

**PENGARUH INTENSITAS R&D DAN  
PROFITABILITAS TERHADAP TANGGUNG  
JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (*CORPORATE  
SOCIAL RESPONSIBILITY*)  
(Studi Empiris: Perusahaan terdaftar di BEI)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
pada program Sarjana Fakultas Ekonomi  
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

**DHEMA ARIFIAN  
NIM. C2C607044**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2011**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Dhema Arifian  
Nomor Induk Mahasiswa : C2C607044  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH INTENSITAS R&D DAN PROFITABILITAS TERHADAP TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*) Studi Empiris: Perusahaan yang Terdaftar di BEI**

Dosen Pembimbing : Dr. Etna Nur Afri Yuyetta, Msi., Akt

Semarang, 9 Mei 2011

Dosen Pembimbing



(Dr. Etna Nur Afri Yuyetta, Msi., Akt)

NIP. 19720421 200012 2001

## PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Dhema Arifian  
Nomor Induk Mahasiswa : C2C607044  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH INTENSITAS R&D DAN PROFITABILITAS TERHADAP TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*) Studi Empiris: Perusahaan yang Terdaftar di BEI**

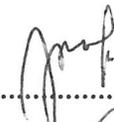
**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 19 Mei 2011**

Tim Penguji

1. Dr. Etna Nur Afri Yuyetta, Msi., Akt

  
(.....)

2. Dr. Endang Kiswara, Msi., Akt

  
(.....)

3. Shiddiq Nur Rahardjo, Msi., Akt

  
(.....)

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini saya, Dhema Arifian, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: Pengaruh Intensitas *R&D* dan Profitabilitas Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) Studi Empiris: Perusahaan terdaftar di BEI, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 9 Mei 2011

Yang membuat pernyataan

(Dhema Arifian)

NIM. C2C607044

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh intensitas R&D dan profitabilitas terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berbeda dengan penelitian Kartadjudena dkk (2011), penelitian ini menambahkan variabel Intensitas R&D yang terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (Padgett dan Galan, 2010). Keterkaitan profitabilitas dan R&D juga diungkapkan Sayidah (2004) sehingga variabel intensitas R&D layak untuk ditambahkan dalam penelitian ini.

Pengukuran tanggung jawab sosial perusahaan menggunakan kategori pengungkapan sosial untuk menghitung *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) pada *annual report* (laporan tahunan perusahaan) tahun 2006-2009. Dengan metode *purposive sampling* diperoleh 13 sampel perusahaan dengan 52 observasi. Analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis dengan metode regresi linear berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap CSR, sedangkan intensitas R&D tidak berpengaruh secara signifikan terhadap CSR di Indonesia. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan di Indonesia akan meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan ketika memperoleh profit tinggi sedangkan peningkatan intensitas R&D tidak diikuti dengan peningkatan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan di Indonesia menganggap R&D sebagai *cost* daripada *benefit*.

Kata Kunci: Intensitas R&D, Profitabilitas, *Corporate Social Responsibility* (CSR)

## **ABSTRACT**

*This study aims to obtain empirical evidence about the influence of R&D intensity and profitability on corporate social responsibility (CSR) in companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Different to Kartadjumena et al's research (2011), this research adds R&D intensity variable which was proved significantly influence to corporate social responsibility (Padgett and Galan, 2010). Relationship of profitability and R&D were also expressed by Sayidah (2004) so that R&D intensity variable eligible to be added in this study.*

*Measurement of corporate social responsibility using the categories of social disclosure to compute the Corporate Social Responsibility Index (CSRI) on the annual report in the period 2006 to 2009. By using purposive sampling method, it's found 13 firm's sample with 52 observation. Data analysis was performed with the classical assumption and hypothesis testing with multiple linear regression method.*

*The results of this study indicated that factor of profitability significantly influence on CSR while the intensity of R&D does not significantly influence on CSR in Indonesia. The implications of this study showed that companies in Indonesia will increase their corporate social responsibility when obtaining high profits while the increasing of R&D intensity does not followed by an increasing in corporate social responsibility. This is because companies in Indonesia still consider R&D as a cost rather than benefit.*

**Keywords:** *R & D intensity , Profitability, Corporate Social Responsibility (CSR),*

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbil' alamin, penulis panjatkan puja dan puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Intensitas R&D dan Profitabilitas Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) Studi Empiris: Perusahaan terdaftar di BEI”**. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian dari persyaratan untuk menyelesaikan studi sarjana S-1 Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis dengan ketulusan hati mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Drs. H. Mohamad Nasir, M.Si., Akt., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
2. Dr. Etna Nur Afri Yuyetta, Msi., Akt selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, saran, kritik dan pengarahan dengan penuh kesabaran sehingga skripsi dapat diselesaikan.

3. Dr. H. Abdul Rohman, SE., M.Si., Akt., selaku Dosen Wali yang telah membimbing dan memberi nasihat selama proses perkuliahan penulis.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama proses perkuliahan.
5. Ibu dan Ayah terima kasih untuk semua doa, cinta, kasih sayang, kesabaran, perhatian, dukungan dan motivasi baik moril maupun materiil yang tak pernah putus. Semoga penulis selalu dapat memberikan yang terbaik dan menjadi anak yang berbakti. Insya Allah suatu saat nanti penulis akan membuat kalian bangga.
6. Kakakku yang terbaik Santi Lofiani dan Lita Arifiani terima kasih untuk nasehat, dukungan, bantuan, dan teladan selama ini kepada penulis. Tidak lupa mas Hasto Noviarso dan mas Aris Widiyanto yang turut menyumbangkan nasihat dan dukungan kepada penulis.
7. Para sahabatku : Tito, Ageng, Tri Gunawan, Glifandi, Dwi, Pungki, Abhie, Dela, Rida, Anggi, Tia, Sawitri, Jeni, Bunda Nyta, Nina, Abi, Himmah, Zizah, Dessi, Kunthi, Wita dan Fifyanita Ghanimata. Terima kasih untuk kebersamaan, persahabatan, inspirasi, dan motivasi selama ini. Semoga kita bisa menggapai kesuksesan dunia dan akhirat.
8. Pak Tantowi yang sudah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan kendala-kendala dan nasihat kepada penulis.
9. Teman-teman futsal angkatan 2007.

10. Seluruh teman-teman Akuntansi Reguler II angkatan 2007. Terima Kasih untuk kekeluargaan, kebersamaan dan kekompakan selama di bangku kuliah.
11. Teman SMP dan SMAku yang memberikan inspirasi dan motivasi.
12. Tim KKN Banyumanik, khususnya tim Kelurahan Gedawang.
13. Semua pihak yang telah sangat membantu namun tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih untuk sekecil apapun doa yang kalian berikan.

Penulis memohon maaf sekiranya pnyajian maupun pembahasan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Semoga Penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, khususnya bidang akuntansi.

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb.**

Semarang, 9 Mei 2011

Dhema Arifian

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO:**

*"Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar"*

*(Al Baqarah: 153)*

*"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan orang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu*

*berharap" (Q.S. Al – Insyirah: 6-8)*

### **PERSEMBAHAN**

*Skripsi ini kupersembahkan untuk Bapak dan Mamah tercinta*

*Kakakku*

*Terima kasih untuk doa, dukungan, cinta, dan kasih sayang yang diberikan*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I           PENDAHULUAN.....	1
1.1   Latar Belakang Masalah .....	1
1.2   Rumusan Masalah .....	9
1.3   Tujuan.....	9
1.4   Manfaat .....	10
1.5   Sistematika Penulisan .....	10
BAB II          TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1   Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu .....	12
2.1.1 Teori <i>Resource-Based View</i> .....	12
2.1.2 Teori Maslow .....	14

