

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2011)

Emerald Dany Satria, Daljono¹

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

ABSTRACT

Nowadays, the company in addition to oriented economic aspects are also required to have a social and environmental responsibility. Social and environmental responsibility is known as Corporate Social Responsibility (CSR). The era of globalization requires companies to engage in CSR practices because they were considered capable of supporting sustainable development for all humanity, while stakeholders requires companies to engage in CSR practices so that their interests are considered. Nevertheless, the implementation of CSR for the company itself generated much debate, especially when linked with the company's financial performance. This study aims to determine how the effect of the practice of Corporate Social Responsibility (CSR) by companies to the corporate financial performance, specifically company's short-term profitability (accounting-based view) and company's future profitability (market-based view). The population in this study are manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) period in 2011 with the total sample were 112 companies which determined by purposive sampling method. The results of this study show that CSR has no significant effect on the company's short-term profitability but has positive and significant effect on the company's future profitability.

Keywords: corporate social responsibility, corporate financial performance, short-term profitability, future profitability

PENDAHULUAN

Keberadaan suatu perusahaan secara langsung maupun tidak langsung memiliki dampak yang dirasakan tidak hanya bagi para pemegang saham (*shareholders*) namun juga bagi para pemangku kepentingan (*stakeholders*) lainnya seperti pegawai, pelanggan, pemerintah, masyarakat, dan lingkungan. Dampak tersebut dapat berupa dampak yang menguntungkan (dampak positif) namun juga dapat berupa dampak yang justru merugikan (dampak negatif). Oleh karena berbagai dampak itulah, sejatinya perusahaan selain berorientasi pada profit (aspek ekonomi) dituntut pula untuk memiliki suatu tanggung jawab, baik kepada *stakeholders* (aspek sosial) maupun kepada lingkungan (aspek lingkungan). Tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan tersebut dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Tren globalisasi saat ini yang disertai pula oleh meningkatnya permintaan *stakeholders* terhadap perusahaan untuk melakukan CSR telah mendorong perusahaan untuk terlibat dalam praktik CSR (Chapple dan Moon, 2005 dalam Saleh *et al.*, 2010). Era globalisasi menuntut perusahaan untuk terlibat dalam praktik CSR karena dipandang mampu mendukung pembangunan berkelanjutan bagi seluruh umat manusia, sementara *stakeholders* menuntut perusahaan untuk terlibat dalam praktik CSR agar kepentingan mereka lebih diperhatikan.

Pada awalnya praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan hanya bersifat sukarela atau sekedar untuk memenuhi kewajiban belaka. Namun kemudian pelaksanaan CSR bagi perusahaan itu menimbulkan banyak perdebatan terutama apabila dikaitkan dengan kinerja keuangan perusahaan. Pada satu sisi CSR dianggap mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan karena dapat meredam konflik kepentingan antara manajer, pemegang saham, dan *stakeholders* (Jensen, 2002; Calton dan Payne, 2003; Scherer *et al.*, 2006; Harjoto dan Jo, 2011). Namun pada

¹ *Corresponding author*

sisi lainnya CSR dianggap menjadi penyebab menurunnya kinerja keuangan suatu perusahaan karena menimbulkan biaya keagenan (*agency cost*) yang memboroskan sumber daya perusahaan (Barnea dan Rubin, 2010). Pada lingkungan dimana praktik CSR tidak dihargai dan ketika risiko CSR tidak dapat dinilai, CSR juga dipandang tidak memiliki pengaruh apapun terhadap suatu perusahaan (Modigliani dan Miller, 1958).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan yaitu profitabilitas jangka pendek (dari sudut pandang akuntansi/*accounting-based view*) dan profitabilitas masa depan (dari sudut pandang pasar/*market-based view*).

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Pengaruh dari praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan, khususnya profitabilitas jangka pendek dan profitabilitas masa depan tidak dapat dipisahkan dari pandangan ekonomi neoklasik (*neo-classical economic view*) dan pandangan berbasis sumber daya (*resource-based view*). Pandangan ekonomi neoklasik berkaitan dengan maksimalisasi laba (*maximization of profit*) bagi perusahaan. Maksimalisasi laba dapat diartikan sebagai usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk memaksimalkan pendapatan (*revenue*) yang diperolehnya dari sejumlah biaya (*cost*) yang dikorbankan untuk memperoleh faktor-faktor produksi. Terdapat beberapa pendekatan dalam maksimalisasi laba salah satunya yaitu pendekatan jumlah pendapatan-biaya (*total revenue-cost approach*). Pendekatan ini bergantung pada fakta bahwa laba adalah sama dengan pendapatan dikurangi dengan biaya dan bagaimana cara untuk memaksimalkan persamaan tersebut itulah yang menjadi fokus utama dalam pendekatan ini. Dengan demikian, maksimalisasi laba dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk mencapai laba yang maksimal dengan cara meningkatkan pendapatan yang diperoleh perusahaan dan/atau mengurangi biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan. Sesuai dengan pandangan ekonomi neoklasik, maka aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat meningkatkan pendapatan yang diperoleh perusahaan dan/atau mengurangi biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan sehingga akan memaksimalkan laba perusahaan.

Pandangan berbasis sumber daya berkaitan dengan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) perusahaan. Suatu perusahaan dikatakan memiliki keunggulan kompetitif ketika perusahaan tersebut mengimplementasikan suatu strategi penciptaan nilai (*value creating strategies*) yang belum banyak diimplementasikan oleh pesaing saat ini ataupun pesaing potensial. Kemudian, suatu perusahaan dikatakan memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (*sustained competitive advantage*) apabila keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan tersebut tidak dapat ditiru oleh perusahaan lainnya (Barney, 1991). Pandangan berbasis sumber daya mengasumsikan bahwa sumber daya tidak berwujud (*intangible resources*), seperti pencari kerja yang berkualifikasi tinggi (Backhaus *et al*, 2002), reputasi perusahaan (Brammer dan Millington, 2005), dan penilaian positif konsumen terhadap perusahaan (Sen dan Bhattacharya, 2001) adalah kunci untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bagi perusahaan (Barney, 1991). Sesuai dengan pandangan berbasis sumber daya, maka praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan berperan untuk menciptakan sumber daya tidak berwujud yang berdampak pada meningkatnya ekspektasi investor terhadap profitabilitas masa depan perusahaan yang ditunjukkan dari nilai pasar perusahaan yang tinggi (Luo dan Bhattacharya, 2006).

Pengaruh CSR terhadap Profitabilitas Jangka Pendek Perusahaan

Tanggung jawab sosial-lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan dalam bentuk CSR dapat meningkatkan pendapatan yang diperoleh perusahaan karena CSR berfungsi sebagai alat efisiensi dan media promosi bagi perusahaan, serta berperan dalam menciptakan persepsi positif masyarakat terhadap perusahaan. Selain itu, praktik CSR secara tidak langsung juga dapat mengurangi biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mengatasi berbagai permasalahan terkait dengan tuntutan *stakeholder*-nya. Dengan meningkatnya pendapatan yang diperoleh perusahaan dan/atau berkurangnya biaya-biaya *stakeholder* yang dikeluarkan perusahaan maka akan tercipta maksimalisasi laba bagi perusahaan sehingga profitabilitas jangka pendek perusahaan meningkat (pandangan ekonomi neoklasik).

