlah sampel yang telah diambil sebanyak 26 perusahaan selama periode 2016-2018 dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian kali ini menggunakan *Moderate Regression Analysis* (MRA). Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Leverage* memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Kata Kunci: ROA, CSR, DER.

Abstract

Profitability is the ability of a company to generate profits for a certain period at a certain level of sales, assets and share capital. This research was conducted aiming to determine the effect of corporate profitability (ROA) on Corporate Social Responsibility (CSR), with leverage (DER) as a moderating variable. This research was conducted at the consumer goods industry sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The number of samples taken were 26 companies during the 2016-2018 period using the purposive sampling method. The method used in this study uses Moderate Regression Analysis (MRA). Profitability has a positive and significant effect on Corporate Social Responsibility (CSR). Leverage moderates the effect of profitability on Corporate Social Responsibility (CSR).

Keywords: ROA, CSR, DER.

1. PENDAHULUAN

Perusahaan dituntut agar tetap mampu untuk terus bersaing di kerasnya persaingan pasar global (Respati & Hadiprajitno, 2015). Salah satu cara agar perusahaan tetap dapat bertahan yaitu dengan memperoleh laba atau profit. Profitabilitas perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba bersih yang

diperoleh perusahaan dengan aktiva atau modal yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut, dengan kata lain profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (Respati & Hadiprajitno, 2015).

Laba atau profitabilitas perusahaan itu sendiri dapat diukur dengan menggunakan rasio profitabilitas yang terdiri dari GPM, OPM, NPM, *total assets turnover*, ROA, ROE, EPS, DPS dan *book value per share* menurut jurnal (Hidayati & Saifi, 2019). Dalam penulisan penelitian ini penulis menggunakan ROA sebagai alat ukur profitabilitas perusahaan karena dirasa rasio ini adalah rasio yang paling tepat untuk menggambarkan kemampuan perusahaan memperoleh laba dengan menggunakan setiap kekayaannya.

Rasio *leverage* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Sebaiknya perusahaan harus menyeimbangkan berapa utang yang layak diambil dan dari mana sumber-sumber yang dapat dipakai untuk membayar utang (Putri & Christiawan, 2014). *Leverage* dapat diartikan sebagai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya, dengan demikian *leverage* juga mencerminkan tingkat resiko keuangan (Ruroh & Latifah, 2018).

Tujuan secara tradisional perusahaan adalah menghasilkan laba untuk membayar para pemegang sahamnya, tetapi saat ini untuk bisnis secara berkelanjutan dalam jangka panjang, strategi CSR dilakukan untuk memenuhi tuntutan stakeholder, menghormati prinsip-prinsip etika, dan memberikan jawaban yang tepat kepada stakeholder organisasi.

2. METODE

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan *Moderate Regression Analysis* (MRA). Pada pendekatan kuantitatif ini penulis lebih menitik beratkan pada pengujian hipotesis melalui pengukuran variabel-variabel yang telah ditentukan sebelumnya yang diharapkan dapat memberikan kesimpulan dari hasil pengujian hipotesis. Jenis dan sumber data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah data

kuantitatif yang merupakan data sekunder, dimana data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini didapatkan dari laporan tahunan (*annual report*) dari perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi periode tahun 2016-2018, dengan pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan hasil sampel sebanyak 26 perusahaan selama 3 tahun.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Hasil akhir pada penelitian ini dijelaskan lebih lanjut oleh hasil perhitungan dari *SPSS Statistic* yang menjelaskan lebih lanjut mengenai pengaruh profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*, dengan *leverage* sebagai variabel moderasi pada Tabel 1, sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Sebelum Ada Moderasi

Model	β	T	Sig.	Keterangan
Konstanta	0,283			
Profitabilitas	0,009159	8,856	0,000	Signifikan
Leverage	-0,0090	-2,108	0,040	Signifikan
F		39,627		
Sig.		0,000		Signifikan
R Square		0,628		
Adjusted R Square		0,612		

Sumber: Data Laporan Keuangan Perusahaan Periode 2016-2018

Persamaan regresi model I sebelum ada moderasinya adalah:

$$CSR = 0,283 + 0,009159 \text{ Profitabilitas} - 0,0090 \text{ Leverage} + e \quad (1)$$

Koefisien konstanta sebesar 0,283 menunjukkan bahwa jika profitabilitas dan *leverage* tidak mengalami kenaikan maupun penurunan atau dalam keadaan konstan (0) maka *corporate social responsibility* (CSR) mengalami kenaikan sebesar 0,283.

Profitabilitas dengan proksi ROA sebesar 0,009159 menunjukkan bahwa ketika profitabilitas perusahaan mengalami kenaikan sebesar 1% maka *corporate social responsibility* (CSR) mengalami kenaikan sebesar 0,009159%. *Leverage* dengan proksi DER sebesar -0,0090 menunjukkan bahwa ketika *leverage*

perusahaan mengalami kenaikan sebesar 1% maka *corporate social responsibility* (CSR) mengalami penurunan sebesar 0,0090%.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Setelah Ada Moderasi

Model	β	T	Sig.	Keterangan
Konstanta	0,247			
Profitabilitas	0,012	7,545	0,000	Signifikan
Leverage	0,024	1,581	0,121	Signifikan
Profit*Leverage	-0,002	-2,226	0,031	Signifikan
F		30,295		
Sig.		0,000		Signifikan
R Square		0,664		
Adjusted R Square		0,642		

Sumber: Data Laporan Keuangan Perusahaan Periode 2016-2018

Koefisien konstanta sebesar 0,247 menunjukkan bahwa jika profitabilitas, *leverage* dan moderasi *profit*leverage* tidak mengalami kenaikan maupun penurunan atau dalam keadaan konstan (0) maka *corporate social responsibility* (CSR) mengalami kenaikan sebesar 0,247.