	2.1.3 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	15
	2.1.3.1 Konsep dan Definisi Tanggung Jawab Sosial	15
	2.1.3.2 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial .....	16
	2.1.4 <i>Research and Development</i> (R&D).....	18
	2.1.5 Profitabilitas .....	20
	2.1.6 R&D dan CSR.....	20
	2.1.7 Profitabilitas dan CSR.....	21
	2.1.8 Penelitian Terdahulu .....	22
	2.2 Kerangka Pemikiran .....	26
	2.3 Hipotesis .....	26
	2.3.1 Research and Development (R&D) dengan CSR.....	26
	2.3.1 Profitabilitas dengan CSR .....	28
BAB III	METODE PENELITIAN.....	30
	3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	30
	3.1.1 Variabel Terikat (Dependen) .....	30
	3.1.1.1 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) .	30
	3.1.2 Variabel Bebas (Independen) .....	32
	3.1.2.1 Intensitas R&D .....	32
	3.1.2.2 Profitabilitas .....	33
	3.2 Populasi dan Sampel.....	33
	3.3 Jenis dan Sumber Data.....	35
	3.4 Metode Pengumpulan Data.....	35
	3.5 Metode Analisis Data .....	35
	3.5.1 Uji Asumsi Klasik .....	36
	3.5.1.1 Uji Normalitas .....	37

	3.5.1.2 Uji Multikolinearitas .....	37
	3.5.1.3 Uji Autokorelasi .....	38
	3.5.1.4 Uji heteroskedastisitas.....	38
	3.5.2 Uji Hipotesis .....	40
	3.5.2.1 Persamaan Regresi Linier Berganda .....	40
	3.5.2.2 Koefisien Determinasi.....	41
	3.5.2.3 Uji Statistik F.....	41
	3.5.2.4 Uji Signifikansi Parameter Individual.....	42
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
	4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	43
	4.1.1 Sampel Penelitian .....	43
	4.1.2 Pengungkapan CSR .....	44
	4.2 Hasil Analisis Data.....	46
	4.2.1 Pengujian Asumsi Klasik .....	47
	4.2.1.1 Uji Normalitas .....	47
	4.2.1.2 Uji Multikolinearitas.....	49
	4.2.1.3 Uji Autokorelasi .....	50
	4.2.1.4 Uji Heterokedastisitas .....	51
	4.2.2 Pengujian Hipotesis.....	54
	4.2.2.1 Uji Regresi .....	54
	4.2.2.2 Uji Koefisien Determinasi .....	55
	4.2.2.4 Uji Statistik Simultan (F test).....	56
	4.2.2.4 Uji Regresi Parsial (Uji t) .....	56
	4.2.2.5 Uji Hipotesis.....	57
	4.3 Pembahasan (interpretasi hasil).....	58

BAB V	PENUTUP.....	61
5.1	Simpulan.....	61
5.2	Keterbatasan.....	61
5.3	Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	.....	63
LAMPIRAN-LAMPIRAN	.....	68

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3.1	Variabel, Dimensi, Indikator, dan Skala Pengukuran .....	30
Tabel 3.2	Kategori dalam <i>Corporate Sustainability Reporting</i> menurut Darwin (Darwin, 2004 dalam Anggraini, 2006).....	31
Tabel 4.1	Ringkasan Populasi dan Sampel Penelitian .....	43
Tabel 4.2	Hasil Analisis CSRI .....	44
Tabel 4.3	Statistik Deskriptif .....	46
Tabel 4.4	Uji Kolmogorov-Smirnov .....	49
Tabel 4.5	Hasil Uji Multikolinearitas .....	50
Tabel 4.6	Hasil Uji Autokorelasi Durbin-Watson.....	51
Tabel 4.7	Uji Park .....	53
Tabel 4.8	Hasil Uji Regresi.....	54
Tabel 4.9	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	55
Tabel 4.10	Hasil Uji Statistik F.....	56
Tabel 4.11	Hasil Uji Regresi Parsial .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran .....	26
Gambar 4.1	Histogram .....	48
Gambar 4.2	Grafik Normal P-Plot Regression .....	48
Gambar 4.3	Pengujian Autokorelasi .....	51
Gambar 4.4	Grafik <i>Scatterplots</i> .....	52

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran A: Daftar Kategori Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Lampiran B: Daftar Perusahaan Sampel

Lampiran C: Daftar Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Lampiran D: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 17

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Topik mengenai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah muncul secara global sejak lama di berbagai negara. Hal tersebut terwujud dalam luasnya pengungkapan CSR yang semakin meningkat. Perkembangan pasar bebas yang telah membentuk ikatan-ikatan ekonomi dunia telah mendorong perusahaan dari berbagai penjuru dunia untuk secara bersama-sama melaksanakan aktivitasnya dalam rangka mensejahterakan masyarakat di sekitarnya. Berbagai organisasi bahkan pemerintah bekerja sama dalam mendorong perusahaan agar mengimplementasikan CSR. Perusahaan yang telah melakukan aktivitas CSR diharapkan dapat meningkatkan CSRnya. Dengan semakin maraknya pembahasan mengenai CSR memiliki konsekuensi logis terhadap berkembangnya tingkat pengukuran CSR seperti CSRI (*Corporate Social Responsibility Index*) berdasarkan GRI (*Global Initiative Reporting*) dan KLD (*Kinder, Lydenberg and Domini Index*).

Pemikiran yang melandasi *Corporate Social Responsibility* (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) yang sering dianggap inti dari etika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) yang

jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas. Tanggung jawab sosial dari perusahaan terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk di dalamnya adalah pelanggan atau *customer*, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga kompetitor. Komisi Masyarakat Eropa, dalam Iriantara (2004), mengungkapkan 4 faktor yang mendorong perkembangan CSR:

1. Kepedulian dan harapan baru komunitas, konsumen, otoritas publik dan investor dalam konteks globalisasi dan perubahan industri berskala besar.
2. Kriteria sosial memberi pengaruh besar dalam pengambilan keputusan investasi individu dan institusi baik sebagai konsumen maupun investor.
3. Meningkatnya kepedulian pada kerusakan lingkungan yang disebabkan kegiatan ekonomi.
4. Transparansi kegiatan bisnis akibat perkembangan media teknologi komunikasi dan informasi modern.

CSR merupakan suatu bentuk komitmen perusahaan untuk membangun kualitas kehidupan yang lebih baik bersama *stakeholder* terkait, khususnya adalah masyarakat disekeliling dimana perusahaan tersebut berada. Sebagian besar masyarakat umum menganggap CSR ini sebagai kontribusi perusahaan hanya kepada masyarakat. Namun demikian, pemahaman yang berkembang di masyarakat tersebut salah karena makna CSR sesungguhnya tidak terbatas pada masyarakat. Tanggung jawab sosial ini memiliki arti yang lebih luas. Selain memberikan keuntungan bagi pemegang saham, suatu perusahaan juga memiliki tanggung jawab terhadap pihak-pihak lain seperti pemerintah, LSM, masyarakat

secara luas, konsumen, karyawan dan kelompok-kelompok lainnya. Pandangan klasik menjelaskan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) hanya terbatas pada sisi finansial saja (*single bottom line*). Sekarang konsep tersebut telah berubah menjadi “*triple bottom line*”, yaitu tanggung jawab perusahaan harus berorientasi pada 3P (*profit, people, planet*). Elkington (1997), dalam Wibisono (2007), mengembangkan konsep *Tripple Bottom Line* dengan istilah *economic prosperity, environmental quality* dan *social justice*. Selain mengejar profit, perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Menurut Robbins dan Coulter (2005) tanggung jawab sosial perusahaan dibedakan menjadi dua pandangan, yaitu pandangan klasik dan pandangan sosial ekonomi. Pandangan klasik berpendapat bahwa satu-satunya tanggung jawab sosial manajemen adalah memaksimalkan laba atau memaksimalkan hasil finansial bagi para pemegang saham. Sementara itu, pandangan sosial ekonomi adalah pandangan yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial manajemen bukan sekadar menghasilkan laba tetapi juga mencakup melindungi dan meningkatkan kesejahteraan sosial.

Berkembangnya teori dan konsep CSR, serta peran CSR semakin penting dalam mendorong semakin luasnya tanggung jawab sosial perusahaan bagi terciptanya keseimbangan pembangunan baik ekonomi, sosial maupun lingkungan. Hal ini dikarenakan selain sebagai institusi ekonomi, perusahaan juga merupakan institusi sosial. Dengan demikian, perusahaan diharapkan dapat maju

dan berkembang secara harmonis bersama masyarakat. Menurut *Prince of Wales Foundation*, dalam Untung (2008), ada lima hal penting yang dapat mempengaruhi implementasi CSR. Pertama, menyangkut *Human Capital* atau pemberdayaan manusia. Kedua, *environments* yang menjelaskan tentang lingkungan. Ketiga adalah *Good Corporate Governance*. Keempat, *social cohesion* yang artinya tidak menimbulkan kecemburuan sosial dalam melaksanakan CSR. Kelima adalah *economic strength* atau memberdayakan lingkungan menuju kemandirian di bidang ekonomi. Welirang (2007), dalam Untung (2008), juga mengungkapkan faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi CSR adalah komitmen kepemimpinan perusahaan, ukuran dan kematangan perusahaan serta regulasi dan sistem perpajakan yang diatur pemerintah.