Penelitian yang dilakukan oleh Berman *et al.* (dalam Inoue dan Lee, 2010) menunjukkan bahwa aktivitas perusahaan untuk meningkatkan relasi dengan pegawainya (CSR dimensi pegawai) berpengaruh positif terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan. Perusahaan yang melakukan aktivitas CSR untuk meningkatkan relasi dengan pegawainya membuat SDM pegawai menjadi unggul. Adanya SDM pegawai yang unggul tersebut akan menciptakan efisiensi perusahaan yang ditunjukkan oleh tingkat produktivitas perusahaan yang tinggi, perputaran pegawai yang rendah, ketidakhadiran pegawai yang rendah dan/atau komitmen organisasional pegawai yang tinggi sehingga profitabilitas jangka pendek perusahaan akan meningkat.

Waddock dan Graves (dalam Inoue dan Lee, 2010) yang meneliti hubungan antara kinerja sosial dan kinerja keuangan perusahaan, menemukan bahwa perhatian perusahaan terhadap masyarakat (CSR dimensi masyarakat) memiliki hubungan yang positif dengan profitabilitas jangka pendek perusahaan. Perusahaan yang melakukan praktik CSR kepada masyarakat menyebabkan terjadinya peningkatan jumlah penjualan produk perusahaan sehingga profitabilitas jangka pendek perusahaan meningkat, hal tersebut karena CSR berperan sebagai media promosi bagi perusahaan. Selain itu, dengan melakukan praktik CSR kepada masyarakat, perusahaan akan mendapat kemudahan dalam hal undang-undang perpajakan atau mendapat kelonggaran dalam hal peraturan daerah sehingga biaya operasional yang dikeluarkan oleh perusahaan menjadi berkurang dan profitabilitas jangka pendek perusahaan meningkat.

Waddock dan Graves (dalam Inoue dan Lee, 2010) juga menemukan bahwa CSR yang dilakukan oleh perusahaan terhadap produknya (CSR dimensi produk) memiliki hubungan yang positif dengan profitabilitas jangka pendek perusahaan. Perusahaan yang berfokus untuk melaksanakan CSR terhadap produknya menjadikan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut memiliki kualitas yang tinggi sehingga muncul persepsi positif konsumen terhadap produk tersebut. Persepsi positif konsumen tersebut akan menyebabkan terjadinya peningkatan penjualan yang akhirnya dapat meningkatkan profitabilitas jangka pendek perusahaan.

Dalam penelitian mengenai hubungan antara kinerja lingkungan dan profitabilitas perusahaan yang dilakukan oleh Russo dan Fouts (dalam Inoue dan Lee, 2010) ditemukan pula bahwa kinerja lingkungan (CSR dimensi lingkungan) memiliki hubungan yang positif dengan profitabilitas jangka pendek perusahaan. Perusahaan yang memiliki kepedulian dan melakukan CSR untuk lingkungan membuat berbagai permasalahan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan menjadi berkurang sehingga biaya-biaya terkait permasalahan lingkungan yang dikeluarkan oleh perusahaan juga ikut berkurang, dengan berkurangnya biaya-biaya tersebut maka profitabilitas jangka pendek perusahaan akan meningkat.

Dari berbagai uraian di atas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan.

Pengaruh CSR terhadap Profitabilitas Masa Depan Perusahaan

Inisiatif perusahaan untuk melakukan CSR berkontribusi untuk menciptakan heterogenitas dan imobilitas sumber daya perusahaan (sumber daya tidak berwujud) seperti praktik manajemen SDM yang unggul, reputasi perusahaan yang menjadi baik, dan adanya penilaian positif dari para pelanggan terhadap perusahaan. Semakin banyak sumber daya tidak berwujud tersebut dimiliki oleh perusahaan maka akan menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan yang berimbas pada meningkatnya ekspektasi dari para investor terhadap profitabilitas masa depan perusahaan, tercermin dari tingginya nilai pasar perusahaan (pandangan berbasis sumber daya).

Penelitian yang dilakukan oleh Becker dan Gerhart (dalam Inoue dan Lee, 2010) menunjukkan bahwa aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan kepada pegawainya (CSR dimensi pegawai) berpengaruh positif terhadap profitabilitas masa depan perusahaan. Perusahaan yang melakukan aktivitas CSR kepada pegawainya akan menghasilkan praktik manajemen SDM yang unggul. Adanya praktik manajemen SDM yang unggul tersebut akan menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan, dimana hal tersebut dapat meningkatkan penilaian pasar terhadap profitabilitas masa depan perusahaan.

Brammer dan Millington (dalam Inoue dan Lee, 2010) yang meneliti hubungan antara kinerja sosial dan kinerja keuangan perusahaan menemukan bahwa praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan kepada masyarakat (CSR dimensi masyarakat) memiliki hubungan yang positif dengan profitabilitas masa depan perusahaan. Perusahaan yang melakukan praktik CSR kepada

masyarakat membuat reputasi perusahaan di mata masyarakat menjadi baik. Reputasi perusahaan yang baik di mata masyarakat akan menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan. Selanjutnya, keunggulan kompetitif perusahaan tersebut berimbas pada nilai pasar profitabilitas masa depan perusahaan yang menjadi baik.

Berman *et al.* (dalam Inoue dan Lee, 2010) yang meneliti hubungan antara manajemen *stakeholder* dan kinerja keuangan perusahaan juga menemukan bahwa CSR yang dilakukan oleh perusahaan terhadap produknya (CSR dimensi produk) memiliki hubungan yang positif dengan profitabilitas masa depan perusahaan. Perusahaan yang mengalokasikan CSR terhadap produknya membuat perusahaan memperoleh penilaian positif dari para pelanggannya karena produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut berkualitas. Adanya penilaian positif dari para pelanggan tersebut akan menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan sehingga membuat investor tertarik dan menjadikan nilai pasar profitabilitas masa depan perusahaan meningkat.

Dalam penelitian tentang tanggung jawab perusahaan terhadap *stakeholder* yang dilakukan oleh Kacperczyk (dalam Inoue dan Lee, 2010) ditemukan pula bahwa inisiatif perusahaan dalam melakukan CSR untuk lingkungan (CSR dimensi lingkungan) berpengaruh positif terhadap profitabilitas masa depan perusahaan. Perusahaan yang melakukan CSR untuk lingkungan membuat reputasi perusahaan di mata masyarakat menjadi baik. Reputasi perusahaan yang baik di mata masyarakat akan menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan. Selanjutnya, keunggulan kompetitif perusahaan tersebut berimbas pada nilai pasar profitabilitas masa depan perusahaan yang menjadi baik.