Profitabilitas dengan proksi ROA sebesar 0,012 menunjukkan bahwa ketika profitabilitas perusahaan mengalami kenaikan sebesar 1% maka *corporate social responsibility* (CSR) mengalami kenaikan sebesar 0,012%.

Leverage dengan proksi DER sebesar -0,024 menunjukkan bahwa ketika *leverage* perusahaan mengalami kenaikan sebesar 1% maka *corporate social responsibility* (CSR) mengalami peningkatan sebesar 0,024%.

Nilai yang dihasilkan pada profitabilitas terhadap *corporate social responsibility* (CSR) yang dimoderasi dengan *leverage* sebesar -0,002 menunjukkan bahwa *leverage* sebagai variabel moderasi mengalami kenaikan sebesar 1% memiliki dampak memperlemah profitabilitas terhadap *corporate social responsibility* (CSR) sebesar 0,002%.

3.2 Pembahasan

3.2.1 Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Studi mengungkapkan bahwa sesuai hasil penelitian yang didapat dinyatakan bahwa profitabilitas yang diprosikan *return on asset* (ROA) memiliki pengaruh

positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Hasil ini terlihat dari koefisien β_1 yang diperoleh positif 0,009159 dan nilai t sig. $0,000 < 0,05$. Hal ini menggambarkan bahwa semakin tinggi profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan maka perusahaan akan melakukan *corporate social responsibility* (CSR) semakin tinggi karena perusahaan akan memberikan alokasi dananya untuk kepedulian masyarakat sebagai wujud keuntungan yang diperoleh perusahaan tidak lepas dari peran masyarakat sebagai konsumen dalam membeli sebuah produknya.

Menurut Hadi (2011) perusahaan adalah pihak yang memperoleh keuntungan besar dalam pemanfaatan sumber daya tersebut, sementara masyarakat yang justru menanggung akibat negatif (*negative externalities*) baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung. Untuk itu perusahaan harus bertanggungjawab atas berbagai dampak negatif yang dimunculkan. Perusahaan harus mengembalikan sebagian keuntungan yang diperoleh untuk kesejahteraan masyarakat, perbaikan kerusakan yang ditimbulkan, serta memberikan nilai timbal – balik kepada para pemangku kepentingan. Dengan demikian, perusahaan harus melakukan tindakan tanggungjawab sosial, dan menjadi bagian yang tak terpisahkan dari operasionalnya.

3.2.2 Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan *Leverage* sebagai Variabel Moderasi

Studi mengungkapkan bahwa sesuai hasil penelitian yang didapat dinyatakan bahwa *leverage* mampu memoderasi secara negatif signifikan antara profitabilitas yang diproksikan *return on asset* (ROA) terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Hasil ini terlihat dari koefisien β_3 yang diperoleh positif -0,002 dan nilai t sig. $0,031 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa *leverage* yang dimiliki perusahaan akan mampu memberikan dampak semakin memperlemah dalam profitabilitas perusahaan terhadap *corporate social responsibility* (CSR).

Hubungan antara profitabilitas dan CSR dengan *leverage* sebagai variabel kontrol, dimana perusahaan dengan *leverage* tinggi memiliki kewajiban untuk

melakukan pengungkapan informasi lebih luas daripada perusahaan dengan *leverage* rendah (Rizal et al., 2017). Pengungkapan informasi yang dilakukan perusahaan digunakan untuk memenuhi kebutuhan pasar karena adanya keraguan terhadap informasi laba perusahaan.

Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. Semakin luas pengungkapan, maka makin banyak informasi yang dapat diperoleh investor, hal ini dilakukan supaya investor dapat memperoleh keyakinan atas terjaminnya hak mereka sebagai kreditur Anugerah, dkk., 2010 dalam.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Hasil analisis ini dapat disimpulkan bahwa: Profitabilitas berpengaruh positif yang signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) sehingga hipotesis pertama yang menyatakan Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) terbukti benar. *Leverage* memoderasi secara negatif dan signifikan antara profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) sehingga hipotesis kedua yang menyatakan *leverage* memoderasi pengaruh antara profitabilitas perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* terbukti benar. *Adjusted R square* sebesar 61,2%, ini menunjukkan bahwa model variabel profitabilitas dan *leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diinteraksi dengan *leverage* hanya hanya mampu dijelaskan sebesar 40,4%.

4.2 Saran

Dari hasil analisis yang dilakukan maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut: Dalam melakukan penelitian yang akan datang dengan menambah faktor-faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR) seperti NPM, DAR, *Firm Size*, dan lain sebagainya. Pihak manajemen perlu memperhatikan profitabilitas maupun hutang tersebut karena perusahaan memiliki keuntungan banyak akan mampu mengalokasikan dananya untuk *Corporate*

Social Responsibility (CSR). akan tetapi disisi lain jika perusahaan memiliki hutang yang besar maka perusahaan akan lebih memprioritas hutang untuk menjamin kelangsung hidup perusahaan sehingga *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diberikan akan semakin melemah atau menurun.

DAFTAR PUSTAKA

- April, P., Akuntansi, J. R., Wulandari, S., Zulhaimi, H., Akuntansi, P. S., & Indonesia, U. P. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Dan Jasa Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 1477–1488. <https://doi.org/10.17509/jrak.v5i2.8515>
- Putri, R. A., & Christiawan, Y. J. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Business Accounting Review*, 2(1), 61–70.
- Respati, R. D., & Hadiprajitno, P. B. (2015). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(4), 1–11.
- Rizal, Y., Kamaliyah, & Agusti, R. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan, dengan Leverage dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Kontrol (Studi pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia pada Periode 2012 S.D 2013). *Jurnal Akuntansi*, 5(2), 145–158.