Adanya dorongan-dorongan bagi perusahaan untuk menerapkan CSR, menyebabkan perusahaan menggunakan konsep CSR ini sebagai kunci untuk mendapatkan legitimasi masyarakat (Oliver, 1991; Haniffa dan Coke, 2005; Ani, 2007 dalam Nurkhin 2009). Jika perusahaan telah mendapatkan legitimasi masyarakat maka, perusahaan tidak akan perlu khawatir dengan keberlanjutan perusahaan. Hal tersebut dikarenakan, keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup.

Faktanya sudah banyak terjadi bagaimana resistensi masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan

hidupnya. Namun demikian, untuk melaksanakan CSR perusahaan harus mengeluarkan sejumlah biaya yang tidak sedikit.

Biaya CSR ini sering kali menjadi kendala karena pada akhirnya akan menjadi beban yang akan mengurangi pendapatan. Hal ini diperkuat oleh Giannarakis dan Theotokas (2011) bahwa CSR dianggap sebagai ancaman terhadap kelangsungan perusahaan karena adanya tambahan biaya sosial. Konsekuensi logisnya, pelaksanaan CSR akan mengganggu profitabilitas perusahaan. Pentingnya profitabilitas dalam pelaksanaan CSR juga diungkapkan oleh Heinze (1976) dalam Hackstone dan Milne (1996) yang menjelaskan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Oleh karena itu, perusahaan haruslah dalam tingkat profitabilitas yang tinggi untuk memberikan keluwesan manajemen dalam mengungkapkan CSR (Nurkhin, 2009)

Sebuah perusahaan yang hendak mempertimbangkan melakukan pengungkapan sosial tentu akan memperhatikan sisi finansialnya dulu, dalam hal ini profitabilitas yang tinggi merupakan suatu langkah untuk keputusan jangka panjang. Kiroyan (2006) dalam Sayekti dan Wondabio (2007) menyatakan bahwa dengan menerapkan CSR, diharapkan perusahaan akan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang. Hal tersebut mengindikasikan, ketika perusahaan berada dalam profitabilitas yang tinggi, perusahaan tentu akan mempertimbangkan kelangsungan profitabilitas tersebut agar dalam jangka panjang perusahaan selalu mendapatkan profit yang tinggi. Konsekuensi logisnya

ialah semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Bowman dan Haire, 1976 dan Preston, 1978 dalam Hackston dan Milne 1996).

Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa jumlah perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial (CSR) dalam laporan tahunannya semakin bertambah. Demikian juga dengan jumlah dan jenis informasi CSR yang diungkapkan semakin meningkat. Banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan program CSR sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Berbagai variabel faktor-faktor yang mempengaruhi CSR suatu perusahaan seperti kepemilikan manajemen, kepemilikan asing, kepemilikan institusional, regulasi pemerintah dan Corporate Governance telah banyak diteliti dengan hasil yang beragam.

Namun demikian, dari sekian variabel-variabel yang muncul guna meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi CSR, tidak banyak yang meneliti mengenai variabel R&D (*Research and Development*). R&D dapat diartikan sebagai kegiatan menemukan pengetahuan baru tentang produk, proses, dan layanan, dan kemudian menerapkan pengetahuan baru itu untuk menciptakan produk baru dan berkualitas untuk memenuhi kebutuhan pasar. Dalam menciptakan produk yang baru dan berkualitas, perusahaan pasti akan memperhatikan dampak buruk dari penggunaan produk perusahaan tersebut. R&D digunakan sebagai ukuran untuk menguji dan meminimalisasi dampak buruk yang ditimbulkan produk baru sehingga produk baru yang dihasilkan tidak akan lepas dari faktor lingkungan dan sosial. Perusahaan yang bergerak di bidang industri otomotif seperti mobil atau

sepeda motor, perusahaan tersebut tentu akan menghasilkan produk yang ramah lingkungan, hemat konsumsi bahan bakar dan aman bagi konsumen. Dengan demikian, alasan yang mendasari keterkaitan R&D dalam mempengaruhi CSR adalah karena produk, jasa maupun proses baru yang diciptakan perusahaan melalui R&D tidak hanya berorientasi pada profit saja, tetapi juga memperhatikan aspek lingkungan dan sosial. Hal itu berarti, aspek lingkungan dan sosial yang dilakukan perusahaan melalui R&D sejalan dengan prinsip CSR.

Variabel R&D menjadi salah satu faktor yang perlu diperhatikan karena memiliki pengaruh terhadap CSR. Variabel ini menjadi menarik untuk diteliti setelah sebelumnya McWilliams dan Siegel (2000) menemukan bukti adanya hubungan R&D dengan CSR ketika mereka melakukan penelitian mengenai hubungan CSR dengan kinerja keuangan perusahaan. Penelitian yang dilakukan Hull dan Rothenberg (2008) tidak jauh berbeda dengan hasil penemuan McWilliams dan Siegel ketika mereka meneliti pengaruh CSR terhadap variabel lain. Namun demikian tidak banyak penelitian yang mengungkapkan pengaruh langsung R&D terhadap CSR seperti yang dilakukan Padgett dan Galan (2010) yang menemukan bukti empiris bahwa intensitas R&D berpengaruh positif terhadap CSR. Oleh karena itu, penelitian ini perlu dilakukan karena adanya *research gap* sehingga perlu dilakukan pengkajian yang lebih mendalam mengenai variabel ini. Selain itu, di Indonesia variabel ini menarik untuk diteliti mengingat karakteristik perusahaan di tiap negara berbeda sehingga tidak menutup kemungkinan akan memiliki hasil yang berbeda.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Kartadjumena dkk (2011) yang meneliti hubungan profit dan CSR disclosure pada periode tahun 2007-2009. Sesuai dengan saran Kartadjumena dkk (2011), untuk lebih memfokuskan sampel data penelitian agar mendapatkan hasil yang akurat, maka dalam penelitian ini sampel penelitian ini lebih difokuskan pada industri *high profiles* menurut Zuroh dan Sukmawati (2003). Periode penelitian ini juga lebih panjang untuk menggambarkan hasil yang aktual. Perbedaan lainnya adalah penambahan variabel R&D dan pengukuran profitabilitas. Pengukuran profitabilitas dalam penelitian ini berbeda dengan Kartadjumena dkk (2011). Jika mereka menggunakan EPS, maka dalam penelitian ini digunakan ROA sebagai proksi profitabilitas. Alasan digunakannya ROA sebagai proksi dalam penelitian ini karena menurut Albahi (2009); Nugroho dan Timbul (2009) ROA merupakan rasio terpenting diantara rasio profitabilitas dan merupakan teknik analisis yang lazim digunakan untuk mengukur tingkat efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan. Pada penambahan variabel baru, digunakan variabel intensitas R&D sebagai variabel independen baru dalam mempengaruhi CSR.

Alasan digunakannya variabel R&D ini karena R&D memiliki hubungan erat dengan laba. Jika tujuan perusahaan adalah mengoptimalkan laba dalam jangka panjang, maka diperlukan perencanaan R&D dalam strategi perusahaan. Hal ini diperkuat dengan penelitian Zantout dan Tsetsekos (1994), dalam Sayidah (2004), yang mengungkapkan pengungkapan sukarela atas biaya R&D mengarah pada *abnormal return* positif perusahaan. Lebih jauh diungkapkan oleh Padgett

dan Galan (2010) variabel R&D perlu disertakan dalam model penelitian bagi mereka yang ingin meneliti hubungan kinerja keuangan dan CSR.

Berdasarkan uraian di atas maka dilakukan penelitian dengan judul :  
**“PENGARUH INTENSITAS R&D DAN PROFITABILITAS TERHADAP TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*) STUDI EMPIRIS: PERUSAHAAN TERDAFTAR DI BEP”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Apakah Intensitas R&D berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (CSR)?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (CSR)?