Dari berbagai uraian di atas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas masa depan perusahaan.

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan menggambarkan baik atau buruknya kondisi keuangan perusahaan dan mencerminkan pencapaian prestasi perusahaan dalam menghasilkan laba pada suatu periode tertentu yang diukur dengan menggunakan alat pengukur kinerja keuangan. Penelitian ini menggunakan dua variabel dependen kinerja keuangan perusahaan yaitu profitabilitas jangka pendek dan profitabilitas masa depan. Profitabilitas jangka pendek diukur dengan menggunakan *Return on Assets* (ROA) sedangkan profitabilitas masa depan diukur dengan menggunakan Tobin's q. ROA merupakan bentuk pengukuran kinerja keuangan perusahaan berbasis akuntansi yang mencerminkan profitabilitas jangka pendek atau efisiensi pengelolaan sumber daya suatu perusahaan. Tobin's q merupakan bentuk pengukuran kinerja keuangan perusahaan berbasis pasar yang mengungkapkan bagaimana investor menilai kapabilitas perusahaan untuk menciptakan profitabilitas di masa depan.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). 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 terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh (*Draft ISO 26000, Guidance on social responsibility* 2009:3). Penelitian ini menggunakan variabel independen CSR dengan empat kategori dimensi CSR menurut kerangka pemikiran *stakeholder* Clarkson yaitu CSR dimensi pegawai, CSR dimensi masyarakat, CSR dimensi produk, dan CSR dimensi lingkungan. Dalam penelitian ini, CSR diukur menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) terhadap laporan tahunan (*annual report*) perusahaan dengan mengacu pada indikator CSR *Golden Hope Plantation Berhad* (GHPB) yang memuat dua puluh *item* untuk empat kategori dimensi CSR. Metode *content analysis* dalam penelitian ini dilakukan dengan cara memeriksa kesesuaian (*checklist*) antara *item* yang terdapat pada indikator CSR GHPB dengan informasi pengungkapan CSR yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan dan kemudian memberikan skor (*scoring*) untuk setiap *item*. Pemberian skor dilakukan dengan menggunakan variabel *dummy*, dimana skor pengungkapan untuk setiap *item* dibedakan menjadi dua, skor 0 apabila perusahaan tidak mengungkapkan informasi untuk *item* yang dimaksud dan

skor 1 apabila perusahaan mengungkapkan informasi untuk *item* yang dimaksud. Setelah dilakukan *checklist* dan *scoring* menggunakan variabel *dummy*, kemudian dilakukan pengukuran CSR. Pengukuran CSR dilakukan dengan cara menjumlahkan pengukuran keempat dimensi CSR yaitu pegawai, masyarakat, produk, dan lingkungan; dimana pengukuran keempat dimensi CSR masing-masing dilakukan dengan cara membagi jumlah skor variabel *dummy* untuk setiap dimensi CSR dengan jumlah *item* yang tersedia untuk setiap dimensi CSR.

Terdapat pula tiga variabel kontrol dalam penelitian ini yaitu ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan *leverage*. Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat ditentukan oleh total aset yang dimiliki perusahaan, penjualan yang dilakukan perusahaan, atau nilai pasar dari jumlah saham beredar perusahaan (kapitalisasi pasar). Pertumbuhan penjualan menggambarkan tingkat pertumbuhan perusahaan yang dilihat dari penerimaan pasar atas penjualan produk/jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. *Leverage* merupakan kemampuan perusahaan dalam menjamin seluruh kewajibannya, baik kewajiban lancar maupun kewajiban jangka panjang. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural total aset perusahaan, pertumbuhan penjualan diukur dengan menghitung selisih antara penjualan tahun berjalan dengan penjualan tahun sebelumnya dan membaginya dengan penjualan tahun sebelumnya, sedangkan *leverage* diukur dari total liabilitas perusahaan dibagi dengan total aset perusahaan.

Penentuan Sampel

Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar (*listing*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2011, dimana terdapat 139 perusahaan sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur terdaftar di BEI periode tahun 2011 sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti (*purposive sampling*), dimana terdapat 112 perusahaan. Pemilihan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling* dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif. Adapun kriteria sampel yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur terdaftar di BEI periode tahun 2011.
2. Data laporan tahunan perusahaan dapat diperoleh.
3. Laporan tahunan perusahaan mengungkapkan informasi yang dibutuhkan untuk setiap variabel dalam penelitian.

Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan dua model persamaan untuk menguji hipotesis pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan yaitu profitabilitas jangka pendek (model pertama), dan hipotesis pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan yaitu profitabilitas masa depan (model kedua). Kedua model persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Model Pertama

$$ROA = \beta_0 + \beta_1 CSR + \beta_2 SIZE + \beta_3 GROWTH + \beta_4 LEV +$$

2. Model Kedua

$$Q = \beta_0 + \beta_1 CSR + \beta_2 SIZE + \beta_3 GROWTH + \beta_4 LEV +$$

Keterangan:

ROA = *Return on Assets*

Q = Tobin's q

CSR = pengukuran CSR

SIZE = ukuran perusahaan

GROWTH = pertumbuhan penjualan

LEV = *leverage*

$\beta_0-\beta_4$ = koefisien regresi
 ε = error term

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
Deskripsi Sampel Penelitian

Tabel 1
Ringkasan Perolehan Sampel Penelitian

Keterangan	Jumlah Perusahaan
Perusahaan manufaktur terdaftar di BEI tahun 2011	139
Data laporan tahunan perusahaan tidak dapat diperoleh	(25)
Data laporan tahunan perusahaan dapat diperoleh	114
Tidak mengungkapkan informasi yang dibutuhkan untuk setiap variabel dalam penelitian	(2)
Sampel penelitian	112

Sumber: data sekunder laporan tahunan IDX 2011.

Tabel 2
Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	112	-,76	3,47	,0810	,35557
Q	112	-,38	14,76	1,2917	2,11721
CSR	112	,42	4,00	2,3356	,78966
SIZE	112	23,19	32,66	27,7682	1,77027
GROWTH	112	-,67	1,00	,1687	,25706
LEV	112	,09	5,03	,6202	,64962

Sumber: data sekunder laporan tahunan IDX 2011, diolah dengan SPSS 21.0.

