

PENDAHULUAN

Perusahaan manufaktur merupakan salah satu perusahaan yang memiliki peran yang strategis dalam perekonomian nasional yaitu sebagai penyumbang devisa Negara, penyedia lapangan kerja yang besar dan sebagai perusahaan yang bisa memenuhi kebutuhan primer maupun sekunder nasional. Dalam memenuhi kebutuhan tersebut perusahaan tidak lepas dari *triple bottom lines* yaitu tanggung jawab perusahaan pada aspek sosial, lingkungan dan keuangan. Perusahaan harus memperhatikan konsep *triple bottom lines* dan secara langsung akan memberikan warna baru dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Jalal, 2007).

Banyak kasus sosial dan lingkungan di Indonesia yang menunjukkan pentingnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) antara lain PT. Freeport Indonesia yang sejak memulai operasinya pada tahun 1969 sudah menimbulkan dampak buruk bagi lingkungan serta kasus pencemaran lingkungan Lapindo pada tahun 2006. Hal ini mendorong pemerintah untuk menerbitkan regulasi yang mengatur tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu UU No. 40 Tahun 2007 pasal 74 ayat (1) tentang perseroan terbatas yang menjalankan usahanya dengan mengeksploitasi sumber daya alam diwajibkan melaksanakan tanggungjawab sosial lingkungan.

Perusahaan yang melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada umumnya akan mengungkapkannya dalam laporan tahunan (*annual report*). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga telah diatur dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 paragraf 9 yang menyatakan bahwa perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambahan, khususnya bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Manfaat dari pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan yaitu pengungkapan *Corporal* langsung dalam keuangan di masa mendatang, sebagai wujud dialog antara manajemen dengan *stakeholder*, serta citra baik yang dihasilkan oleh perusahaan yang melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sehingga perusahaan mendapatkan kepercayaan dari investor dan masyarakat

(Anggraini, 2006). Dengan adanya kepercayaan dari investor maupun masyarakat atas dampak dari citra perusahaan, akan lebih memudahkan perusahaan untuk memasarkan produk ke setiap masyarakat. Hal tersebut yang nantinya bisa meningkatkan perofitabilitas dari suatu perusahaan. Sedangkan manfaat yang ditimbulkan untuk kinerja perusahaan adalah dapat memberikan petunjuk dalam pembuatan keputusan dan kegiatan organisasi sebagai dasar penentu strategi perusahaan di masa yang akan datang dan sebagai penentu kebijakan penanaman modal agar dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas perusahaan (Siswardani, 2012).

Penelitian terdahulu sudah banyak dilakukan untuk membuktikan pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap biaya operasioanal dan kinerja keuangan (profitabilitas). Kotler dan Lee (2005) dalam Solihin (2009) menyatakan bahwa penerpan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat menurunkan biaya operasi suatu perusahaan, karena setelah diterapkannya *Corporate Social Responsibility* (CSR), perusahaan akan mengurangi biaya pemasaran dan mengganti dengan biaya *Corporate Social Responsibility* (CSR). Menurut Earnhart & Lizal (2010) dalam Leki dan Christiawan (2013) menyatakan bahwa penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat meningkatkan efisiensi penggunaan bahan baku dan *overhead* (berpengaruh pada penggunaan air dan listrik) sehingga mengurangi biaya operasional perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Sullivan (1998) menemukan bahwa reputasi perusahaan dapat dijadikan jaminan bagi pelanggan untuk menilai kualitas produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan. Dengan demikian, semakin baik reputasi perusahaan, maka semakin meningkat pula pembelian oleh pelanggan sehingga penjualan akan meningkat serta profitabilitas perusahaan juga meningkat.