## **1.3 Tujuan**

Berdasarkan permasalahan dalam penelitian, maka tujuan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (CSR)
2. Untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh Intensitas R&D terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (CSR)

#### **1.4 Manfaat**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, anatar lain:

1. Bagi akademisi, sebagai bahan kajian dan pengujian terhadap konsep atau teori CSR dan pengungkapannya serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya disamping sebagai sarana untuk menambah wawasan.
2. Bagi pemerintah dan lembaga-lembaga penyusun standar akuntansi, sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas standar dan peraturan yang sudah ada.
3. Bagi investor, manajemen mapupun pelaku bisnis lainnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk pengambilan kebijakan, khususnya sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan kebijakan dan keputusan sehubungan dengan penerapan CSR dalam perusahaan dan pengungkapannya dalam laporan tahunan perusahaan.
4. Bagi perkembangan ilmu akuntansi memberikan kontribusi variabel, khususnya berkenaan variabel-variabel yang mempengaruhi pengungkapan CSR dimana dalam hal ini variabel R&D yang masih belum banyak diteliti.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Penelitian skripsi ini dibagi dalam 5 (lima) bab dan setiap bab dibagi lagi menjadi sub – sub bab, hal ini dimaksudkan agar lebih jelas dan mudah dipahami.

Secara garis besar materi pembahasan dari masing – masing bab tersebut dijelaskan sebagai berikut :

**BAB I            PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan bagian awal dalam penulisan ini yang menyajikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II           TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan teori-teori yang melandasi penelitian ini yang digunakan sebagai dasar dalam melakukan analisa terhadap permasalahan yang ada, penelitian terdahulu serta hipotesis penelitian.

**BAB III          METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang metode yang digunakan dalam penelitian, populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

**BAB IV          ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan mengenai hasil dari analisis data serta pembahasannya

**BAB V            PENUTUP**

Bab ini menjelaskan kesimpulan penelitian yang dibuat berdasarkan hasil penelitian serta memberikan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

## **BAB II**

### **TELAAH PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu**

##### **2.1.1 Teori Resource-Based View (*RBV Theory*)**

Teori RBV menjelaskan pengaruh intensitas *R&D* terhadap CSR. Barney (1991) menggambarkan teori RBV sebagai *sustained competitive advantage*, penggunaan dan pengembangan sumber daya tertentu untuk mendapatkan keuntungan kompetitif jangka pendek dan kemudian mempertahankannya. Menurut Grant (1991) kunci dari teori RBV adalah pemahaman atas hubungan antara sumber daya, kemampuan, keunggulan kompetitif dan profitabilitas secara khusus sehingga keunggulan kompetitif dapat dipertahankan dari waktu ke waktu. Tidak berbeda jauh dengan Barney (1991) dan Grant (1991), Russo dan Fouts (1997) menjelaskan teori *Resource-Based View* (RBV) yang melandasi analisis intensitas R&D dan CSR karena secara eksplisit mengakui pentingnya sumber daya tak berwujud seperti reputasi, budaya perusahaan dan teknologi.

Dietrikx dan Cool (1989), dalam Haryanto (2003), menjelaskan pandangannya mengenai *resource based-view* bahwa reputasi dari waktu ke waktu akan dikembangkan dan akan semakin sulit untuk ditiru sehingga dapat menaikkan kinerja. Barney (1991) juga menjelaskan empat indikator agar perusahaan memiliki *sustained competitive advantage*, yakni: bernilai (*valuable*),

langka (*rareness*), sangat sulit ditiru (*imperfectly imitable*) dan sulit digantikan (*Insubstitutability*). Dengan demikian, konsekuensi logis yang muncul dari teori RBV adalah perusahaan dengan aset langka dan bernilai akan memiliki sebuah keunggulan kompetitif, dan perusahaan yang memiliki aset yang sulit ditiru akan dianggap sebagai suatu keunggulan yang berkelanjutan. Namun demikian, agar perusahaan dapat menikmati *competitive advantage* dari *resource* yang dimilikinya maka perusahaan perlu untuk melakukan penelitian dan pengembangan (*R&D*) agar produk yang ada dapat dikembangkan menjadi suatu produk yang memiliki *value* yang lebih tinggi dibandingkan kompetitornya dalam jangka waktu yang lama.

Hull dan Rothenberg (2008) berpendapat bahwa CSR merupakan strategi yang digunakan untuk membedakan perusahaan dengan kompetitor sehingga perusahaan akan memperoleh keunggulan kompetitif. Padgett dan Galan (2010) menjelaskan cara perusahaan membedakan dengan kompetitor ialah melalui diferensiasi produk.

Hal ini berarti kebijakan CSR akan membantu meningkatkan proses pengembangan produk sehingga kebijakan dan karakteristik CSR tersebut akan berdampak langsung pada produk perusahaan. *R&D* merupakan pengembangan produk agar perusahaan mendapatkan keunggulan kompetitif. Patent, Hak Cipta dan Trademark menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam *R&D* dimana hal tersebut juga menunjukkan reputasi suatu perusahaan sebagai bagian dari aktiva tak berwujud. Oleh karena itu, kegunaan dari teori RBV dapat menjelaskan keterkaitan *R&D* pada penelitian CSR dengan menekankan pada pentingnya

sumber daya tak berwujud karena keunikannya yang sangat susah untuk ditiru dan digantikan (Branco dan Rodrigues, 2006).

### **2.1.2 Teori Maslow (*Maslow's Theory*)**

Teori Maslow atau yang disebut sebagai teori hierarki kebutuhan, menjelaskan keterkaitan antara profitabilitas dengan tanggung jawab sosial. Teori ini pertama kali diungkapkan oleh Abraham H. Maslow yang menjelaskan hierarki tingkatan kebutuhan manusia. Inti teori Maslow ialah bahwa kebutuhan manusia tersusun dalam suatu hirarki. Tingkat kebutuhan yang paling rendah ialah kebutuhan psikologis dan tingkat yang tertinggi ialah kebutuhan akan perwujudan diri (*self-actualization needs*).

Pada perkembangannya teori ini memiliki konsep yang lebih luas. Perluasan teori ini diungkapkan Tuzzolino dan Armandi (1981) dengan menjelaskan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan kerangka hierarki kebutuhan. Tingkatan kebutuhan organisasi menurut teori Maslow terdiri atas lima hal, yakni *Physiological*, *Safety*, *Affiliative*, *Esteem*, *Self-actualization*. Kebutuhan akan profit berada pada tingkatan *Physiological* sedangkan tanggung jawab sosial perusahaan terletak pada tingkatan *Self-actualization*. Tuzzolino dan Armandi (1981) juga mengungkapkan bahwa untuk mencapai tujuan organisasi, maka perusahaan harus memenuhi kebutuhan tingkat bawah (profits) sebelum mencoba melakukan kebutuhan pada tingkat *self-actualizing* (kebutuhan sosial).

Hal ini berarti profitabilitas merupakan kebutuhan dasar bagi perusahaan untuk dapat melanjutkan ke tingkatan kebutuhan selanjutnya. Ketika kebutuhan

akan profit telah terpenuhi, perusahaan akan maju ke tingkatan selanjutnya hingga kebutuhan akan tanggung jawab sosial perusahaan.

Keterkaitan profit dengan CSR berdasarkan teori Maslow juga diungkapkan Kartadjuma dkk (2011), yakni saat perusahaan mencapai profit yang tinggi, perusahaan dianggap telah mengembangkan kebutuhan dasar (profit) sehingga perusahaan akan melanjutkan untuk memenuhi kebutuhan sosial dan kebutuhan akan penghargaan. Dengan demikian, kepeduliannya perusahaan terhadap masyarakat (sosial) menghendaki manajemen untuk membuat perusahaan menjadi *profitable* (Belkaoui dan Karpik, 1989 dalam Anggraini, 2006).

### **2.1.3 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

#### **2.1.3.1 Konsep dan Definisi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Pada prinsipnya *Corporate Social Responsibility* atau yang biasa dikenal dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan memiliki definisi yang beragam, tergantung pada visi perusahaan. Menurut Putri (2007), dalam Untung (2008), *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan.

