

**PENGARUH TIPE INDUSTRI, UKURAN PERUSAHAAN, DAN
PROFITABILITAS TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2016-2018**

Akhmada Faidah*

M. Cholid Mawardi**

Siti Aminah Anwar***

ahmada.faidah@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tipe industri, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018. Pengumpulan data menggunakan metode purposive sampling untuk perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2018. Ada 50 perusahaan yang dijadikan sampel penelitian. Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan analisis regresi berganda. Penelitian ini menggunakan variabel independen seperti tipe industri, ukuran perusahaan, dan profitabilitas. Sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah *corporate social responsibility*. Hasil model regresi menunjukkan secara simultan tipe industri, ukuran perusahaan dan profitabilitas mempengaruhi *corporate social responsibility*. sementara tipe industri dan profitabilitas mempengaruhi *corporate social responsibility*, tetapi ukuran perusahaan tidak mempengaruhi *corporate social responsibility*.

Kata kunci: *corporate social responsibility*, tipe industri, ukuran perusahaan, profitabilitas.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of industry type, company size, and profitability on social responsibility in manufacturing companies listed on the Stock Exchange in 2016-2018. Data collection uses a purposive sampling method for manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016-2018. There are 50 companies used as research samples. Hypothesis testing is done by multiple regression analysis. This study uses independent variables such as: industry type, company size, profitability; and the dependent variable used is corporate social responsibility. The results of the regression model show simultaneously the type of industry, company size and profitability affect corporate social responsibility. while partially the type of industry and profitability affect corporate social responsibility, but the size of the company does not affect corporate social responsibility.

Keywords: *corporate social responsibility, industry type, company size, profitability.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perusahaan sebagai bagian dari masyarakat dan lingkungan perlu menyadari bahwa keberhasilan atau prestasi yang dicapai bukan hanya dipengaruhi oleh faktor internal melainkan juga dipengaruhi oleh masyarakat dan lingkungan atau komunitas disekitar perusahaan (Rahman, 2009). Oleh karena itu perusahaan diharuskan untuk melakukan suatu tindakan terhadap masyarakat dan lingkungan sebagai bentuk kepedulian dan tanggung jawab perusahaan, dengan demikian perusahaan sebaiknya melakukan pertanggung jawaban sosial perusahaan atau bisa disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya mementingkan kepentingan perusahaan sendiri melainkan lebih menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan secara lebih luas (*Stakeholder*). Kepedulian perusahaan sebagai tanggung jawab sosial terwujud dalam komitmen perusahaan untuk mempertanggung jawabkan dampak-dampak yang telah dijalankan pada sebagian kegiatan dalam perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan untuk mengatasi dampak kegiatan dan keputusan perusahaan dalam bentuk tanggung jawab sosial tersebut, tidak di pungkiri bahwa setiap kegiatan yang dijalankan oleh sebuah perusahaan tidak terlepas dari dampak positif maupun dampak negatif.

Di Indonesia bentuk program *corporate social responsibility* sebagian besar lebih memberikan dana secara sukarela belum berupa kegiatan pemberdayaan masyarakat. Dalam hal ini, program *corporate sosial responsibility* hanya memberikan bantuan material terhadap sasaran tanpa didukung oleh proses pemberdayaan masyarakat melalui penyuluhan, pelatihan sehingga masyarakat dapat mandiri. Bantuan dari perusahaan berupa modal, fasilitas pendidikan, kesehatan dan sebagainya masih bersifat *top down* dan kurang memperhatikan aspirasi masyarakat. Dengan demikian banyak proses *corporate social responsibility* yang tidak tercapai programnya (Shaleh, 2010). Selain itu perusahaan belum menganggap bahwa *corporate social responsibility* merupakan investasi sosial bagi perusahaan sehingga program *corporate social responsibility* perlu menjadi bagian dari etika bisnis mereka (Joseph, 2009:406).