Permanasari (2010) meneliti pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan (*Return on Asset* – ROA) maupun biaya operasional (OER) dan besaran pajak penghasilan. Hasil menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dengan kinerja keuangan dan biaya operasional. Sedangkan pada penelitian Leki dan Christiawan (2013) menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak

berpengaruh dengan biaya operasional. Karena adanya hasil penelitian yang berbeda dan tidak sejalan maka peneliti tertarik meneliti ulang untuk melakukan konfirmasi hasil penelitian yang berbeda tersebut.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan Artisa (2013) dimana penelitian tersebut meneliti tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap biaya operasional dan profitabilitas pada tahun 2011-2012. Dengan objek penelitian yaitu industri tekstil dan *garment* dan indikator pengukuran CSR menggunakan GRI generasi ke-3, namun dalam penelitian ini terdapat perbedaan dengan peneliti terdahulu, yaitu tidak terfokus pada perusahaan tekstil saja namun sampel diambil dari seluruh perusahaan manufaktur yang tercatat dalam Bursa Efek Indonesia dan penelitian ini pengungkapan CSR akan diukur menggunakan indikator GRI generasi ke-4. Kinerja *Corporate Social Responsibility* (CSR) diukur melalui tingkat pengembalian atas ekuitas (*Return on Equity* – ROE) dengan variabel kontrol ukuran perusahaan (*SIZE*). Variabel kontrol merupakan variabel yang diduga dapat berpengaruh terhadap variabel dependen, dimana variabel ukuran perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini akan diukur dari total aset perusahaan yang menunjukkan skala ekonomis sebuah perusahaan (Margaretta, 2009). Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin besar skala produksi perusahaan itu, serta mampu menghasilkan laba dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil (Leki dan Christiawan, 2013). Perusahaan dengan ukuran besar relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil (Sunarto dan Budi, 2009).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi adanya pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap biaya operasional dan profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2015.

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Selain itu hasil penelitian ini dapat digunakan oleh manajemen perusahaan sebagai bahan pertimbangan bagi kebijakan perusahaan terkait pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

(CSR) dan untuk meningkatkan tanggung jawab dan kepedulian terhadap lingkungan serta diharapkan dapat memberikan wacana bagi investor dalam mempertimbangkan aspek-aspek dalam investasi.

TELAAH TEORITIS

Teori Stakeholder

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori *Stakeholder*. *Stakeholder theory* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder* nya (pemegang saham, kreditur, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut.

Menurut Daniri (2007) dalam Oktaviani (2011), salah satu alasan mengapa *Corporate Social Responsibility* (CSR) didasarkan pada teori *Stakeholder* bahwa keberadaan perusahaan bukan semata-mata bertujuan melayani kepentingan pemegang saham (*shareholder*) melainkan juga untuk melayani kepentingan-kepentingan pihak lainnya (*Stakeholder*) termasuk masyarakat. Penggunaan teori ini menekankan bahwa perusahaan memiliki tanggungjawab sosial yang menuntut mereka mempertimbangkan semua kepentingan berbagai pihak (*Stakeholder*) yang terkena pengaruh dari tindakannya.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut *World Business Council for Sustainable Development* menjelaskan CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak secara etis dan memberikan kontribusi kepada perkembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat secara luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjaannya beserta seluruh keluarganya. Sedangkan menurut ISO 26000, *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan

harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta integrasi dengan organisasi secara menyeluruh (Jalal, 2007). Tanggung jawab harus berpijak pada *triple bottom lines*, yang terdiri atas aspek *financial*, aspek sosial, dan aspek lingkungan. Dengan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup di sekitar maka keberlanjutan suatu perusahaan akan lebih terjamin.

Dalam penelitian ini menggunakan indikator dari *Global Reporting Initiative* (GRI) generasi ke-4, berbeda dengan generasi sebelumnya dengan jumlah indikator 79 item, pada generasi ke-4 ini terdapat total 91 item. Jumlah indikator CSR di kelompokkan ke dalam enam kategori, yaitu:

1. Indikator Kinerja Ekonomi 9 item
2. Indikator Kinerja Lingkungan 34 item
3. Indikator Kinerja Tenaga Kerja 16 item
4. Indikator Hak Asasi Manusia 12 item
5. Indikator Masyarakat 11 item
6. Indikator Kinerja Produk 9 item

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengungkapan adalah pengeluaran informasi yang di tunjukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Pengungkapan tanggungjawab sosial (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) adalah suatu bentuk pertanggungjawaban yang seharusnya dilakukan perusahaan atas dampak positif atau negatif yang ditimbulkan karena aktivitas operasi perusahaan dalam periode tertentu (Sari, 2012). Pengukuran dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang akan dilakukan dalam penelitian ini mengacu pada penelitian Rahayu (2010), yang mengelompokkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) kedalam enam kategori pengungkapan, yaitu: kinerja ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, kemasyarakatan, dan kinerja produk.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility*(CSR) terhadap Biaya Operasional