Johnson (2006), Holme dan Watts (2006), dalam Hadi (2011) mendefinisikan CSR sebagai cara perusahaan dalam mengelola bisnis dengan menghasilkan produk yang berorientasi positif terhadap masyarakat dan

lingkungan demi terjaminnya *going concern* perusahaan. Menurut *The World Business Council for Sustainable Development*, dalam Rahman (2009), CSR didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, peningkatan kualitas hidup karyawan beserta keluarganya, serta peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas.

Meski CSR memiliki banyak definisi, namun secara esensi CSR merupakan wujud kegiatan ekonomi perusahaan yang berkelanjutan. Kegiatan ekonomi perusahaan secara umum memang didirikan atas dasar orientasi ekonomi, akan tetapi dengan tidak melupakan aspek sosial dan lingkungan demi terjaminnya kelangsungan hidup perusahaan.

#### **2.1.3.2 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Dalam Ghozali dan Chariri (2007) ada dua jenis pengungkapan, yakni pengungkapan yang bersifat wajib (*mandatory*) yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*) yang merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) umumnya dilakukan perusahaan yang bersifat *voluntary*. Hendriksen (1991) mendefinisikan pengungkapan (*disclosure*) sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien.

Di Indonesia praktek pengungkapan tanggung jawab sosial di atur dalam UU dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas (UU PT) Nomor 40 Tahun 2007 Bab V Pasal 74 Tentang Pelaksanaan TJSL (Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan). Seperti yang dikutip dalam UU nomor 40 tahun 2007, yakni:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

UU tersebut menunjukkan perhatian pemerintah terhadap CSR. Setiap perseroan yang kegiatan usahanya bergerak di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL). Dengan demikian, diharapkan setiap unit atau pelaku ekonomi selain berusaha untuk kepentingan pemegang saham dan mengkonsentrasikan diri pada pencapaian laba juga mempunyai tanggung jawab sosial, dan hal itu perlu diungkapkan dalam laporan tahunan. Rahman (2009) mengungkapkan ada dua

alasan yang mendasari perusahaan melakukan kegiatan CSR, yakni alasan moral (*moral argument*) dan alasan ekonomi (*economic argument*). Alasan ekonomi menekankan pada kemampuan perusahaan dalam memperkuat citra dan kredibilitas produknya melalui aktivitas CSR. Dengan membangun citra melalui CSR, komunitas akan lebih percaya dan merasakan keuntungan dengan hadirnya suatu korporat di suatu wilayah tertentu.

Dimensi moral lebih didasarkan bahwa CSR adalah inisiatif korporat untuk dapat menjalin relasi yang saling menguntungkan dengan *stakeholders*. Oleh karena itu, alasan moral memiliki tujuan untuk memberdayakan komunitas menuju pada kemandirian.

#### **2.1.4 *Research and Development (R&D)***

*Financial Accounting Standard* no. 2 dalam Wilson dan Campbell (1992) mendefinisikan *Research* (Penelitian) sebagai perencanaan atau investigasi kritis yang ditujukan untuk penemuan pengetahuan dengan harapan pengetahuan tersebut akan bermanfaat dalam mengembangkan produk atau jasa baru atau proses, teknik baru atau mewujudkan perbaikan yang signifikan untuk proses atau produk yang sudah ada sedangkan *Development* (Pengembangan) merupakan terjemahan temuan penelitian atau pengetahuan lain ke dalam rencana atau desain produk baru atau proses baru untuk peningkatan yang signifikan pada produk atau proses yang sudah ada, baik rencana atau desain tersebut akan ditujukan untuk penjualan atau digunakan.

Lebih jauh lagi diungkapkan dalam Standar Akuntansi Keuangan (SAK No.20) memberikan pengertian riset sebagai penelitian yang orisinal dan terencana yang dilaksanakan dengan harapan memperoleh pengetahuan dan pemahaman teknis atau ilmiah yang baru sedangkan pengembangan diartikan sebagai penerapan hasil riset atau pengetahuan lain ke dalam suatu rencana atau desain untuk menghasilkan bahan, alat, produk, proses, sistem atau jasa, sebelum dimulainya produksi komersial atau pemakaian. Dengan demikian, esensi dari R&D dapat diartikan sebagai sebuah studi tentang ide-ide, metode, produk atau jasa dengan tujuan untuk menciptakan produk atau proses baru, memperbaiki produk yang ada, dan menemukan pengetahuan baru yang dapat bermanfaat dimasa depan.

McWilliams dan Siegel (2001) menjelaskan R&D sebagai situasi dimana perusahaan mengambil peran dalam tindakan yang muncul untuk aktivitas sosial, di luar kepentingan perusahaan dan yang disyaratkan oleh hukum. Dengan investasi R&D, perusahaan telah mendapatkan salah satu cara dalam mencapai keunggulan kompetitif yang dapat digunakan sebagai mekanisme untuk diferensiasi produk.

Banyak perusahaan mengeluarkan dana yang tidak sedikit untuk penelitian dan pengembangan guna menciptakan produk atau proses baru, memperbaiki produk yang ada, dan menemukan pengetahuan baru yang dapat bermanfaat dimasa depan. R&D dalam hal ini memiliki makna yang luas, tidak hanya terbatas pada pengembangan dan penemuan produk baru, akan tetapi R&D dapat dilakukan pada sektor-sektor lain yang membutuhkan inovasi atau peningkatan

efektivitas seperti riset pemasaran dan pengembangan SDM. Dengan demikian investasi perusahaan dalam bidang R&D akan berdampak dalam jangka panjang.

### **2.1.5 Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (Munawir, 2004). Bila perusahaan ingin tetap hidup untuk dapat tumbuh dan berkembang, maka perusahaan harus memperoleh laba. Menurut Hanafi dan Halim (2007), ada tiga ukuran rasio profitabilitas, yaitu: *profit margin*, *return on asset* (ROA), dan *return on equity* (ROE). Dari sekian rasio profitabilitas, ROA merupakan rasio terpenting (Ang, 1997 dalam Timbul dan Nugroho, 2009; Albahi, 2009). ROA yang semakin besar menunjukkan kinerja yang semakin baik, karena menunjukkan tingkat pengembalian yang semakin besar. Meskipun laba mempunyai fungsi penting dalam pertumbuhan perusahaan, tetapi suatu perusahaan tidak dapat dikatakan berhasil hanya dengan berorientasi pada laba.

### **2.1.6 R&D dan CSR**

R&D sangat penting bagi sebuah perusahaan untuk tetap bertahan dan bersaing dalam perubahan industri. Para investor akan melihat sebuah perusahaan yang sehat dengan menilai R&D dalam mengevaluasi kinerja masa depan terutama ketika mengevaluasi sebuah investasi jangka panjang sehingga banyak perusahaan mengalokasikan dana yang cukup besar untuk penelitian dan pengembangan guna menciptakan produk atau proses baru, memperbaiki produk

yang ada, dan menemukan pengetahuan baru yang dapat bermanfaat dimasa depan.

Serangkain penelitian yang ketat dilakukan perusahaan untuk mendapatkan *competitive advantage*. Pengembangan produk dilakukan agar perusahaan dapat tetap mempertahankan *sustained competitive advantage*. Dengan demikian, penelitian dan pengembangan merupakan salah satu indikator keberhasilan perusahaan. Namun demikian, untuk mencapai *competitive advantage* perusahaan perlu memasukan aspek sosial dan lingkungan dalam produk sebagai perbedaan dengan pesaing lain. Seperti yang dikutip dalam Padgett dan Galan (2010), yakni:

*”CSR can be viewed as a type of investment used as a mechanism for product differentiation, where CSR can be positioned in the context of ‘resources’, in which CSR policies would help to improve processes for developing products and services, and of ‘outputs’, where CSR policies and attributes would have a direct impact on a firm’s product”.*

Dengan pemahaman pentingnya R&D dan CSR di atas, dapat disimpulkan perusahaan akan menerapkan kebijakan CSR melalui diferensiasi produk sehingga konsep CSR akan berdampak langsung pada produk perusahaan. Hal ini berarti senada dengan prinsip CSR menurut Warhurst dalam Wibisono (2007) yang mengungkapkan bahwa pengembangan produk dan jasa akan berdampak positif terhadap lingkungan sosial.