Dalam penelitian Fauzi, et al. (2007) mendapatkan bukti empiris apabila terdapat hubungan positif dan signifikan antara ROA dengan *corporate social performance* yang menyatakan bahwa jika perusahaan memiliki tingkat ROA yang tinggi, otomatis perusahaan mempunyai dana yang cukup untuk dialokasikan pada kegiatan sosial dan lingkungan dengan begitu tingkat pengungkapan pertanggung jawaban sosial oleh perusahaan akan tinggi.

Dalam menerapkan *corporate social responsibility* dalam perusahaan akan menghasilkan dampak positif terhadap lingkungan seperti menjalin hubungan baik dengan masyarakat, selain itu *corporate social responsibility*

dapat menjadi nilai tambah bagi pihak eksternal perusahaan terutama pihak investor sehingga para investor dapat mempercayakan penanaman modal diperusahaan yang bersangkutan. Dengan demikian akan menumbuhkan kerja sama antar perusahaan serta meningkatkan citra perusahaan yang khas dan etis dimata publik yang akan menciptakan *customer loyalty*. Dikarenakan hal tersebut maka peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam terkait *corporate social responsibility* dan faktor yang mempengaruhinya.

Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana pengaruh tipe industri, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap *corporate social responsibility*?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk memberikan data secara empiris tentang pengaruh tipe industri, ukuran perusahaan dan profitabilitas. Sedangkan manfaatnya adalah memberikan modal atau bekal pengetahuan mengenai pengaruh tipe industri, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap *corporate social responsibility*. Manfaat bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan bisa dijadikan referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya disamping sebagai sarana untuk menambah wawasan.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri melainkan mampu memberikan manfaat terhadap *stakeholdernya* (Ghozali dan Chariri 2007:409). Dengan demikian, keberadaan perusahaan akan dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan terhadap *stakeholder* perusahaan tersebut. Pada dasarnya tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya memaksimalkan laba demi kepentingan pemegang saham tetapi lebih menciptakan kesejahteraan bagi kepentingan *stakeholder*, yang meliputi semua pihak terhadap keterkaitan perusahaan. Adapun teori *stakeholder* ini perusahaan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Manfaat tersebut bisa diterapkan menggunakan *corporate social responsibility* (CSR).

Corporate Social Responsibility

Tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR) merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap dampak dari keputusan dan kegiatan kepada masyarakat dan lingkungan (Sudana 2011:10). Jadi, dapat disimpulkan CSR merupakan perusahaan yang memberikan kontribusi jangka panjang terhadap masyarakat atau lingkungan dalam menciptakan suatu

lingkungan yang baik. Kontribusi tersebut bisa berupa banyak hal, misalnya bantuan dana, bantuan tenaga ahli, bantuan berupa barang, dan lain-lain.

Adapun penelitian ini menggunakan pendekatan *interpretative* dalam melakukan *content analysis* atas pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap laporan tahunan. Dalam *content analysis* lebih mengacu pada *checklist item* yang digunakan oleh *Guideline Content Index (GRI)*, terdapat enam dimensi didalamnya yaitu dimensi lingkungan, masyarakat, ekonomi, tenaga kerja, tanggung jawab produk dan hak asasi manusia. Cara menghitung CSR dapat menggunakan rumus :

$$\text{CSR} = \frac{n}{k}$$

Tipe Industri

Tipe industri merupakan suatu perusahaan yang memiliki karakteristik dalam bidang usaha, risiko usaha, karyawan yang dimiliki, dan lingkungan perusahaan. Tipe industri dapat dibedakan menjadi dua jenis, antara lain industri *high-profile* dan *low-profile*. Perusahaan yang merupakan kategori *high profile* umumnya adalah perusahaan yang mendapatkan sorotan dari pihak masyarakat dan adanya hubungan dengan masyarakat. Ada yang meyakini bahwa industri *high profile* melakukan pengungkapan pertanggung jawaban sosial yang lebih banyak dari pada industri *low profile*. Perusahaan yang masuk dalam kategori *high profile* memiliki karakteristik seperti mempunyai jumlah tenaga kerja yang besar dan mengeluarkan residu dalam proses produksinya seperti limbah dan polusi (Zuhroh dan Sukmawati, 2003).