Hipotesis ini memprediksi bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan membuat biaya operasional perusahaan lebih rendah di masa yang akan datang. Menurut hasil penelitian Earnhart dan Lizal (2010) menunjukkan bahwa *corporate environmental performance* berpengaruh positif

terhadap profit yang turut mempengaruhi penurunan biaya. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan secara tidak langsung akan membentuk *brand image* bagi masyarakat. *Corporate Social Responsibility* (CSR) sendiri adalah bentuk tanggung jawab perusahaan kepada karyawan, masyarakat, dan atau lingkungan atas kegiatan operasional perusahaan. Namun kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga bisa dilakukan untuk melakukan penghematan biaya, dengan cara eko-efisiensi.

Menurut Bambang Praswanto, M.Sc., selaku sekretaris Forum Eko Efisiensi Provinsi DIY, eko-efisiensi adalah upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk menghasilkan produk dengan menggunakan sumber daya secara lebih hemat, serta menghasilkan limbah yang minimal atau sama sekali tidak ada limbah. Untuk menerapkan eko-efisiensi dapat dilakukan dengan *carareused* dan *recycle* serta melakukan penghematan listrik dan air (Leki dan Christiawan, 2013). Salah satu keunggulan dari CSR yang dirasakan secara tidak langsung adalah perusahaan telah melakukan investasi yang manfaatnya akan diperoleh dalam jangka panjang. Ketika perusahaan melakukan CSR secara terus-menerus maka dapat menciptakan proses produksi yang semakin efisien sehingga mengakibatkan penurunan biaya operasional (Leki dan Christiawan, 2013). Selain itu, CSR juga berfungsi sebagai sarana untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat, sehingga perusahaan bisa mengurangi biaya iklan dan promosi (Kotler dan Lee, 2005 dalam Leki dan Christiawan, 2013). Dari pengertian yang telah diuraikan dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif terhadap Biaya Operasional

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Profitabilitas

Permanasari (2010) telah melakukan penelitian terhadap pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap tingkat profitabilitas, besaran pajak penghasilan dan biaya operasi pada perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia. Penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat berdampak pada perbaikan persepsi dan perilaku

konsumen, termasuk meningkatnya keputusan dalam pembelian yang pada akhirnya akan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Selain itu ketika perusahaan mampu melakukan inovasi produk yang ramah lingkungan maka hal ini akan membentuk *brand image* perusahaan yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sebuah produk yang dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan (Hokerst et al, 2007 dalam Leki dan Christiawan, 2013)

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat digunakan sebagai alat *marketing* baru bagi perusahaan bila dilakukan secara berkelanjutan. Untuk melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berarti perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya namun juga bisa mengurangi biaya lain seperti biaya iklan dan promosi. Semakin besar kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka semakin besar pula biaya yang di keluarkan, dan semakin luas pula jangkauan masyarakat yang akan mempengaruhi citra perusahaan di mata konsumen dan masyarakat. Peningkatan citra inilah yang diharapkan dapat mendukung kegiatan operasional mereka dan membantu memperoleh profitabilitas (Setyo, 2005).

Untuk mengukur rasio profitabilitas di gunakan *Return On Equity* (ROE). ROE dapat menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu (tidak hanya berfokus pada jangka pendek) dan dapat digunakan untuk mengukur tingkat efektifitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaannya. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan memberikan hasil langsung maupun tidak langsung dalam keuangan di masa mendatang, serta citra baik yang dihasilkan oleh perusahaan yang melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sehingga perusahaan mendapatkan kepercayaan dari investor dan masyarakat. Dari pengertian yang telah diuraikan dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2 :*Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap profitabilitas