Berdasarkan metode *purposive sampling*, diperoleh ukuran sampel sebanyak 112 perusahaan seperti yang dapat dilihat pada tabel 1. Hasil uji statistik deskriptif pada tabel 2 menunjukkan dari 112 observasi sampel tersebut, nilai variabel ROA (profitabilitas jangka pendek perusahaan) menunjukkan nilai terendah yaitu -0,76 atau -76% dan nilai tertinggi yaitu 3,47 atau 347%. Hal tersebut berarti bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari sejumlah aset yang digunakan dalam satu periode akuntansi paling rendah sebesar -76% dan paling tinggi sebesar 347%. Semakin tinggi nilai ROA menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari sejumlah aset yang digunakan dalam satu periode akuntansi semakin baik dan semakin rendah nilai ROA menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari sejumlah aset yang digunakan dalam satu periode akuntansi semakin buruk. Nilai rata-rata ROA yaitu 0,08 atau 8% berarti bahwa rata-rata kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari sejumlah aset yang digunakan dalam satu periode akuntansi adalah sebesar 8%. Standar deviasi ROA yaitu 0,36 atau 36% menunjukkan variasi data ROA, dimana terdapat variasi data ROA yang sangat besar (lebih dari 30% dari nilai rata-rata ROA).

Nilai variabel Tobin's q (profitabilitas masa depan perusahaan) menunjukkan nilai terendah yaitu -0,38 atau -38% dan nilai tertinggi yaitu 14,76 atau 1476%. Hal tersebut berarti bahwa penilaian investor terhadap kapabilitas perusahaan untuk menciptakan profitabilitas di masa depan paling rendah sebesar -38% dan paling tinggi sebesar 1476%. Semakin tinggi nilai Tobin's q menunjukkan bahwa semakin baik penilaian investor terhadap kapabilitas perusahaan untuk

menciptakan profitabilitas di masa depan dan semakin rendah nilai Tobin's q menunjukkan bahwa semakin buruk penilaian investor terhadap kapabilitas perusahaan untuk menciptakan profitabilitas di masa depan. Nilai rata-rata Tobin's q yaitu 1,29 atau 129% berarti bahwa rata-rata penilaian investor terhadap kapabilitas perusahaan untuk menciptakan profitabilitas di masa depan adalah sebesar 129%. Standar deviasi Tobin's q yaitu 2,12 atau 212% menunjukkan variasi data Tobin's q, dimana terdapat variasi data Tobin's q yang sangat besar (lebih dari 30% dari nilai rata-rata Tobin's q).

Nilai variabel CSR menunjukkan nilai terendah yaitu 0,42 atau 42% dan nilai tertinggi yaitu 4,00 atau 400%. Hal tersebut berarti bahwa praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan paling rendah sebesar 42% dan paling tinggi sebesar 400%. Semakin tinggi nilai CSR menunjukkan bahwa praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan semakin baik dan semakin rendah nilai CSR menunjukkan bahwa praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan semakin buruk. Nilai rata-rata CSR yaitu 2,34 atau 234% berarti bahwa rata-rata praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan adalah sebesar 234%. Standar deviasi CSR yaitu 0,79 atau 79% menunjukkan variasi data CSR, dimana terdapat variasi data CSR yang sangat besar (lebih dari 30% dari nilai rata-rata CSR).

Nilai variabel SIZE (ukuran perusahaan) menunjukkan nilai terendah yaitu 23,19 atau 2319% dan nilai tertinggi yaitu 32,66 atau 3266%. Hal tersebut berarti bahwa ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimilikinya paling rendah sebesar 2319% dan paling tinggi sebesar 3266%. Semakin tinggi nilai SIZE menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimilikinya dan semakin rendah nilai SIZE menunjukkan bahwa semakin kecil ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimilikinya. Nilai rata-rata SIZE yaitu 27,77 atau 2777% berarti bahwa rata-rata ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimilikinya adalah sebesar 2777%. Standar deviasi SIZE yaitu 1,77 atau 177% menunjukkan variasi data SIZE, dimana terdapat variasi data SIZE yang tidak terlalu besar (kurang dari 30% dari nilai rata-rata SIZE).

Nilai variabel GROWTH (pertumbuhan penjualan) menunjukkan nilai terendah yaitu -0,67 atau -67% dan nilai tertinggi yaitu 1,00 atau 100%. Hal tersebut berarti bahwa tingkat pertumbuhan perusahaan dilihat dari penerimaan pasar atas penjualan produk/jasa yang dihasilkan oleh perusahaan paling rendah sebesar -67% dan paling tinggi sebesar 100%. Semakin tinggi nilai GROWTH menunjukkan bahwa semakin baik tingkat pertumbuhan perusahaan dilihat dari penerimaan pasar atas penjualan produk/jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dan semakin rendah nilai GROWTH menunjukkan bahwa semakin buruk tingkat pertumbuhan perusahaan dilihat dari penerimaan pasar atas penjualan produk/jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Nilai rata-rata GROWTH yaitu 0,17 atau 17% berarti bahwa rata-rata tingkat pertumbuhan perusahaan dilihat dari penerimaan pasar atas penjualan produk/jasa yang dihasilkan oleh perusahaan adalah sebesar 17%. Standar deviasi GROWTH yaitu 0,26 atau 26% menunjukkan variasi data GROWTH, dimana terdapat variasi data GROWTH yang sangat besar (lebih dari 30% dari nilai rata-rata GROWTH).

Nilai variabel LEV (*leverage*) menunjukkan nilai terendah yaitu 0,09 atau 9% dan nilai tertinggi yaitu 5,03 atau 503%. Hal tersebut berarti bahwa kemampuan perusahaan dalam menjamin seluruh kewajibannya, baik kewajiban lancar maupun kewajiban jangka panjang paling rendah sebesar 9% dan paling tinggi sebesar 503%. Semakin tinggi nilai LEV menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menjamin seluruh kewajibannya, baik kewajiban lancar maupun kewajiban jangka panjang semakin baik dan semakin rendah nilai LEV menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menjamin seluruh kewajibannya, baik kewajiban lancar maupun kewajiban jangka panjang semakin buruk. Nilai rata-rata LEV yaitu 0,62 atau 62% berarti bahwa rata-rata kemampuan perusahaan dalam menjamin seluruh kewajibannya, baik kewajiban lancar maupun kewajiban jangka panjang adalah sebesar 62%. Standar deviasi LEV yaitu 0,65 atau 65% menunjukkan variasi data LEV, dimana terdapat variasi data LEV yang sangat besar (lebih dari 30% dari nilai rata-rata LEV).

Pembahasan Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini dilakukan uji asumsi klasik agar variabel independen yaitu CSR serta variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan *leverage* yang digunakan untuk memprediksi variabel dependen yaitu profitabilitas jangka pendek dan profitabilitas masa depan perusahaan tidak bias sehingga diperoleh model penelitian yang baik. Uji asumsi klasik yang

digunakan dalam penelitian ini antara lain: uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

Hasil uji normalitas model pertama dengan analisis grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal, namun hasil uji normalitas model pertama dengan analisis grafik P-P Plot menunjukkan titik-titik yang menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal sehingga dapat dikatakan model pertama tidak memenuhi asumsi normalitas. Hasil uji normalitas model pertama dengan uji statistik *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* juga menunjukkan bahwa variabel pengganggu/*residual* memiliki *Asymp. Sig (2-tailed)* 0,001 yang berada di bawah tingkat signifikansi sebesar 0,05 (probabilitas < 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa model pertama tidak memenuhi asumsi normalitas.