Variabel tipe industri merupakan variabel *dummy*. Dimana penulis memberikan angka 1 apabila perusahaan masuk dalam kategori industri *high profile*, sementara apabila perusahaan masuk dalam kategori industri *low profile* akan diberi angka 0. Subiantoro (2015).

1 = industri *high profile*

0 = industri *low profile*

Ukuran Perusahaan

Menurut analisa (2011) ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang berbeda terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian ukuran perusahaan dapat dilihat dari total asset yang dimiliki perusahaan, yang akan digunakan untuk berjalannya operasi perusahaan. Apabila perusahaan memiliki nilai aset yang

besar, maka pihak manajemen lebih mudah dalam menggunakan aset yang ada di perusahaan tersebut. Cara menghitung ukuran perusahaan menggunakan rumus :

$$TA = Ln (\text{total aktiva})$$

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh keuntungan dari usahanya. Profitabilitas sendiri mempunyai daya tarik terhadap pemilik perusahaan yang biasa disebut *stakeholder* dalam suatu perseroan. Rasio profitabilitas bertujuan untuk menilai suatu evektifitas manajemen melalui operasi penjualan yang sesuai dengan tujuan agar terlaksana dengan baik. Rasio profitabilitas yaitu untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber-sumber yang dimilikinya (Sartono, 2012:122). Dalam penelitian ini tingkat profitabilitas diproksikan dengan *Return On Asset (ROA)*, sehingga cara menghitung ROA dengan rumus:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Penelitian Terdahulu

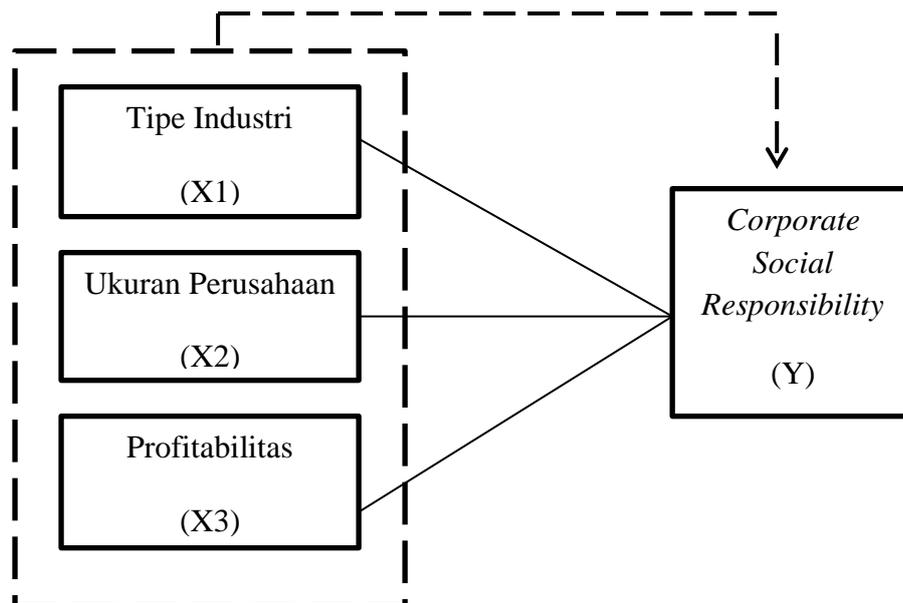
Esti (2016) meneliti tentang tentang pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yang berupa laporan tahunan. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh sektor perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia pada tahun 2012-2014. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yakni menggunakan *purposive sampling*, yaitu memilih sampel berdasarkan kriteria yang sesuai dan dikehendaki oleh peneliti. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini selama 3 tahun adalah 52 perusahaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan, sedangkan *leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pertanggung jawaban sosial perusahaan.