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2015. Alasan memilih perusahaan manufaktur karena perusahaan tersebut memiliki kontribusi besar dalam memunculkan masalah-masalah sosial seperti polusi, keamanan produk, dan tenaga kerja. Hal yang disebabkan karena perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang paling banyak berinteraksi dengan masyarakat. Selain itu perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang menjual produk kepada konsumen sehingga isu keselamatan dan keamanan produk serta kegiatan tanggung jawab sosial penting untuk diungkapkan kepada masyarakat ataupun kepada para *stakeholder* (Sulastini, 2007).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*, adapun kriteria yang digunakan sebagai berikut :

1. Laporan tahunan perusahaan manufaktur yang telah terdaftar di BEI tahun 2014-2015.
2. Laporan tahunan perusahaan menggunakan mata uang rupiah dalam laporan keuangannya.
3. Laporan keuangan perusahaan menunjukkan hasil laba selama 2014-2015.
4. Variabel-variabel yang diteliti tersedia lengkap.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa laporan tahunan (*annual report*) tahun 2014-2015 yang diakses melalui *website* Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id .

Variabel Penelitian

Variabel Independen

Variabel independen pada penelitian ini adalah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Pengungkapan CSR diukur menggunakan *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI) dengan menggunakan indikator GRI generasi ke-4. Standar GRI dipilih karena merupakan aturan internasional yang telah diakui oleh perusahaan di dunia (Nurkhin, 2009) dan lebih memfokuskan pada standar

pengungkapan berbagai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan (Waryanto, 2010)

Pengukuran CSDI yang akan digunakan mengacu pada penelitian Haniffa et al. (2005) dalam Sayekti dan Wondabio (2007). Pendekatan untuk menghitung CSDI menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item pengungkapan CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya, skor tiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk tiap perusahaan. Untuk rumus perhitungan CSDI adalah sebagai berikut:

$$CSDI_j = \frac{\sum X_{I_j}}{n_j}$$

Keterangan :

$CSDI_j$: *Corporate Social Disclosure* Index perusahaan j

$\sum X_{I_j}$: Jumlah item *Corporate Social Responsibility* yang diungkapkan perusahaan

n_j : Jumlah item untuk perusahaan j, $n_j = 91$

(Hapsoro, 2012)

Variabel Dependen

1. Biaya Operasional

Dalam penelitian ini biaya operasional dapat dihitung secara matematis menggunakan *Operating Expense Ratio* (OER) dengan rumus :

$$OER = \frac{\text{Biaya Operasional}}{\text{Pendapatan Operasional}}$$

(Leki dan Christiawan, 2013)

2. Profitabilitas

Profitabilitas perusahaan dapat dihitung dari tingkat pengembalian atas ekuitas (*Return On Equity* – ROE) dengan rumus :

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih Sesudah pajak}}{\text{Modal Sendiri}}$$

(Artisa, 2013)

Variabel Kontrol

Ukuran Perusahaan (*SIZE*)

Ukuran perusahaan adalah suatu ukuran yang menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan, antara lain dilihat dari total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan total aset (Widjadja, 2009 dalam Leki dan Christiawan 2013). Semakin besar total aset atau penjualan maka semakin besar pula ukuran perusahaan. Menurut Brigham & Houston (2001) yaitu semakin besar perusahaan akan semakin mudah mengakses pasar modal sehingga mudah untuk mendapatkan dana yang dibutuhkan dari kreditor. Dengan diperolehnya dana tersebut, maka perusahaan dapat berinvestasi, seperti membeli aset untuk memenuhi permintaan produk dan memperluas pangsa pasar. Dengan demikian penjualan akan meningkat. Ukuran perusahaan dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{Firm Size} = \text{Log}(\text{total assets})$$

(Waryanto, 2010)

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Berganda untuk menguji hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Model teknik tersebut dapat digambarkan pada skema berikut:

$$OER = \beta_0 + \beta_1 CSDI + \beta_2 SIZE + e$$

$$ROE = \beta_0 + \beta_1 CSDI + \beta_2 SIZE + e$$

Keterangan :

ROE : *Return On Equity*

CSDI : *Corporate Social Disclosure Index*

OER : *Operating Expense Ratio*

$\beta_0 - \beta_2$: Koefisien yang di estimasi

e : Error Term, tingkat kesalahan penyesuaian yang diduga

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan yang dipublikasikan melalui situs Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dari populasi perusahaan manufaktur pada tahun 2014 dan 2015 sebanyak 291 sampel, namun berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya, diperoleh sampel sebanyak 105 sampel. Tahun 2014 dan 2015 dipilih sebagai tahun pengamatan yang paling dekat dengan dimulainya penelitian yaitu 2016, sehingga peneliti merasa data yang diperoleh pada dua tahun tersebut adalah data terbaru yang disajikan oleh perusahaan dan data dinilai masih relevan dengan kondisi perusahaan saat ini. Proses pengambilan sampel dapat dilihat pada table 1.