### **2.1.7 Profitabilitas dan CSR**

Keterkaitan profitabilitas dan CSR didasari oleh dampak negatif dari operasional perusahaan. Perusahaan yang hanya memaksimalkan profit untuk

kepentingan *shareholder* menyebabkan adanya tuntutan untuk memperhatikan masyarakat yang juga menanggung beban dampak negatif perusahaan (Kartadjuma dkk, 2011). Konsekuensi logisnya, pertumbuhan profit perusahaan harus diikuti dengan perhatian terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Hubungan antara kinerja keuangan suatu perusahaan, dalam hal ini profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial menurut Belkaoui dan Karpik (1989), dalam Sembiring (2005), paling baik diekspresikan dengan pandangan bahwa tanggapan sosial yang diminta dari manajemen sama dengan kemampuan yang diminta untuk membuat suatu perusahaan memperoleh laba. Manajemen yang sadar dan memperhatikan masalah sosial juga akan memajukan kemampuan yang diperlukan untuk menggerakkan kinerja keuangan perusahaan.

### 2.1.8 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

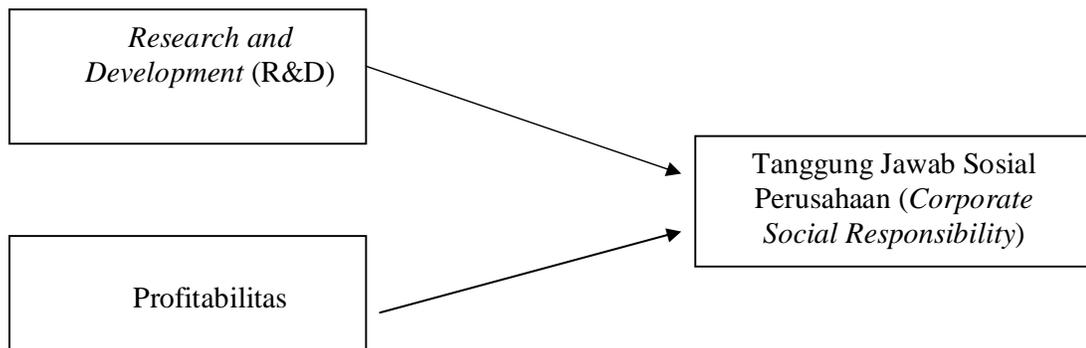
Pengarang dan Tahun Publikasi	Tujuan Penelitian	Variabel yang Digunakan	Hasil Penelitian
McWilliams and Siegel (2000)	Mengestimasi dampak CSR oleh regresi kinerja perusahaan terhadap kinerja sosial perusahaan	Kinerja perusahaan	CSR memiliki hubungan positif dengan intensitas R&D

Waldman (2004)	untuk meneliti peran CEO dalam menentukan sejauh mana perusahaan mereka terlibat dalam tanggung jawab sosial perusahaan (CSR)	Peran CEO (intelaktual CEO)	Hubungan yang kuat antara R&D dan CSR
Hull and Rothenberg (2008)	Menguji dampak kinerja sosial perusahaan terhadap kinerja keuangan	CSP, Inovasi, level diferensiasi industri, diferensiasi industri	mendukung inovasi dan tingkat diferensiasi dalam industri sebagai moderator untuk hubungan positif antara kinerja sosial perusahaan dan kinerja keuangan
Bouquet and Deutsche (2008)	memeriksa apakah dan bagaimana kinerja sosial perusahaan (CSP) mempengaruhi kapasitas perusahaan untuk mencapai penjualan yang menguntungkan di pasar luar	CSP, Perusahaan Multinasional	Hubungan R&D investment dan perusahaan multinasional

	negeri		
Padgett dan Galan (2010)	Menguji pengaruh intensitas R&D terhadap CSR	R&D	Intensitas R&D berpengaruh positif terhadap CSR
Sembiring (2003)	Meneliti determinan-determinan pengungkapan CSR di perusahaan Indonesia	Profitabilitas, umur perusahaan, EPS, ukuran perusahaan, kepemilikan publik, tingkat <i>leverage</i>	Ukuran perusahaan berdampak positif secara signifikan sedangkan EPS, kepemilikan publik dan tingkat <i>leverage</i> berdampak negatif secara signifikan
Sembiring (2005)	Menguji pengaruh kinerja keuangan, <i>political visibility</i> , ketergantungan pada hutang terhadap pengungkapan CSR	Size, profitabilitas, profil, ukuran dewan komisaris, leverage	Profitabilitas dan leverage tidak berpengaruh signifikan
Angraini (2006)	Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan	kepemilikan manajemen, leverage, ukuran perusahaan, tipe industri, profitabilitas	Profitabilitas, ukuran perusahaan dan leverage tidak berpengaruh signifikan

Hossain dkk (2006)	Untuk meneliti luas dan sifat pelaporan sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan	ukuran perusahaan, profitabilitas, anak perusahaan multinasional, audit firm dan tipe industri	profitabilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial
Nurkhin (2009)	untuk menjelaskan pengaruh dari <i>corporate governance</i> dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol.	kepemilikan institusional, komposisi dewan komisaris independen dan profitabilitas	Komposisi dewan komisaris independen dan profitabilitas terbukti secara signifikan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
Kartadjumena dkk (2011)	Meneliti hubungan profit dan tingkat pengungkapan CSR	Profit (EPS)	Profit berpengaruh positif secara signifikan terhadap CSR

## 2.2 Kerangka Pemikiran



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**

## 2.3 Hipotesis

### 2.3.1 *Research and Development (R&D)* dengan CSR

Strategi R&D menjadi kunci penting kesuksesan perusahaan, bahkan dapat menjadi salah satu keunggulan kompetitif. McWilliams dan Siegel (2001) menyatakan bahwa investasi R&D merupakan penggunaan strategi yang berbeda dalam memperoleh keunggulan kompetitif dengan menggunakan konsep CSR. R&D mengarahkan terjadinya inovasi, yang kemudian menjadikan perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif dalam industrinya. R&D dianggap sebagai bentuk investasi yang menghasilkan peningkatan ilmu pengetahuan. Investasi dalam R&D akan melibatkan inovasi yang berhubungan dengan proses

CSR dan produk yang menarik bagi konsumen. Dengan demikian, CSR merupakan strategi perusahaan yang dapat digunakan untuk membedakan perusahaan dari pesaing lain sehingga perusahaan akan memperoleh keunggulan kompetitif (Hull dan Rothenberg, 2008).

McWilliams dan Siegel (2000) membuktikan bahwa R&D Intensity berdampak positif dengan CSR karena keduanya melibatkan proses inovasi dan produk. Kelangsungan hidup perusahaan tidak lepas dari peran masyarakat. Perusahaan harus melakukan inovasi produk melalui R&D untuk dapat terus berkembang. Dalam menciptakan produk baru atau mendiferensiasi produk yang sudah ada, perusahaan akan memperhatikan aspek-aspek lingkungan dan sosial sehingga hal tersebut senada dengan konsep CSR.

Sebuah perusahaan yang bergerak di bidang industri farmasi, perusahaan akan menciptakan obat melalui serangkaian penelitian yang ketat untuk menjamin keamanan dan keselamatan konsumen. Di bidang otomotif, dalam menciptakan mobil atau sepeda motor, perusahaan akan melakukan serangkaian pengujian untuk memastikan produk tersebut menggunakan teknologi hemat bahan bakar, gas emisi yang minimal serta aman digunakan konsumen. Di sektor pertambangan, untuk menemukan sumber-sumber minyak atau gas baru atau sumber tambang lainnya, perusahaan akan melakukan serangkaian penelitian dan pengujian untuk memastikan di daerah tersebut kaya akan sumber tambang dengan tidak mengabaikan keselamatan karyawan dan dampak buruk terhadap lingkungannya. Dalam sektor pertambangan kegiatan penelitian tersebut dikenal dengan eksplorasi. Eksplorasi yang dilakukan perusahaan tentu saja akan

memperhatikan keselamatan peneliti dan kelestarian lingkungan. Hal tersebut berarti penelitian dan pengembangan yang dilakukan perusahaan akan selalu memperhatikan aspek lingkungan dan sosial. Dengan demikian dapat dikatakan produk yang dihasilkan perusahaan akan berdampak langsung terhadap CSR. Senada dengan hal tersebut Padgett dan Galan (2010) mengungkapkan kebijakan CSR akan membantu meningkatkan proses pengembangan dan pelayanan produk sehingga kebijakan CSR akan langsung berdampak pada produk perusahaan.