Munsaidah, dkk (2016) meneliti tentang pengaruh ukuran perusahaan, umur, profitabilitas, *leverage* dan *growth* perusahaan terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan properti dan real estate yang terdaftar di bursa efek

Indonesia pada tahun 2010-2014. Yang termasuk variabel independen dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, umur, profitabilitas, *leverage* dan pertumbuhan perusahaan. sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility*. Dalam teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik, sedangkan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS 17.0 windows. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, umur, profitabilitas, dan *leverage* secara simultan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Tan, dkk (2016) meneliti tentang pengaruh ukuran perusahaan, tipe industri, dan media exposure terhadap pertanggung jawaban sosial perusahaan. yang termasuk variabel independen dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, tipe industri, dan media exposure. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah pertanggung jawaban sosial perusahaan. hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan ukuran perusahaan, tipe industri, dan media exposure terhadap pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan.

Kerangka Konseptual



Keterangan :

- : Berpengaruh secara parsial
- - - - - ➔ : Berpengaruh secara simultan

Hipotesis Penelitian

- H₁ : Tipe industri, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.
H_{1a} : Tipe industri berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.
H_{1b} : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.
H_{1c} : Profitabilitas berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

METODE PENELITIAN

Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

Jenis penelitian ini digunakan oleh peneliti adalah dijelaskan dengan metode kuantitatif. Lokasi penelitian ini dilakukan di Galeri Investasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. Penelitian ini dilakukan mulai bulan Februari 2020 sampai Mei 2020.

Populasi dan Sampel

Perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini merupakan perusahaan manufaktur di Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2018. Periode penelitian ini dilakukan selama empat tahun. Karena hal ini dapat digunakan sebagai perbandingan dari tahun-tahun sebelumnya dan beberapa tahun kedepan. Adapun pertimbangan kriteria dalam pemilihan sampel tersebut adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sejak tahun 2016 sampai tahun 2018.
2. Perusahaan manufaktur mempublikasikan laporan tahunan sejak tahun 2016 sampai tahun 2018.
3. Perusahaan manufaktur yang menggunakan mata uang rupiah sejak tahun 2016 sampai tahun 2018.
4. Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan mengenai *corporate social responsibility* sejak tahun 2016 sampai tahun 2018.
5. Perusahaan manufaktur mempublikasikan seluruh data variabel-variabel yang diperlukan dalam penelitian sejak tahun 2016 sampai tahun 2018.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan model regresi berganda untuk menganalisis dan menguji hipotesis. Model regresi menggunakan variabel dependen pengungkapan tanggung jawab sosial, sedangkan variabel independennya adalah tipe industri, ukuran perusahaan dan profitabilitas. Model regresi yang dikembangkan adalah sebagai berikut:

$$CSR = a_0 + a_1 TIPE + a_2 SIZE + a_3 PROFIT + e$$

Keterangan:

CSR = Pengungkapan pertanggung jawaban sosial

TIPE = Tipe industri

SIZE = Ukuran perusahaan

PROFIT = Profitabilitas

a0 = Konstanta (*intercept*)

a1 – a3 = Koefisien regresi

e = *error*

HASIL PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil pengujian normalitas, maka diketahui sebagai berikut :

1. Variabel Tipe Industri memiliki *Kolmogorov-smirnov* sebesar 1,070 dengan signifikan 0,203. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai sig 0,203 > α (0,05) dinyatakan berdistribusi normal.
2. Variabel Ukuran Perusahaan memiliki *Kolmogorov-smirnov* sebesar 0,986 dengan signifikan 0,286. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai sig 0,286 > α (0,05) dinyatakan berdistribusi normal.
3. Variabel Profitabilitas memiliki *Kolmogorov-smirnov* sebesar 01,020 dengan signifikan 0,249. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai sig 0,249 > α (0,05) dinyatakan berdistribusi normal.
4. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki *Kolmogorov-smirnov* sebesar 0,970 dengan signifikan 0,303. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai sig 0,303 > α (0,05) dinyatakan berdistribusi normal.

Uji Hipotesis

Uji Simultan

Adapun hasil uji simultan (uji-F) adalah sebagai berikut :

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa diperoleh nilai F_{hitung} (7,443) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari α (0,05), sehingga **H₀ ditolak dan H₁ diterima**. Artinya bahwa secara simultan, variabel independen yaitu X₁ (Tipe Industri), X₂ (Ukuran Perusahaan), dan X₃ (Profitabilitas) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y (*Corporate Social Responsibility*).