Tabel 1. Proses Pemilihan Sampel

Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2014-2015	291
Perusahaan Manufaktur yang belum mempublikasikan laporan tahunan tahun 2014-2015	(48)
Perusahaan Manufaktur yang tidak memiliki pengungkapan CSR di dalam laporannya	(44)
Perusahaan Manufaktur yang tidak menyajikan laporan keuangannya dalam mata uang rupiah tahun 2014-2015	(49)
Tidak memiliki laba selama tahun 2014-2015	(45)
Jumlah Sampel	105

Sumber Data : Data Sekunder 2017

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui deskriptif data yang dilihat dari nilai maksimum, nilai minimum, nilai rata-rata dan nilai standar deviasi. Berdasarkan analisis statistik deskriptif diperoleh gambaran perusahaan sebagai berikut :

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

	N	Minimum	Mean	Maximum	Std. Deviation
CSDI	105	0,29	0,42	0,67	0,06
OER	105	0,79	0,91	1,00	0,05
ROE	105	-0,07	0,09	0,32	0,07
SIZE	105	25,01	28,16	33,09	1,70
Valid N (list wise)	105				

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2017

Variabel CSDI memiliki rata-rata sebesar 0.42, yang artinya perusahaan melakukan pengungkapan item-item *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 42%. dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terdapat 91 sub item pengungkapan yang harus diungkapkan artinya rata-rata setiap perusahaan mengungkapkan 37 sub item dari 91 sub item yang ada. Sedangkan OER memiliki rata-rata sebesar 0.91, yang berarti perusahaan memiliki biaya operasional sebesar 91% dari pendapatan operasional diluar pendapatan lain-lain yang diperoleh perusahaan. Variabel ROE dalam penelitian ini memiliki rata-rata sebesar 0.09 artinya perusahaan memiliki laba bersih sesudah pajak sebesar 9% dari modal sendiri yang dimiliki perusahaan.

Untuk mengetahui rata-rata item *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diungkapkan oleh seluruh perusahaan, dapat dilihat melalui tabel tiga.

Tabel 3.
Rata-rata item-item Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Item yang diungkapkan	Rata-rata pengungkapan
Ekonomi	0,42
Lingkungan	0,43
Tenaga Kerja	0,34
Hak Asasi Manusia	0,27
Masyarakat	0,23
Tanggung Jawab Produk	0,32

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2017

Dari Tabel 3 dapat diketahui bahwa rata-rata pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tertinggi adalah sebesar 0.43 pada item lingkungan. Artinya, 43% dari keseluruhan item lingkungan telah diungkapkan. Hal ini membuktikan bahwa perusahaan cenderung memperhatikan aspek lingkungannya dalam melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sedangkan nilai terendah sebesar 0,23 pada item masyarakat. Artinya, dari keseluruhan item yang ada hanya 23% yang diungkapkan perusahaan-perusahaan. Hal ini menunjukkan perusahaan kurang memperhatikan aspek keterlibatan masyarakat.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Pada umumnya model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali 2005).

Tabel 4. Ringkasan Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
CSR	.926	1.080
SIZE	.926	1.080
<i>Dependent Variable : OER</i>		

Variabel	Tolerance	VIF
CSR	.926	1.080
SIZE	.926	1.080
<i>Dependent Variable : OER</i>		

Dari hasil pengujian Lampiran 6 menunjukkan nilai *tolerance* lebih besar dari 0.100 yaitu sebesar .926 pada kedua variabel. Hasil nilai VIF lebih kecil dari 5 yaitu sebesar 1.080. Dari kedua hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas.