Dengan demikian, semakin besar investasi dalam R&D maka aktivitas inovasi produk yang berhubungan dengan CSR akan semakin meningkat. Sejalan dengan prinsip CSR menurut Warhurst dalam Wibisono (2007) mengungkapkan bahwa pengembangan produk dan jasa akan berdampak positif terhadap lingkungan sosial.

**H1 : Intensitas *Research and Development (R&D)* berpengaruh positif terhadap Tanggung jawab Sosial Perusahaan (CSR)**

### **2.3.2 Profitabilitas dengan CSR**

Profitabilitas memberikan keyakinan kepada perusahaan untuk melakukan pengungkapan sukarela tersebut. Hubungan profitabilitas dalam kinerja keuangan dengan tanggung jawab sosial menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Sembiring (2003) diekspresikan dengan pandangan bahwa tanggapan sosial yang diminta manajemen sama dengan kemampuan perusahaan untuk memperoleh

laba. Oleh sebab itu, suatu perusahaan haruslah dalam keadaan menguntungkan (*profitable*) demi kelangsungan hidupnya (Albahi, 2009; Nurkhin, 2009).

Tanpa adanya keuntungan, akan sangat sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Sesuai dengan konsep teori maslow, tingkat profitabilitas yang semakin tinggi akan semakin memotivasi perusahaan untuk mengungkapkan CSR untuk mendapatkan penghargaan sosial. Heinze (1976) dalam Hackston dan Milne (1996) mengungkapkan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan memberikan keluwesan kepada manajemen untuk melaksanakan dan mengungkapkan CSR. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas rendah akan sangat mempertimbangkan pelaksanaan dan pengungkapan CSR, karena khawatir akan mengganggu operasional perusahaan. Senada dengan hal tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Fernandez dan Souto (2009); dan Karaibrahimoglu (2010) dalam Giannarakis dan Theotokas (2011) menunjukkan bahwa proyek-proyek CSR perusahaan menurun karena krisis keuangan. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Kartadjumena dkk, 2011).

**H2 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Tanggung jawab Sosial Perusahaan (CSR)**

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian Pengaruh R&D Intensity terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. Variabel independen ialah Intensitas R&D dan Profitabilitas. R&D yang diukur dengan membagi pengeluaran R&D dengan total penjualan sedangkan profitabilitas diukur dengan proksi ROA. Variabel dependen yaitu pengungkapan CSR diukur dengan CSRI (*Corporate Social Responsibility Index*).

**Tabel 3.1**  
**Variabel, Dimensi, Indikator, dan Skala Pengukuran**

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
1	Dependen (Y) CSR	Jumlah item yang yang diungkapkan perusahaan sesuai dengan kategori CSR menurut Darwin	$CSDI = \frac{\text{jumlah disclosure}}{6}$	Rasio
2	Independen Intensitas R&D (X1)	Perbandingan antara total pengeluaran R&D terhadap total penjualan	$\frac{R\&D\ expenditure}{\text{Total Penjualan}}$	Rasio
3	Independen Profitabilitas (X2)	Perbandingan laba bersih setelah pajak terhadap total aktiva	$\frac{Net\ Income}{\text{Total Aset}}$	Rasio

#### 3.1.1 Variabel Dependen

##### 3.1.1.1 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

CSR merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan

memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan (Putri, 2007; dalam Untung, 2008). Variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diukur dengan proksi CSRI (*Corporate Social Reporting Index*). CSRI dalam penelitian ini adalah tingkat pengungkapan CSR pada Laporan Tahunan perusahaan.

Pengungkapan CSR diukur menggunakan *Index* CSR, yakni dengan cara mengamati ada tidaknya suatu item informasi yang ditentukan dalam laporan tahunan, apabila item informasi tidak ada dalam laporan tahunan maka diberi skor 0, dan jika item informasi yang ditentukan ada dalam laporan tahunan maka diberi skor 1. Kategori pengungkapan sosial yang digunakan dalam penelitian ini adalah kategori informasi sosial menurut Darwin (2004) dalam Anggraini (2006) yang meliputi *economic, environment, labor practices, human rights, society, dan product responsibility*.

**Tabel 3.2**  
**Kategori dalam *Corporate Sustainability Reporting* menurut Darwin (2004) dalam Anggraini (2006)**

Kategori	Aspek
Kinerja Ekonomi	
Pengaruh ekonomi secara langsung	Pelanggan, pemasok, karyawan, penyedia modal dan sektor publik
Kinerja Lingkungan	
Hal-hal yang terkait dengan lingkungan	Bahan baku, energi, air, keanekaragaman hayati ( <i>biodiversity</i> ), emisi, sungai, dan sampah, pemasok, produk dan jasa, pelaksanaan, dan angkutan
Kinerja Sosial	
Praktik kerja	Keamanan dan keselamatan tenaga kerja, pendidikan dan training, kesempatan kerja
Hak manusia	Strategi dan manajemen, non diskriminasi, kebebasan berserikat dan berkumpul, tenaga kerja di bawah umur, kedisiplinan, keamanan, dll

Sosial	Komunitas, korupsi, kompetisi dan penetapan harga
Tanggung jawab terhadap produk	Kesehatan dan keamanan pelanggan, iklan yang peduli terhadap hak pribadi

Sumber: Darwin (2004) dalam Anggaini (2006)

Pengukuran luas pengungkapan CSR dalam penelitian ini dilakukan secara *non repeated* artinya hanya menghitung satu kali untuk tiap item kategori tersebut tanpa mempertimbangkan item tersebut diungkapkan lagi dalam halaman atau bagian lain dengan bahasa yang berbeda. Selain itu, pengukuran dilakukan dengan melihat item-item pengungkapan yang termuat dalam laporan tahunan saja tanpa melihat dan mengukur kembali luas pengungkapan yang dicantumkan dalam laporan khusus seperti *sustainability report*, hal tersebut dikarenakan tidak semua perusahaan menerbitkan *sustainability report*. Pengungkapan sosial menunjukkan seberapa luas butir-butir pengungkapan yang disyaratkan telah diungkapkan.

### 3.1.2 Variabel Independen

#### 3.1.2.1 Intensitas R&D

Padgett dan Galan (2010) mendefinisikan R&D sebagai investasi yang akan menghasilkan peningkatan ilmu pengetahuan, yang akan mengarah pada inovasi produk dan proses. Pengukuran Intensitas *R&D* diwakili oleh proksi R&D. Penghitungannya dengan membagi total pengeluaran R&D dengan total penjualan ( McWilliams dan Siegel, 2000; Margaretha dan Hartanti, 2006; Padgett dan Galan, 2010)

$$R\&D = \frac{\text{Total Pengeluaran R\&D}}{\text{Penjualan}}$$

### 3.1.2.2 Profitabilitas

Menurut White dkk (2002), dalam Ulupui (2009), profitabilitas merupakan rasio yang mengukur *earnings* (laba) perusahaan relatif terhadap *revenue* (*sales*) dan modal yang diinvestasikan. Proksi untuk variabel profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Return On Asset* (ROA) sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Hackston dan Milne (1996), Hossain dkk (2006). ROA atau yang juga sering disebut ROI (*Return on Investment*) adalah perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan total aktiva untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu (Hanafi dan Halim, 2007 ; Nugroho dan Timbul, 2008; Albahi, 2009; Ulupui, 2009;). *Return on asset* merupakan ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

### 3.2 Penentuan Populasi dan Sampel

Sampel yang digunakan adalah populasi perusahaan publik yang terdaftar dalam yang terdaftar (*listing*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2006 - 2009. Metode pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* yaitu merupakan tipe pemilihan sampel secara tidak

acak, yang informasinya diperoleh dengan menggunakan pertimbangan atau kriteria tertentu (Nur dan Bambang, 2002).

Kriteria-kriteria yang digunakan dalam penelitian sampel adalah:

1. Perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI dan sahamnya aktif diperdagangkan selama tahun 2006 - 2009.
2. Perusahaan tersebut menerbitkan *annual report* periode 2006 - 2009.
3. Perusahaan tersebut menyediakan informasi mengenai pelaksanaan CSR dan pengeluaran *R&D* serta dari tahun ke tahun perusahaan selalu laba.
4. Perusahaan tergolong dalam tipe industri *high-profiles* (Zuroh dan Sukmawati, 2003).