Hasil uji normalitas model kedua dengan analisis grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal, namun hasil uji normalitas model kedua dengan analisis grafik P-P Plot menunjukkan titik-titik yang menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal sehingga dapat dikatakan model kedua tidak memenuhi asumsi normalitas. Hasil uji normalitas model kedua dengan uji statistik *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* juga menunjukkan bahwa variabel pengganggu/*residual* memiliki *Asymp. Sig (2-tailed)* 0,000 yang berada di bawah tingkat signifikansi sebesar 0,05 (probabilitas < 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa model kedua tidak memenuhi asumsi normalitas.

Berdasarkan uraian di atas, baik model pertama maupun model kedua dinyatakan tidak memenuhi asumsi normalitas, oleh karena itu dilakukan pengecekan kembali terhadap ada atau tidaknya *outlier* yaitu data yang memiliki nilai yang menyimpang terlalu jauh (ekstrim) dibandingkan dengan data yang lainnya. Setelah dilakukan pengecekan kembali, ternyata diperoleh sebanyak 23 data yang merupakan *outlier*, dimana keberadaan dari *outlier* tersebut menyebabkan data menjadi tidak terdistribusi normal yang mengakibatkan model pertama dan model kedua tidak memenuhi asumsi normalitas. Selanjutnya, sebanyak 23 data yang merupakan *outlier* tersebut harus dikeluarkan agar data terdistribusi secara normal sehingga model pertama dan model kedua dapat memenuhi asumsi normalitas.

Sesudah *outlier* dikeluarkan, hasil uji normalitas model pertama dengan analisis grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal, hasil uji normalitas model pertama dengan analisis grafik P-P Plot juga menunjukkan titik-titik yang menyebar di sekitar garis diagonal dan atau mengikuti arah garis diagonal sehingga dapat dikatakan model pertama telah memenuhi asumsi normalitas. Hasil uji normalitas model pertama dengan uji statistik *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* pun menunjukkan bahwa variabel pengganggu/*residual* memiliki *Asymp. Sig (2-tailed)* 0,702 yang berada di atas tingkat signifikansi sebesar 0,05 (probabilitas > 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa model pertama telah memenuhi asumsi normalitas.

Sesudah *outlier* dikeluarkan, hasil uji normalitas model kedua dengan analisis grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal, hasil uji normalitas model kedua dengan analisis grafik P-P Plot juga menunjukkan titik-titik yang menyebar di sekitar garis diagonal dan atau mengikuti arah garis diagonal sehingga dapat dikatakan model kedua telah memenuhi asumsi normalitas. Hasil uji normalitas model kedua dengan uji statistik *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* pun menunjukkan bahwa variabel pengganggu/*residual* memiliki *Asymp. Sig (2-tailed)* 0,146 yang berada di atas tingkat signifikansi sebesar 0,05 (probabilitas > 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa model kedua telah memenuhi asumsi normalitas.

Hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa variabel independen serta variabel kontrol yaitu CSR, SIZE, GROWTH, dan LEV memiliki *tolerance value* masing-masing secara berurutan 0,743; 0,687; 0,985; 0,901 yang menunjukkan *tolerance value* > 0,10 dan memiliki VIF masing-masing secara berurutan 1,346; 1,455; 1,015; 1,109 yang menunjukkan VIF < 10. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa baik variabel independen maupun variabel kontrol dalam model regresi tidak mengalami multikolinieritas.

Hasil uji heteroskedastisitas model pertama dengan grafik *scatterplot* menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas, titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y sehingga dapat dikatakan bahwa pada model pertama tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas model pertama dengan uji koefisien korelasi *Spearman's rank* pun menunjukkan bahwa nilai signifikansi antara variabel independen serta variabel kontrol yaitu CSR, SIZE, GROWTH, dan LEV dengan variabel pengganggu/*residual* masing-masing secara berurutan

0,369; 0,396; 0,939; 0,987 yang semuanya lebih besar dari 0,05 (probabilitas $> 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa pada model pertama tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas model kedua dengan grafik *scatterplot* menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas, titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y sehingga dapat dikatakan bahwa pada model kedua tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas model kedua dengan uji koefisien korelasi *Spearman's rank* pun menunjukkan bahwa nilai signifikansi antara variabel independen serta variabel kontrol yaitu CSR, SIZE, GROWTH, dan LEV dengan variabel pengganggu/*residual* masing-masing secara berurutan 0,384; 0,847; 0,728; 0,916 yang semuanya lebih besar dari 0,05 (probabilitas $> 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa pada model kedua tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengujian koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel independen yaitu CSR dan variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan *leverage* terhadap variabel dependen yaitu profitabilitas jangka pendek dan profitabilitas masa depan perusahaan. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) model pertama menunjukkan nilai *adjusted R²* sebesar 0,290 atau 29% yang berarti bahwa variabel dependen ROA dapat dijelaskan oleh variabel independen CSR serta variabel kontrol SIZE, GROWTH, dan LEV sebesar 29%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebesar 29% dari profitabilitas jangka pendek perusahaan (ROA) dipengaruhi oleh praktik CSR yang dilakukan perusahaan, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan perusahaan, serta *leverage* perusahaan; sedangkan sisanya sebesar 71% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model pertama yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) model kedua menunjukkan nilai *adjusted R²* sebesar 0,260 atau 26% yang berarti bahwa variabel dependen Tobin's q dapat dijelaskan oleh variabel independen CSR serta variabel kontrol SIZE, GROWTH, dan LEV sebesar 26%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebesar 26% dari profitabilitas masa depan perusahaan (Tobin's q) dipengaruhi oleh praktik CSR yang dilakukan perusahaan, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan perusahaan, serta *leverage* perusahaan; sedangkan sisanya sebesar 74% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model kedua yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

Uji F dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen yaitu CSR dan variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan *leverage* secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen yaitu profitabilitas jangka pendek dan profitabilitas masa depan perusahaan. Hasil uji F model pertama menunjukkan nilai F-hitung sebesar 9,994 yang lebih besar dari nilai F-tabel sebesar 2,013 (F-hitung $>$ F-tabel) dan nilai signifikansi F sebesar 0,000 yang lebih kecil atau sama dengan 0,05 (nilai signifikansi F $\leq 0,05$) yang berarti bahwa variabel independen CSR serta variabel kontrol SIZE, GROWTH, dan LEV secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen ROA (H_0 ditolak atau H_a diterima). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa praktik CSR yang dilakukan perusahaan, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan perusahaan, serta *leverage* perusahaan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan (ROA).

Hasil uji F model kedua menunjukkan nilai F-hitung sebesar 8,735 yang lebih besar dari nilai F-tabel sebesar 2,013 (F-hitung $>$ F-tabel) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil atau sama dengan 0,05 (nilai signifikansi F $\leq 0,05$) yang berarti bahwa variabel independen CSR serta variabel kontrol SIZE, GROWTH, dan LEV secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Tobin's q (H_0 ditolak atau H_a diterima). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa praktik CSR yang dilakukan perusahaan, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan perusahaan, serta *leverage* perusahaan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas masa depan perusahaan (Tobin's q).

Uji t dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen yaitu CSR dan variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan *leverage* secara terpisah (parsial) terhadap variabel dependen yaitu profitabilitas jangka pendek dan profitabilitas masa depan perusahaan. Hasil uji t model pertama menunjukkan variabel independen CSR memiliki nilai t-hitung sebesar 1,904 yang lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,663 (t-hitung $>$ t-tabel) dan nilai signifikansi t sebesar 0,060 yang lebih besar dari 0,05 (nilai signifikansi t $> 0,05$) yang berarti bahwa variabel independen CSR secara terpisah (parsial) berpengaruh positif

tetapi tidak signifikan terhadap variabel dependen ROA (H_0 diterima atau H_a ditolak). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa praktik CSR yang dilakukan perusahaan secara terpisah (parsial) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan (ROA) sehingga $H1$: “CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan” ditolak.

Hasil uji t model pertama menunjukkan variabel independen SIZE memiliki nilai t-hitung sebesar 0,723 yang lebih besar dari nilai -t-tabel sebesar -1,663 dan lebih kecil dari nilai t-tabel sebesar 1,663 ($-t\text{-tabel} < t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$) dan nilai signifikansi t sebesar 0,472 yang lebih besar dari 0,05 (nilai signifikansi $t > 0,05$) yang berarti bahwa variabel independen SIZE secara terpisah (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen ROA (H_0 diterima atau H_a ditolak). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan secara terpisah (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan (ROA).

Hasil uji t model pertama menunjukkan variabel independen GROWTH memiliki nilai t-hitung sebesar 2,861 yang lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,663 ($t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$) dan nilai signifikansi t sebesar 0,005 yang lebih kecil atau sama dengan 0,05 (nilai signifikansi $t \leq 0,05$) yang berarti bahwa variabel independen GROWTH secara terpisah (parsial) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen ROA (H_0 ditolak atau H_a diterima). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan perusahaan secara terpisah (parsial) berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan (ROA).

Hasil uji t model pertama menunjukkan variabel independen LEV memiliki nilai t-hitung sebesar -5,482 yang lebih kecil dari nilai -t-tabel sebesar -1,663 ($t\text{-hitung} < -t\text{-tabel}$) dan nilai signifikansi t sebesar 0,000 yang lebih kecil atau sama dengan 0,05 (nilai signifikansi $t \leq 0,05$) yang berarti bahwa variabel independen LEV secara terpisah (parsial) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel dependen ROA (H_0 diterima atau H_a ditolak). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *leverage* perusahaan secara terpisah (parsial) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan (ROA).

Hasil uji t model kedua menunjukkan variabel independen CSR memiliki nilai t-hitung sebesar 3,400 yang lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,663 ($t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$) dan nilai signifikansi t sebesar 0,001 yang lebih kecil atau sama dengan 0,05 (nilai signifikansi $t \leq 0,05$) yang berarti bahwa variabel independen CSR secara terpisah (parsial) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Tobin's q (H_0 ditolak atau H_a diterima). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa praktik CSR yang dilakukan perusahaan secara terpisah (parsial) berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas masa depan perusahaan (Tobin's q) sehingga $H2$: “CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas masa depan perusahaan” diterima.

Hasil uji t model kedua menunjukkan variabel independen SIZE memiliki nilai t-hitung sebesar 2,217 yang lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,663 ($t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$) dan nilai signifikansi t sebesar 0,029 yang lebih kecil atau sama dengan 0,05 (nilai signifikansi $t \leq 0,05$) yang berarti bahwa variabel independen SIZE secara terpisah (parsial) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Tobin's q (H_0 ditolak atau H_a diterima). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan secara terpisah (parsial) berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas masa depan perusahaan (Tobin's q).

Hasil uji t model kedua menunjukkan variabel independen GROWTH memiliki nilai t-hitung sebesar -1,358 yang lebih besar dari nilai -t-tabel sebesar -1,663 dan lebih kecil dari nilai t-tabel sebesar 1,663 ($-t\text{-tabel} < t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$) dan nilai signifikansi t sebesar 0,178 yang lebih besar dari 0,05 (nilai signifikansi $t > 0,05$) yang berarti bahwa variabel independen GROWTH secara terpisah (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Tobin's q (H_0 diterima atau H_a ditolak). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan perusahaan secara terpisah (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas masa depan perusahaan (Tobin's q).

Hasil uji t model kedua menunjukkan variabel independen LEV memiliki nilai t-hitung sebesar -1,627 yang lebih besar dari nilai -t-tabel sebesar -1,663 dan lebih kecil dari nilai t-tabel sebesar 1,663 ($-t\text{-tabel} < t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$) dan nilai signifikansi t sebesar 0,107 yang lebih besar dari 0,05 (nilai signifikansi $t > 0,05$) yang berarti bahwa variabel independen LEV secara terpisah (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Tobin's q (H_0 diterima atau H_a

ditolak). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *leverage* perusahaan secara terpisah (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas masa depan perusahaan (Tobin's q).

Tabel 3
Hasil Uji Hipotesis Model Pertama

Variabel	Nilai Signifikansi ($\alpha = 5\%$)
CSR	,060
SIZE	,472
GROWTH	,005*
LEV	,000*

Keterangan *) Signifikan

Tabel 4
Hasil Uji Hipotesis Model Kedua

Variabel	Nilai Signifikansi ($\alpha = 5\%$)
CSR	,001*
SIZE	,029*
GROWTH	,178
LEV	,107

Keterangan *) Signifikan

Hasil pengujian hipotesis untuk model pertama dan model kedua dapat dilihat pada tabel 3 dan tabel 4. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel independen CSR terhadap variabel dependen profitabilitas jangka pendek perusahaan (ROA), diketahui bahwa variabel independen CSR berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap variabel dependen profitabilitas jangka pendek perusahaan atau dengan kata lain variabel independen CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen profitabilitas jangka pendek perusahaan. Dengan demikian maka, hipotesis pertama H1: "CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan" ditolak. Hasil dari penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Berman *et al.* (dalam Inoue dan Lee, 2010), Waddock dan Graves (dalam Inoue dan Lee, 2010), dan Russo dan Fouts (dalam Inoue dan Lee, 2010) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan. Meskipun demikian, hasil dari penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh McWilliams dan Siegel (2001) dan Ullmann (1985) yang menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan.