2. Uji Autokorelasi

Tabel 5. Pengujian Autokorelasi

	Nilai	Pengujian			
		$d < dL$	$d > (4-dL)$	$dU < d < (4-dU)$	$dU < d < dL$
D	2.200	Tidak memenuhi, terdapat gejala autokorelasi positif.	Tidak memenuhi, tidak terdapat gejala autokorelasi negatif.	Memenuhi, tidak terdapat gejala autokorelasi.	Tidak memenuhi, pengujian tidak dapat disimpulkan.
dI	1.6433				
du	1.7208				
4-dU	2.2792				
4-dL	2.3567				
<i>Dependent Variable: OER</i>					

	Nilai	Pengujian			
		$d < dL$	$d > (4-dL)$	$dU < d < (4-dU)$	$dU < d < dL$
D	2.114	Tidak memenuhi, tidak terdapat gejala autokorelasi positif.	Tidak memenuhi, tidak terdapat gejala autokorelasi negatif.	Memenuhi, tidak terdapat gejala autokorelasi.	Tidak memenuhi, pengujian tidak dapat disimpulkan.
dI	1.6433				
dU	1.7208				
4-dU	2.2792				
4-dL	2.3567				
<i>Dependent Variable: ROE</i>					

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya (Ghozali 2005). Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi dapat dilihat melalui nilai uji Durbin-Watson (DW test) dengan ketentuan sebagai berikut, jika $d < dL$ maka terdapat gejala autokorelasi positif, jika $d > (4 - dL)$ maka terdapat gejala autokorelasi negatif, jika $dU < d < (4 - dU)$ maka tidak terdapat gejala autokorelasi, dan jika $dU < d < dL$ maka pengujian tidak meyakinkan.

Menurut hasil dari Lampiran 6, nilai masing-masing Durbin Waston untuk variabel OER sebesar 2.200 dan variabel ROE sebesar 2.114. Jumlah sampel penelitian ini (N) sebanyak 105 dengan 3 variabel (k), sehingga diketahui nilai tabel dU sebesar 1.7208 dan dL 1.6433. Pada tabel diatas hasil analisis menunjukkan bahwa pada variabel OER tidak terdapat gejala autokorelasi positif maupun negatif begitu juga pada variabel ROE hasil uji menunjukkan tidak terdapat gejala autokorelasi positif maupun negatif. Sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat gejala autokorelasi dalam penelitian ini.

3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali 2005). Selain menggunakan uji grafik *scatterplot* untuk menguji terjadinya heteroskedastisitas bisa dilakukan dengan uji glejser. Uji glejser dilakukan dengan meregresi nilai absolute residual terhadap variabel independen.

Tabel 6. Ringkasan Uji Glejser

Variabel	Sig.	Variabel	Sig.
Constant	.402	Constant	.374
CSR	.883	CSR	.466
SIZE	.913	SIZE	.795
<i>Dependent Variable: RES_OER</i>		<i>Dependent Variable: RES_ROE</i>	

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan uji Glejser, dimana uji ini menguji meregresi nilai absolute residual terhadap variabel independen (Ghozali 2005). Hasil uji Glejser semua variabel penelitian menunjukkan bahwa besar nilai signifikansi 0.374 sampai 0.402 (diatas 0.05) sehingga data terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

4. Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Suatu model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali 2005).

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov pada lampiran 6 menunjukkan nilai *asympt. sig. (2-tailed)* variabel OER sebesar 0.080 dan pada nilai *asympt. sig. (2-tailed)* variabel ROE sebesar 0.200, yang dimana melebihi batas minimal yaitu 0.05. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal.

Pengujian Hipotesis dan Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda dapat dilihat pada Tabel 7 dan 8.