Alasan penggunaan tipe industri *high-profiles* menurut Zuroh dan Sukmawati (2003) dilakukan dengan alasan untuk lebih memfokuskan penelitian sehingga mendapatkan hasil yang akurat sesuai dengan saran peneliti Kartadjuma dkk (2011), Padgett dan Galan (2010). Menurut Zuroh dan Sukmawati (2003) perusahaan *high profile* adalah perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas. Perusahaan yang tergolong *high-profiles* yakni, perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agribisnis, tembakau dan rokok, produksi makanan dan minuman, media dan komunikasi, energi (listrik), engineering, kesehatan, transportasi, pariwisata. Selain itu, dengan menggunakan sampel yang relatif baru diharapkan hasil penelitian akan lebih relevan untuk memahami kondisi yang aktual di Indonesia.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari IDX (Indonesian Stock Exchanges) tahun 2006-2009. Alasan peneliti menggunakan data sekunder adalah karena data sekunder lebih mudah diperoleh, biayanya lebih murah, sudah ada penelitian dengan jenis data ini, serta lebih dapat dipercaya keabsahannya karena laporan keuangannya telah diaudit oleh akuntan publik.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengambilan data yang digunakan adalah metode dokumentasi, yaitu penggunaan data yang berasal dari dokumen-dokumen yang sudah ada. Data dalam penelitian ini berasal dari perusahaan yang terdaftar di BEI.

Untuk metode pengambilan sampel, yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non-random*. Hal ini dikarenakan penelitian ini menggunakan keseluruhan populasi penelitian yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian yang sudah ditentukan.

### **3.5 Metode Analisis Data**

Metode analisis dilakukan dengan metode statistik regresi linear berganda untuk menguji hipotesis. Hal ini dikarenakan terdapat dua variabel independen yang memiliki hubungan pengaruh terhadap satu variabel dependen. Gujarati (1999) mengatakan dasar analisis regresi adalah ketergantungan satu variabel dependen dengan satu atau lebih variabel dependen, dengan tujuan untuk

mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independennya. Hal yang sama juga diungkapkan Kuncoro (2001) bahwa analisis regresi umumnya digunakan apabila tujuan analisis adalah prediksi hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan dependen.

Dalam rangka melakukan estimasi atau membuat perkiraan hubungan sebab-akibat, maka peneliti harus mengukur atau menentukan nilai Y (variabel dependen) untuk menaksir nilai-nilai yang berhubungan dengan X sebagai variabel independennya (Ibnu, 2000). Dengan demikian, esensi analisis regresi adalah pada upaya menjelaskan dan mengevaluasi hubungan antara satu atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen (Ghozali, 2009). Sebelum dilakukan pengujian hipotetis, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang akan dilakukan terdiri dari: uji normalitas uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas.

### **3.5.1 Uji Asumsi Klasik**

Penelitian ini akan diuji menggunakan metode regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel yang terkait dalam penelitian. Di dalam model regresi, bukan hanya variabel arametric saja yang mempengaruhi variabel dependen, melainkan masih ada faktor lain yang dapat menyebabkan kesalahan dalam observasi, yaitu yang disebut kesalahan pengganggu ( $\epsilon$ ) atau *disturbance's error* (Supranto, 2001). Metode regresi berganda akan dapat dijadikan alat estimasi yang tidak bias jika telah memenuhi persyaratan *Best*

*Linear Unbiased Estimation (BLUE)*. Agar model analisis regresi yang dipakai dalam penelitian ini secara teoretis menghasilkan nilai arametric yang sah lebih dahulu akan dilakukan pengujian asumsi klasik regresi yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi dan heteroskedastisitas.

### **3.5.1.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam metode regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2009). Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini untuk mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak menggunakan dua cara yaitu melalui analisis grafik dan analisis statistik.

### **3.5.1.2 Uji Multikolinearitas**

Multikolinearitas terjadi jika ada hubungan linear yang sempurna atau hampir sempurna antara beberapa atau semua variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (Ghozali, 2009). Untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilakukan dengan menganalisis korelasi antar variabel dan perhitungan nilai *tolerance* serta *variance inflation factor (VIF)*. Multikolinearitas terjadi jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95%.

### 3.5.1.3 Uji Autokorelasi

Digunakan uji statistik dari Durbin Watson untuk mendeteksi apakah ada serial korelasi (Autokorelasi) atau tidak dalam data time series yang digunakan. Serial korelasi adalah problem dimana dalam sekumpulan observasi untuk variabel tertentu antara observasi yang satu dengan yang lain ada hubungan atau korelasi. Langkah awal pendeteksian ini adalah mencari nilai  $d$  dari analisis regresi dan selanjutnya mencari nilai  $d_l$  dan  $d_u$  pada tabel dengan kriteria (Imam Ghozali, 2009). Pengambilan Keputusan ada tidaknya autokorelasi:

1. Bila nilai DW terletak antara batas atas atau upper bound ( $d_u$ ) dan  $(4-d_u)$ , maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
2. Bila nilai DW lebih rendah daripada batas bawah atau lower bound ( $d_l$ ), maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol, berarti ada autokorelasi positif.
3. Bila nilai DW lebih besar daripada  $(4-d_l)$ , maka koefisien korelasi autokorelasi lebih kecil dari pada nol, berarti ada autokorelasi negatif.

Bila nilai DW terletak diantara batas atas ( $d_u$ ) dan batas bawah ( $d_l$ ) atau DW terletak antara  $(4-d_u)$  dan  $(4-d_l)$ , maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

### 3.5.1.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda

disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2009). Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antar SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu x adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah di-*unstandardized*. Dasar analisisnya adalah:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) akan mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik penyebaran di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka terjadi heteroskedastisitas.

Untuk lebih menjamin keakuratan hasil maka dilakukann uji statistik dengan menggunakan uji park. Uji Park mengemukakan metode bahwa varaince ( $S^2$ ) merupakan fungsi dari variabel-variabel independen yang dinyatakan dalam persamaan (Ghozali, 2009). Apabila koefisien parameter beta dari persamaan regresi tersebut signifikan secara statistik (tingkat probabilitas signifikansi di atas 5%), hal ini menunjukkan bahwa dalam data model empiris yang diestimasi terdapat heteroskedastisitas. Sebaliknya jika parameter beta tidak signifikan secara statistik, maka asumsi homoskedastisitas pada data model tersebut tidak dapat ditolak.

### 3.5.2 Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini, digunakan metode regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji signifikansi simultan (Uji statistik F), dan uji signifikansi parameter individual (Uji statistik t):

#### 3.5.2.1 Persamaan Regresi Linear Berganda

Metode regresi linear berganda, yaitu metode yang digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen dengan skala pengukur atau rasio dalam suatu persamaan linier (Indriantoro dan Supomo, 2002). Variabel independen dalam penelitian ini adalah intensitas *R&D* dan profitabilitas. Sedangkan variabel dependennya adalah indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Adapun persamaan untuk menguji hipotesis secara keseluruhan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

*Persamaan Regresi*

$$ICSR_{it} = \beta_0 + \beta_1 R\&D_{it-1} + \beta_2 ROA_{it-1} + \epsilon_i$$

Keterangan

$ICSR_{it}$  : Indeks pengungkapan CSR

$R\&D_{it-1}$  : Intensitas R&D

$ROA_{it-1}$  : Profitabilitas, proksi ROA

$\epsilon_i$  : Error term

### 3.5.2.2 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada di antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2009).

Data dalam penelitian ini akan diolah dengan menggunakan program *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) 17. Hipotesis dalam penelitian ini dipengaruhi oleh nilai signifikansi koefisien variabel yang bersangkutan setelah dilakukan pengujian. Kesimpulan hipotesis dilakukan berdasarkan *t-test* dan *Ftest* untuk menguji signifikansi variabel-variabel independen terhadap variabel dependen.

### 3.5.2.3 Uji Signifikansi Simultan (Uji statistik F)

Menurut Ghozali (2009) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara simultan kedua variabel independen

tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. Jika nilai signifikan  $\leq 0,05$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara simultan kedua variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

#### **3.5.2.4 Uji Signifikansi Parameter Individual**

Menurut Ghozali (2009) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan  $\leq 0,05$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.