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan besarnya *R Square* adalah 0,370 atau 37,0% variasi *Corporate Social Responsibility* dapat dijelaskan dengan variasi dari ketiga variabel independen yaitu Tipe Industri, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas. Sedangkan 63,0% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang

tidak dimasukkan dalam penelitian ini seperti *leverage*, umur, dan *growth* perusahaan.

Uji Parsial (t)

Pengujian model regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen pembentuk model regresi secara individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,146	,021		6,947	,000
	Tipe Industri	,076	,031	,214	2,446	,016
	Ukur. Perus	-,018	,074	-,020	-,240	,811
	Profitabilitas	-,002	,000	-,423	-4,834	,000

didapatkan hasil sebagai berikut :

1. Pengaruh Tipe Industri Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Variabel X_1 (Tipe Industri) memiliki statistik uji t sebesar 2,446 dengan signifikansi sebesar 0,016 lebih kecil dari α (0,05). Pengujian ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 (Tipe Industri) berpengaruh signifikan terhadap variabel *Corporate Social Responsibility*. Hal ini menunjukkan bahwa Tipe industri dapat dikatakan dengan variasi dampak perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Industri *high profile* diyakini melakukan pengungkapan sosial lebih banyak dari pada industri *low profile*. Perusahaan yang aktivitas ekonominya mengolah lingkungan (*high*), lebih cenderung mengungkapkan informasi tentang pengaruh aktivitasnya terhadap lingkungan dari pada industri lainnya. Perusahaan yang termasuk ke dalam tipe *high profile* adalah perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan, tingkat resiko politik yang tinggi atau tingkat kompetisi yang ketat. Seperti perusahaan perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agribisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, kesehatan, transportasi dan pariwisata. Sementara itu, perusahaan yang berorientasi pelanggan (*low*) dapat diharapkan untuk menunjukkan perhatian yang lebih besar dengan mengungkapkan CSR kepada masyarakat, untuk meningkatkan *image* perusahaan dan pengaruh pada penjualan. Diantaranya perusahaan bangunan, perbankan, supplier peralatan medis, property, produk tekstil, dan rumah tangga.

Berdasarkan teori *stakeholder* sebuah perusahaan harus mampu untuk memberikan manfaat bagi stakeholdernya karena keberadaan perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan

stakeholdernya. Manfaat tersebut dapat diberikan dengan cara menerapkan program *corporate social responsibility* sehingga baik perusahaan *high profile* maupun *low profile* sama-sama akan berusaha memberikan pengungkapan tanggung jawab sosial sesuai yang dibutuhkan oleh masyarakat terutama oleh investor. Oleh karena itu tipe industri akan mempengaruhi besar kecilnya pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tan, dkk (2016).

2. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Variabel X_2 (Ukuran Perusahaan) memiliki statistik uji t sebesar 0,240 dengan signifikansi sebesar 0,811 lebih besar dari α (0,05). Pengujian ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_2 (Ukuran Perusahaan) tidak berpengaruh terhadap variabel *Corporate Social Responsibility*. Hasil ini menunjukkan bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan atau berapapun asset yang dimiliki perusahaan tidak akan menurunkan atau meningkatkan luas pengungkapan laporan pertanggungjawaban sosialnya. Perusahaan besar tidak akan selalu melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial lebih banyak agar mempunyai pengaruh pada pihak-pihak internal maupun eksternal yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan. Perusahaan kecil pun juga melakukan pengungkapan kegiatan CSR dengan baik guna pelaksanaan tanggung jawab sosialnya untuk dilingkungan di sekitar operasional usahanya bergerak. Hal ini dikarenakan tanggung jawab sosial perusahaan bukan lagi menjadi sekedar kegiatan, tetapi merupakan sebuah kewajiban bagi perusahaan yang berguna untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan, sehingga besar kecilnya ukuran perusahaan tidak mempengaruhi besarnya tingkat tanggung jawab sosial. Oleh sebab itu baik perusahaan besar maupun perusahaan yang kecil diharapkan bisa melaksanakan pengungkapan CSR yang lebih baik. Harapannya *size* perusahaan baik besar maupun kecil agar turut menciptakan iklim penerapan kegiatan CSR dengan baik. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari, dkk (2017).

3. Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Variabel X_3 (Profitabilitas) memiliki statistik uji t sebesar -4,834 dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari α (0,05). Pengujian ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_3 (Profitabilitas) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel *Corporate Social Responsibility*. Hal ini berarti bahwa jika profitabilitas tinggi maka akan menurunkan CSR begitupun sebaliknya jika profitabilitas turun maka CSR akan meningkat. Hasil ini sejalan dengan teori yang dinyatakan oleh Hadi (2011:35) bahwa “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. Tanggungjawab sosial merupakan aktivitas kontra prestasi langsung dan tidak langsung akibat operasional perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan”. sehingga dinyatakan bahwa perusahaan harus memberikan sebagian keuntungan untuk program corporate social responsibility. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan. Sehingga menunjukkan adanya pengaruh antara profitabilitas dengan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Munsaidah, 2016; Sari, 2017).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility*. Sampel dalam penelitian ini adalah pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) secara berturut turut pada tahun 2016-2018. Berdasarkan kriteria sampel yang telah ditetapkan terdapat 50 perusahaan yang memenuhi kriteria. Dari hasil pengujian data pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa tipe industri, ukuran perusahaan, dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap *Corporate Sosial Responsibility*.
2. Hasil analisis menunjukan bahwa tipe industri secara parsial berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.
4. Hasil analisis menunjukkan bahwa profitabilitas secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Saran

1. Bagi peneliti yang melakukan penelitian sejenis, disarankan melakukan penelitian lebih lanjut dalam waktu yang lebih lama untuk mengetahui seberapa besar dampak yang dipengaruhi oleh tipe industri, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap *corporate social responsibility*.

2. Sebaiknya meneliti pada sektor lain yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI) seperti sektor pengelolaan sumber daya alam atau jasa dan sektor keuangan untuk mengetahui perusahaan manakah yang akan melakukan *corporate social responsibility* yang baik.
3. Dalam penelitian ini hanya menggunakan variabel apakah tipe industri, ukuran perusahaan dan profitabilitas untuk menjelaskan variabel *corporate social responsibility* sehingga peneliti selanjutnya sebaiknya menambah variabel lain dalam penelitiannya (misalnya *leverage* dan kepemilikan manajemen) sebagai variabel yang dapat mempengaruhi *corporate social responsibility*.

DAFTAR PUSTAKA

- Analisa, Y. (2011). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2006-2008) . Skripsi. UNDIP.
- Chariri, A., & Ghozali, I. (2007). *Teori akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Esti, M. 2016. Pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Fauzi, M. (2007). Institutional ownership and corporate social performance: Empirical evidence from Indonesian companies. *Issues in Social and Environmental Accounting*, 1(2), 334-347.
- Joseph, W. (2009). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, kuantitatif and Mixed*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Munsaidah, Siti dkk., 2016. Analisis Pengaruh ukuran perusahaan, Umur, Profitabilitas, *Leverage*, dan Growth Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2010-2014. *Jurnal Akuntansi*, Volume 2 No. 2 Maret 2016.
- Rahman, Reza. (2009). *Corporate Social Responsibility: Between Theory and Reality*. Yogyakarta: MedPress.
- Sari, V. I.(2017). pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (studi kasus pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2011-2013).

- Saleh, M., Zulkifli, N., & Muhamad, R. (2010). Corporate social responsibility disclosure and its relation on institutional ownership. *Managerial Auditing Journal*.
- Santoso, Singgih. (2012). *Aplikasi SPSS pada statistik parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Subiantoro, O. H., & Mildawati, T. (2015). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 4(7).
- Sudana, Made, I. (2011). *Manajemen Keuangan Teori dan Praktik*. Jakarta: Erlangga.
- Tan, A. P. (2018). *Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Purwokerto).
- *) Akhmada Faidah adalah Alumni Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang.
- **) M. Cholid Mawardi adalah Dosen tetap Universitas Islam Malang.
- ***) Siti Aminah Anwar adalah Dosen tetap Universitas Islam Malang.