Corporate Social Responsibility (CSR) dan Biaya Operasional

Tabel 7. Uji Regresi

Variabel Dependen	B	t Hitung	Sign.
(Constant)	1.106	13.161	.000
CSDI	-.009	-.103	.918
SIZE	-.007	-2.185	.031

Dependen variabel : OER, R-square = 4.9%, *Adj R*²=0.031

Sumber data : Data setelah diolah dengan SPSS

Dilihat dari hasil pengujian hipotesis pada Tabel 7 dapat diketahui *Adjusted R²* sebesar 0.031 yang berarti hanya 3.1% OER di jelaskan variabel CSDI dan variabel kontrol (*SIZE*), sedangkan 96,9% dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model misalnya praktik penerapan *Good Corporate Governance* dalam perusahaan seperti promosi kepemilikan saham, proporsi komisaris independen dan ukuran komite audit yang akan mempengaruhi pengembalian keputusan dalam melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan kegiatan operasional perusahaan lainnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel CSDI dan variabel kontrol (*SIZE*) tidak memberikan pengaruh terhadap OER. Dari tabel diatas menunjukkan bahwa variabel CSDI memiliki koefisien sebesar -0.009 dengan signifikansi sebesar 0.918. Pada taraf signifikansi level 5 persen, nilai signifikansi sebesar 0.918 lebih besar dari taraf signifikansi yang ditentukan, yang berarti H_1 ditolak. Hal ini berarti bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap OER perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Bosch et al (1998) dalam Leki dan Chirtiawan (2012) yang mengungkapkan bahwa praktik program *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap biaya operasional.

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia sifatnya *mandatory*, sehingga motivasi utama perusahaan melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bukan bertujuan untuk tanggungjawab sosial melainkan agar perusahaan mematuhi undang-undang yang telah ditetapkan pemerintah. Selain itu kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) banyak dilakukan perusahaan hanya untuk menghindari konflik terhadap masyarakat maupun dengan karyawan atas dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas operasional perusahaan. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan manufaktur juga dilakukan dengan maksud bermacam-macam misalnya peningkatan keamanan produk dan peningkatan kebersihan dalam pengolahan produk, bukan pada kegiatan penghematan dan efisiensi energi. Hal ini menyebabkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap Biaya Operasional. Selain itu, manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) bisa dirasakan dalam jangka panjang (Leki dan Christiawan, 2013) dan penelitian ini dilakukan pada laporan

keuangan (ROE dan OER) dengan laporan tahunan (*annual report*) khususnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) di tahun yang sama, sehingga hasil yang diperoleh tidak menunjukkan pengaruh.

Hasil yang diperoleh Tabel 7 menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan (*SIZE*) sebagai variabel kontrol memiliki koefisien sebesar -0.007 dengan signifikansi sebesar 0.031. Pada taraf signifikansi level 5 persen, nilai signifikansi sebesar 0.031 lebih kecil dari pada taraf yang ditentukan, hal ini berarti variabel ukuran perusahaan (*SIZE*) berpengaruh terhadap biaya operasional perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan (*SIZE*) maka semakin besar pula biaya operasional yang dikeluarkan. Karena Ukuran perusahaan (Widjadja, 2009) adalah suatu ukuran yang menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan, antara lain total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan total aset. Semakin tinggi total penjualan perusahaan maka semakin tinggi biaya untuk memproduksi barang dalam jumlah yang besar.

Corporate Social Responsibility (CSR) dan Profitabilitas

Tabel 8. Uji Regresi

Variabel Dependen	B	t Hitung	Sign.
(Constant)	-.154	-1.319	.190
CSDI	-.124	-1.031	.305
SIZE	.011	2.509	.014

Dependen variabel : ROE, R-square = 5.9%, *Adj R*²=0.041

Sumber data : Data setelah diolah dengan SPSS

Dari pengujian hipotesis R^2 sebesar 0.059 dan *Adjusted R²* sebesar 0.041. Hal ini dapat diartikan bahwa hanya 4.1% ROE dapat dijelaskan oleh variabel CSDI dan variabel kontrol (*SIZE*) sementara 95.9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar model misalnya ukuran dewan komisaris sebagai proksi dari *Good Corporate Governance* yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dan penentu kebijakan perusahaan dalam melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sehingga dengan demikian variabel CSDI dan variabel kontrol (*SIZE*) tidak memberikan pengaruh terhadap ROE. Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel CSDI memiliki koefisien sebesar -0.124 dengan signifikansi sebesar 0.305. Pada taraf signifikansi level 5 persen, nilai signifikansi sebesar 0.305 lebih besar dari taraf signifikansi yang ditentukan, yang berarti H_2 ditolak. Hal ini berarti bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.