McWilliams dan Siegel (2001) mengatakan bahwa dalam kondisi yang seimbang (*equilibrium*) praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan tidak memiliki pengaruh apapun terhadap profitabilitas perusahaan dalam jangka pendek. Menurut mereka, dalam jangka pendek perusahaan yang melakukan praktik CSR memang akan memperoleh pendapatan yang lebih besar daripada perusahaan yang tidak melakukan praktik CSR, akan tetapi perusahaan yang melakukan praktik CSR juga akan mengeluarkan biaya yang lebih besar daripada perusahaan yang tidak melakukan praktik CSR. Sebaliknya, perusahaan yang tidak melakukan praktik CSR akan memperoleh pendapatan yang lebih kecil daripada perusahaan yang melakukan praktik CSR namun biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut juga akan lebih kecil daripada perusahaan yang melakukan praktik CSR. Praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan dalam jangka pendek mungkin memang dapat meningkatkan pendapatan yang diperoleh perusahaan karena CSR berfungsi sebagai alat efisiensi dan media promosi bagi perusahaan, berperan dalam menciptakan persepsi positif masyarakat terhadap perusahaan, serta dapat mengurangi biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mengatasi berbagai permasalahan terkait dengan tuntutan *stakeholder*-nya. Meskipun demikian, praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan dalam jangka pendek juga dapat meningkatkan biaya yang dikeluarkan perusahaan karena pada dasarnya pelaksanaan dari CSR itu sendiri menghabiskan sejumlah besar dana. Perbandingan besarnya pendapatan yang diperoleh perusahaan dari sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam melakukan praktik CSR (*CSR benefit-cost ratio*) dalam jangka pendek untuk setiap perusahaan berbeda-beda. Ada perusahaan yang memperoleh pendapatan yang besar namun hanya mengeluarkan biaya yang kecil dari praktik CSR yang dilakukannya, ada perusahaan yang

memperoleh pendapatan yang kecil padahal biaya yang dikeluarkan dalam melakukan praktik CSR besar, adapula perusahaan yang memperoleh pendapatan dan mengeluarkan biaya dengan jumlah yang hampir sama dalam melakukan praktik CSR. Adanya perbedaan *cost-benefit ratio* CSR dalam jangka pendek tersebut mengakibatkan praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan menjadi tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan.

Menurut Ullmann (1985), adanya pengaruh dari praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan dalam jangka pendek merupakan suatu hal yang tidak masuk akal (*unreasonable*). Hal tersebut disebabkan karena adanya faktor-faktor lain di luar CSR yang mungkin lebih memiliki pengaruh dominan terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan. Faktor-faktor lain di luar CSR yang lebih memiliki pengaruh dominan terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan antara lain: pemilihan strategi korporat (*corporate strategy*) dan strategi unit bisnis (*business unit strategy*) perusahaan, struktur dan kultur (budaya) perusahaan, sistem penghargaan (*reward*) yang diberlakukan perusahaan dan etos kerja para pegawainya, sumber daya perusahaan, kapabilitas (kemampuan) perusahaan, serta kondisi dan kendala lingkungan.

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel independen CSR terhadap variabel dependen profitabilitas masa depan perusahaan (Tobin's q), diketahui bahwa variabel independen CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen profitabilitas masa depan perusahaan. Dengan demikian maka, hipotesis kedua H2: "CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas masa depan perusahaan" diterima. Hasil dari penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Becker dan Gerhart (dalam Inoue dan Lee, 2010), Brammer dan Millington (dalam Inoue dan Lee, 2010), Berman *et al.* (dalam Inoue dan Lee, 2010), dan Kacperczyk (dalam Inoue dan Lee, 2010) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Becker dan Gerhart (dalam Inoue dan Lee, 2010) menunjukkan bahwa aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan kepada pegawainya (CSR dimensi pegawai) berpengaruh positif terhadap profitabilitas masa depan perusahaan. Perusahaan yang melakukan aktivitas CSR kepada pegawainya akan menghasilkan praktik manajemen SDM yang unggul. Adanya praktik manajemen SDM yang unggul tersebut akan menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan, dimana hal tersebut dapat meningkatkan penilaian pasar terhadap profitabilitas masa depan perusahaan.

Brammer dan Millington (dalam Inoue dan Lee, 2010) yang meneliti hubungan antara kinerja sosial dan kinerja keuangan perusahaan menemukan bahwa praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan kepada masyarakat (CSR dimensi masyarakat) memiliki hubungan yang positif dengan profitabilitas masa depan perusahaan. Perusahaan yang melakukan praktik CSR kepada masyarakat membuat reputasi perusahaan di mata masyarakat menjadi baik. Reputasi perusahaan yang baik di mata masyarakat akan menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan. Selanjutnya, keunggulan kompetitif perusahaan tersebut berimbas pada nilai pasar profitabilitas masa depan perusahaan yang menjadi baik.

Berman *et al.* (dalam Inoue dan Lee, 2010) yang meneliti hubungan antara manajemen *stakeholder* dan kinerja keuangan perusahaan juga menemukan bahwa CSR yang dilakukan oleh perusahaan terhadap produknya (CSR dimensi produk) memiliki hubungan yang positif dengan profitabilitas masa depan perusahaan. Perusahaan yang mengalokasikan CSR terhadap produknya membuat perusahaan memperoleh penilaian positif dari para pelanggannya karena produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut berkualitas. Adanya penilaian positif dari para pelanggan tersebut akan menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan sehingga membuat investor tertarik dan menjadikan nilai pasar profitabilitas masa depan perusahaan meningkat.

Dalam penelitian tentang tanggung jawab perusahaan terhadap *stakeholder* yang dilakukan oleh Kacperczyk (dalam Inoue dan Lee, 2010) ditemukan pula bahwa inisiatif perusahaan dalam melakukan CSR untuk lingkungan (CSR dimensi lingkungan) berpengaruh positif terhadap profitabilitas masa depan perusahaan. Perusahaan yang melakukan CSR untuk lingkungan membuat reputasi perusahaan di mata masyarakat menjadi baik. Reputasi perusahaan yang baik di mata masyarakat akan menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan. Selanjutnya, keunggulan kompetitif perusahaan tersebut berimbas pada nilai pasar profitabilitas masa depan perusahaan yang menjadi baik.

Praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan berkontribusi untuk menciptakan heterogenitas dan imobilitas sumber daya perusahaan (sumber daya tidak berwujud) seperti praktik manajemen SDM yang unggul, reputasi perusahaan yang menjadi baik, dan adanya penilaian positif dari para pelanggan terhadap perusahaan. Semakin banyak sumber daya tidak berwujud tersebut dimiliki oleh perusahaan maka akan menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan, yaitu keunggulan lebih yang dimiliki oleh suatu perusahaan dibandingkan dengan perusahaan lain yang menjadi pesaing/kompetitornya. Adanya keunggulan kompetitif perusahaan tersebut, menurut pandangan berbasis sumber daya berimbas pada meningkatnya ekspektasi dari para investor terhadap profitabilitas masa depan perusahaan yang tercermin dari tingginya nilai pasar perusahaan.

KESIMPULAN DAN KETERBATASAN

Terdapat dua hasil utama dalam penelitian ini. Pertama, penelitian ini menemukan bahwa CSR berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan atau dengan kata lain CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan. Dalam jangka pendek, terdapat perbedaan *cost-benefit ratio* CSR yang menyebabkan praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan menjadi tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan. Selain itu, terdapat pula faktor-faktor lain di luar CSR yang lebih memiliki pengaruh dominan terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan. Faktor-faktor tersebut antara lain: pemilihan strategi korporat (*corporate strategy*) dan strategi unit bisnis (*business unit strategy*) perusahaan, struktur dan kultur (budaya) perusahaan, sistem penghargaan (*reward*) yang diberlakukan perusahaan dan etos kerja para pegawainya, sumber daya perusahaan, kapabilitas (kemampuan) perusahaan, serta kondisi dan kendala lingkungan. Kedua, penelitian ini menemukan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas masa depan perusahaan. Praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan berkontribusi untuk menciptakan sumber daya tidak berwujud. Semakin banyak sumber daya tidak berwujud yang dimiliki oleh perusahaan maka akan menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan. Adanya keunggulan kompetitif perusahaan berimbas pada meningkatnya ekspektasi dari para investor terhadap profitabilitas masa depan perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa pertumbuhan penjualan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan; *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan; dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas masa depan perusahaan.

Penelitian ini memiliki beberapa kelemahan dan kekurangan yang menjadi keterbatasan penelitian. Pertama, kriteria sampel yang terbatas hanya pada perusahaan-perusahaan manufaktur terdaftar (*listing*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) sehingga mungkin kurang dapat mewakili keadaan yang sebenarnya dari perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia. Kedua, periode pengamatan dalam penelitian ini hanya satu tahun, yaitu pada tahun 2011, sehingga mungkin tidak dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya mengenai praktik CSR yang dilakukan perusahaan dan juga kinerja keuangan perusahaan. Ketiga, pengukuran CSR dalam penelitian ini hanya menggunakan indikator CSR *Golden Hope Plantation Berhad* (GHPB) yang bukan merupakan indikator CSR yang digunakan secara umum. Keempat, terdapat unsur subjektivitas dalam pengukuran CSR yang disebabkan karena tidak adanya ketentuan baku yang dijadikan standar atau pedoman sehingga pengukuran CSR dengan indikator CSR yang sama dapat berbeda-beda untuk setiap peneliti. Kelima, tingkat *adjusted R²* yang rendah untuk kedua model yang diuji dalam penelitian ini, yaitu 0,290 (model pertama) dan 0,260 (model kedua) menunjukkan bahwa kedua model dalam penelitian ini belum sempurna.

Berdasarkan simpulan dan keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini, dapat diberikan beberapa saran. Pertama, pemerintah perlu mendorong setiap perusahaan di Indonesia untuk melakukan praktik dan pengungkapan CSR demi terciptanya pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) di Indonesia, salah satu caranya adalah dengan menetapkan kebijakan/regulasi yang jelas dan tegas mengenai praktik dan pengungkapan CSR. Kedua, manajer perlu mempertimbangkan keputusan untuk melakukan praktik CSR pada perusahaannya karena praktik CSR dipercaya dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan di masa depan. Untuk penelitian selanjutnya, Pertama, penelitian selanjutnya sebaiknya lebih memperluas kriteria sampel

dengan menggunakan sampel yang tidak terbatas hanya pada perusahaan manufaktur saja tetapi juga jenis perusahaan lainnya sehingga dapat mewakili keadaan yang sebenarnya dari perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia. Kedua, penelitian selanjutnya sebaiknya menambah periode pengamatan menjadi lebih dari satu tahun pengamatan sehingga dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya mengenai praktik CSR yang dilakukan perusahaan dan juga kinerja keuangan perusahaan. Ketiga, penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan indikator CSR yang digunakan secara umum untuk mengukur CSR seperti Pedoman Laporan Berkelanjutan *Global Reporting Initiative* (GRI). Keempat, penelitian selanjutnya sebaiknya menyempurnakan kedua model yang ada dalam penelitian ini atau menggunakan model lain yang lebih sempurna agar diperoleh *adjusted R²* yang tinggi.

REFERENSI

- Backhaus, K. B., B. A. Stone, dan K. Heiner. 2002. "Exploring the Relationship Between Corporate Social Performance and Employer Attractiveness". *Business & Society*, Vol. 41, h. 292-318.
- Barnea, A. dan A. Rubin. 2010. "Corporate Social Responsibility as a Conflict Between Shareholders". *Journal of Business Ethics*, Vol. 97, h. 71-86.
- Barney, J.B. 1991. "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage". *Journal of Management*, Vol. 17, No. 1, h. 99-120.
- Calton, J. dan S. Payne. 2003. "Coping with Paradox". *Business and Society*, Vol. 42, h. 7-42.
- Harjoto, M. dan H. Jo. 2011. "Corporate Governance and CSR Nexus". *Journal of Business Ethics*, Vol. 100, No. 1, h. 45-67.
- Inoue, Y. dan S. Lee. 2010. "Effects of Different Dimensions of Corporate Social Responsibility on Corporate Financial Performance in Tourism-Related Industries". *Tourism Management*, Vol. 32, h. 790-804.
- Jensen, M. 2002. "Value Maximization, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function". *Business Ethics Quarterly*, Vol. 12, h. 235-256.
- Luo, X. dan C. B. Bhattacharya. 2006. "Corporate Social Responsibility, Customer Satisfaction, and Market Value". *Journal of Marketing*, Vol. 70, h. 1-18.
- McWilliams, A. dan D. Siegel. 2001. "Corporate Social Responsibility: a Theory of the Firm Perspective". *Academy of Management Review*, Vol. 26, No. 1, h. 117-127.
- Modigliani, F. dan M. H. Miller. 1958. "The Cost of Capital, Corporation Finance and the Theory of Investment". *American Economic Review*, Vol. 47, No. 3, h. 261-297.
- Saleh, M., N. Zulkifli, dan R. Muhamad. 2010. "Corporate Social Responsibility Disclosure and Its Relation on Institutional Ownership: Evidence from Public Listed Companies in Malaysia". *Managerial Auditing Journal*, Vol. 25, No. 6, h. 591-613.
- Scherer, A., G. Palazzo, dan D. Baumann. 2006. "Global Rules and Private Actors. Towards a New Role of the TNC in Global Governance". *Business Ethics Quarterly*, Vol. 16, h. 502-532.
- Sen, S. dan B. Bhattacharya. 2001. "Does Doing Good Always Lead to Doing Better? Consumer Reactions to Corporate Social Responsibility". *Journal of Marketing Research*, Vol. 38, No. 2, h. 225-243.



Ullmann, A. 1985, "Data in Search of a Theory: A Critical Examination of the Relationships among Social Performance, Social Disclosure, and Economic Performance of US firms". *Academy of Management Review*, Vol. 10, No. 3, h. 540-557.