Hasil penelitian ini sama seperti penelitian Kurnianto dan Preatiwi (2009) dalam Sitanggang (2012) yang menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE (ukuran kinerja keuangan) perusahaan satu tahun mendatang. Namun, penelitian ini berbanding terbalik dengan yang dikemukakan oleh Earnheart dan Lizal (2010) dalam Leki dan Christiawan (2013) bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap profitabilitas yang disebabkan oleh penurunan biaya.

Pada penelitian Titisan et al. (2010) dalam Yaparto (2013) menjelaskan bahwa penyebabnya dikarenakan isu mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan hal yang relatif baru di Indonesia. Selain itu, kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan di Indonesia bersifat *mandatory* sehingga *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan merupakan sebuah upaya perusahaan untuk meyakinkan konsumen untuk memilih produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Sehingga banyak atau sedikit kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan perusahaan. Pada penelitian ini *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak memberikan pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan, karena kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

ini akan dirasakan dalam jangka panjang bagi reputasi perusahaan (Leki dan Christiawan, 2013).

Hasil dari Tabel 8 menunjukkan bahwa variabel *SIZE* memiliki koefisien sebesar 0.011 dengan signifikan sebesar 0.014. Pada taraf level 5 persen, nilai ini lebih kecil dari taraf signifikan yang ditentukan, yang berarti variabel kontrol memiliki pengaruh terhadap profitabilitas. Semakin maksimal aktiva perusahaan maka laba yang akan didapat menjadi maksimal pula, karena aktiva perusahaan digunakan oleh perusahaan untuk kegiatan operasional perusahaan yang tujuannya untuk menghasilkan laba (Ambarwati dan Yuniarti, 2014). Ukuran perusahaan bisa dilihat dari total aset perusahaan. Menurut Astuti dan Zuhrotun (2007) dalam Basir (2013), perusahaan dengan total aset yang besar mencerminkan kemampuan perusahaan. Hasil studi ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Merti Sri Devi (2005) dalam Ambarwati dan Yuniarta (2014) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan Kimia dan Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2008-2011. Dikarenakan data yang digunakan mayoritas perusahaan besar, dimana perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang sudah besar akan lebih meningkatkan penjualannya secara tidak langsung profitabilitas juga akan meningkat.

PENUTUP

Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap biaya operasional dan profitabilitas. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap biaya operasional dan profitabilitas perusahaan. Dikarenakan dalam pengujian ini periode pengukuran pengungkapan CSR sama dengan periode kinerja perusahaan. Dengan adanya hal tersebut pengaruh dari CSR ini sendiri akan meningkatkan biaya operasional dan menurunkan profitabilitas. Namun pada variabel ukuran perusahaan (*SIZE*) sebagai variabel kontrol berpengaruh signifikan terhadap biaya operasional maupun profitabilitas.

Implikasi

Berdasarkan hasil pengujian, maka implikasi teoretis dari penelitian ini adalah penelitian ini sejalan penelitian yang dilakukan oleh Artisa (2013) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap biaya operasional dan profitabilitas. Akan tetapi, hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Permanasari (2010), Kotler dan Lee (2005) dalam Solihin (2009), Earnhart dan Lizal dalam Leki dan Christiawan (2013) yang menyimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap biaya operasional dan profitabilitas.

Keterbatasan dan Saran Untuk Peneliti Mendatang

Penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu; (1) Jumlah sampel penelitian yang relatif terbatas sejumlah 105 data perusahaan dari total populasi penelitian sejumlah 291 perusahaan manufaktur. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah sampel penelitian, sehingga dapat mewakili populasi penelitian. (2) Penilaian pengungkapan item *Corporate Social Responsibility* (CSR) terdapat unsur subjektivitas dalam proses analisis. (3) Dalam penelitian ini hanya menggunakan periode penelitian selama 2 tahun, sehingga hasil jangka panjang diabaikan. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk memperpanjang periode, minimal 3 tahun agar dapat memprediksi hasil penelitian jangka panjang. (4) Periode pengukuran tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sama dengan periode kinerja operasional perusahaan, sehingga tidak merefleksikan manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR).