

**PENGARUH ELEMEN *CORPORATE SOCIAL*
RESPONSIBILITY TERHADAP RENTABILITAS**

**(Studi pada perusahaan *Consumer good's* di Indonesia yang
terdaftar pada Bursa Efek Indonesia)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

AHMAD HIJRI ALFIAN

NIM. C2C009142

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2013

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Ahmad Hijri Alfian

Nomor Induk Mahasiswa : C2C009142

Fakultas/ Jurusan : Ekonomi/ Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH ELEMEN
CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY TERHADAP
RENTABILITAS**

Dosen Pembimbing : Prof. Dr. H Abdul Rohman, S.E.,
M.Si., Akt.

Semarang, 21 Februari 2013

Dosen Pembimbing

(Prof. Dr. H Abdul Rohman, S.E.,M.si., Akt.)

NIP. 19660108 199202 1001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Ahmad Hijri Alfian menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **PENGARUH ELEMEN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP RENTABILITAS**, 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 symbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau penulisan dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/ 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 sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan tangan saya sendiri ini. 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 universitas batal saya terima.

Semarang, 21 Februari 2013
Yang Membuat Pernyataan,

(Ahmad Hijri Alfian)
C2C009142

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Ahmad Hijri Alfian

Nomor Induk Mahasiswa : C2C009142

Fakultas/ Jurusan : Ekonomi/ Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH ELEMEN
CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY TERHADAP
RENTABILITAS**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 6 Maret 2013

Tim Penguji

1. Prof. Dr. H Abdul Rohman, S.E., M.Si., Akt. (.....)
2. Dr. Haryanto, M.Si, Akt (.....)
3. Drs. Daljono, M.Si, Akt (.....)

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti pengaruh pengungkapan elemen *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap salah satu rasio dari *Financial Soundness* atau tingkat kesehatan keuangan yaitu rasio rentabilitas suatu perusahaan *consumer good's* di Indonesia. Penelitian ini menggunakan indeks pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai ukuran dari pengungkapan CSR berdasarkan indikator *Global Reporting Initiatives* (GRI) versi 3.1.

Sampel dari penelitian ini adalah 23 perusahaan *consumer good's* yang terdaftar pada bursa Efek Indonesia periode tahun 2009 hingga 2011 sehingga jumlah total perusahaan yang digunakan sebagai sampel adalah 46. Sedangkan Metode analisis yang digunakan untuk meneliti pengaruh pengungkapan elemen CSR terhadap rasio rentabilitas adalah menggunakan analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap *Return On Equity* (ROE) sebagai alat analisis dari rentabilitas jika diuji secara simultan. Dan jika diuji secara parsial berdasarkan elemen CSR, maka hanya kinerja sosial dan lingkungan yang berpengaruh signifikan terhadap ROE. Sedangkan kinerja tenaga kerja, HAM, dan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE.

Kata Kunci: CSR, ROE, GRI 3.1, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial, Produk

ABSTRACT

The aim/ the objective of this research is for study the effect of the Corporate Social Responsibilities elemen disclosure to one of the financial soundness ratio. this research uses the CSR disclosure index as a measure based on GRI indicators version 3.1.

The sample are 23 companies from consumer good's listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in the period 2009 to 2011 until total company for the samples are 46 companies. While the analysis method which is used to examine the effect of CSR disclosure on the profitability ratio is using multiple linier regression analysis, classical assumption test and test hypotheses.

The result of this research that indicate a significant effect of CSR toward ROE as an analitical tool of profitability when tested simultaneously. And if tested partially based on elements of CSR, the only of social and environmental performance that significantly impact ROE. Meanwhile, ROE not impact on the labor, human rights and product performance.

Keywords: CSR, ROE, environment, labor, human rights, social, product

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirobbil'alamin, Segala puji bagi ALLAH SWT, atas segala Rahmat dan Hidayah- Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**PENGARUH ELEMEN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP RENTABILITAS (Studi Pada Perusahaan Consumer good's Di Indonesia yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia)**". Skripsi ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Program Sarjana (S1) jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari penulisan skripsi ini. Oleh karena itu kritik serta saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini, sehingga pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terima kasih pada:

1. Bapak Prof. Dr. Mohamad Nasir, M.Si., Akt., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Muchammad Syafruddin, M.Si., Akt, selaku ketua jurusan Akuntansi yang telah memberikan masukan dan membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Prof. Dr. H Abdul Rohman, S.E., M.Si., Akt, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu dan segenap tenaga serta saran, kesabaran, dan dukungannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak Drs. Sudarno, M.Si., Akt., Ph.D, selaku Dosen wali yang selalu membantu dan memberikan nasihat serta motivasi selama masa perkuliahan.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen, staf, serta karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat.

6. Bapak Dr. Ibnu Khajar, S.E., M.Si dan Ibu Yayuk Jihadatun S, selaku orang tua yang tiada hentinya memberikan doa, dorongan, serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Adik Ahmad Zakki, adik Ahmad Hajar Hanafi, dan keluarga besar Solo serta Madiun yang selalu memberikan doa serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kekasihku dr. Angelita Cesariani yang selalu membantu, memberikan motivasi dan memberikan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sesuai dengan target yang telah ditetapkan.
9. Seluruh Keluarga besar Unit Kegiatan Selam (UKSA-387) Universitas Diponegoro, Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, serta Pondok Indah FC, Venus FC yang telah memberikan semangat dan motivasi.
10. Sahabat- sahabat seperjuangan wahyu, huda, rijal, fery, galang, tria, sigit, anggi, leditya, serta seluruh teman- teman jurusan Akuntansi angkatan 2009 Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, yang selalu memberikan semangat dan kenangan selama menjalani masa kuliah.
11. Sahabat- sahabat KKN-PPM desa Kaliaman, Anak Puding Black-Bat, Anak KFC-SMA, yang selalu memberikan semangat dan dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
12. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini, yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu.

Semoga ALLAH SWT memberikan balasan atas semua bantuan yang diberikan kepada penulis, dan semoga skripsi ini memberikan manfaat serta berguna bagi pembaca dan juga bagi penulis. Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 21 Februari 2013

Ahmad Hijri Alfian

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

"Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki kehancuran suatu kaum, maka tidak ada yang sanggup mencegahnya, dan tidak ada perlindungan mereka selain dari Allah"

(Q.S. Ar-Ra'd: 11).

"Ibarat air sungai, kita sudah sangat jauh dari mata air. Boleh jadi sudah mendekati muara. Maka air sungai pun sudah semakin keruh, nyaris tak terlihat lagi warnanya. Tinggal namanya saja"

(A. Mustofa Bisri, dalam: Membuka Pintu Langit)

"Kenali lingkunganmu! Sebelum kamu melakukan sesuatu!"

(Alfian)

*Karya ini kupersembahkan untuk
Kedua orang tuaku tercinta
Yang selalu memberikan segalanya untuk penulis
Adik-adikku tersayang
Yang selalu mewarnai hidup penulis
Jeman, Sahabat, yang selalu memberikanku dukungan*

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI..... | i |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI..... | ii |
| PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN..... | iii |
| ABSTRAK..... | iv |
| <i>ABSTRACT</i> | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian..... | 7 |
| 1.4 Sistematika Penulisan..... | 8 |
| BAB II TELAAH PUSTAKA | |
| 2.1 Landasan Teori..... | 9 |
| 2.1.1 Teori Triple Bottom Line..... | 9 |
| 2.1.2 Teori Stakeholder..... | 11 |

| | |
|--|----|
| 2.1.3 <i>Corporate Social Responsibility</i> | 12 |
| 2.1.4 Rentabilitas..... | 18 |
| 2.1.5 <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Rentabilitas | 20 |
| 2.1.6 Penelitian Terdahulu | 21 |
| 2.2 Kerangka Pemikiran..... | 22 |
| 2.3 Pengembangan Hipotesis | 23 |
| 2. 3. 1 Hubungan Indikator Kinerja Lingkungan dan Rentabilitas | 23 |
| 2. 3. 2 Hubungan Indikator Kinerja Tenaga Kerja dan Rentabilitas | 24 |
| 2. 3. 3 Hubungan Indikator Hak Asasi Manusia dan Rentabilitas | 25 |
| 2. 3. 4 Hubungan Indikator Sosial Masyarakat dan Rentabilitas | 27 |
| 2. 3. 5 Hubungan Tanggung Jawab Produk dan Rentabilitas | 28 |
| BAB III Metode Penelitian | |
| 3.1 Variabel Penelitian | 29 |
| 3.2 Definisi Operasional Variabel..... | 29 |
| a. Variabel Independen..... | 29 |
| b. Variabel Dependen..... | 33 |
| 3.3 Populasi dan Penentuan Sampel..... | 34 |
| 3.4 Jenis dan Sumber Data | 35 |
| 3.5 Metode Pengumpulan Data | 35 |
| 3.6 Metode Analisis | 36 |
| 3.6.1 Analisis Regresi | |
| 3.6.1.1 Analisis Regresi Linier Berganda | 36 |
| 3.6.1.2 Uji Hipotesis | 37 |
| a. Uji Simultan F | 37 |
| b. Uji Individual T | 38 |
| 3.6.1.3 Koefisien Determinasi..... | 39 |
| 3.6.2 Uji Asumsi Klasik | 40 |
| a. Uji Multikolinearitas | 41 |

| | |
|---|----|
| b. Uji Heterokedastisitas | 41 |
| c. Uji Autokorelasi | 42 |
| d. Uji Normalitas | 43 |
| BAB IV HASIL dan ANALISIS | |
| 4.1 Deskripsi Objek Penelitian..... | 44 |
| 4.2 Statistik Deskriptif | 45 |
| 4.3 Analisis Data | 46 |
| 4.4 Analisis Uji Asumsi Klasik..... | 49 |
| 4.4.1 Uji Multikolinearitas | 49 |
| 4.4.2 Uji Heterokedastisitas | 50 |
| 4.4.3 Uji Autokorelasi | 51 |
| 4.4.4 Uji Normalitas | 53 |
| 4.5 Uji Hipotesis | 54 |
| 4.5.1 Rangkuman Perhitungan Regresi Berganda..... | 54 |
| 4.5.2 Uji signifikansi Simultan (Uji F) | 55 |
| 4.5.3 Uji signifikansi Individual (Uji t)..... | 56 |
| 4.5.4 Koefisien Determinasi..... | 59 |
| 4.6 Pembahasan..... | 60 |
| BAB V PENUTUP | |
| 5.1 Kesimpulan | 73 |
| 5.2 Keterbatasan Penelitian..... | 76 |
| 5.3 Saran..... | 77 |
| DAFTAR PUSTAKA | 78 |
| LAMPIRAN- LAMPIRAN | 82 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 3.1 Tabel Skala Pengukuran Variabel..... | 33 |
| Tabel 4.1 Daftar Sampel Penelitian..... | 45 |
| Tabel 4.2 Hasil Statistik Deskriptif..... | 46 |
| Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinearitas..... | 49 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Autokorelasi..... | 51 |
| Tabel 4.5 Perhitungan Durbin-Watson..... | 52 |
| Tabel 4.6 Perhitungan Regresi Berganda..... | 54 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji F..... | 55 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji T..... | 56 |
| Tabel 4.9 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis | 59 |
| Tabel 4.10 Hasil Koefisien Determinasi | 60 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Hubungan CSR terhadap Rentabilitas..... | 23 |
| Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokedasitas | 50 |
| Gambar 4.2 Grafik Histogram | 53 |
| Gambar 4.3 Grafik Normal Plot..... | 53 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|---|---------|
| Lampiran A List Perusahaan <i>Consumer good's</i> 2009- 2011 | 82 |
| Lampiran B Daftar Pengungkapan CSR | 83 |
| Lampiran C Hasil List Pengungkapan CSR Menurut Indikator Kinerja..... | 89 |
| Lampiran D Hasil ROE Perusahaan <i>Consumer good's</i> 2009- 2011 | 94 |
| Lampiran E Hasil Output SPSS | 95 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan kini telah mengalami pertumbuhan yang belum pernah terjadi sebelumnya. Jika dahulu CSR hanya menjadi wacana atau agenda tahunan bagi perusahaan, maka sekarang banyak perusahaan terlibat dalam kegiatan sosial seperti tindakan pertanggung jawaban terhadap lingkungan sekitar, pengadaan pengobatan terhadap karyawan dan berkontribusi dalam program dan seni dan budaya di masyarakat (Barone dkk, 200). Wacana CSR juga sudah menjadi tren global. Banyak perusahaan telah menggeser paradigma sempit yang menyatakan bahwa orientasi seluruh kegiatan perusahaan hanyalah profit, dimana aktivitas apapun harus ditakar dari sudut menambah keuntungan financial secara langsung atau tidak (Siti A, 2011).

Pengambilan keputusan ekonomi hanya dengan melihat kinerja keuangan suatu perusahaan, saat ini sudah tidak relevan lagi. Eipstein dan Freedman (1994), dalam Anggraini (2006), menemukan bahwa investor juga tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan. Untuk itu dibutuhkan suatu sarana yang dapat memberikan informasi mengenai aspek sosial, lingkungan dan keuangan secara sekaligus. Sarana tersebut dikenal dengan nama laporan berkelanjutan (*sustainability reporting*).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu bentuk sustainability reporting yang memberikan keterangan tentang berbagai aspek- aspek perusahaan mulai dari aspek sosial, lingkungan dan keuangan sekaligus yang tidak dapat dijelaskan secara tersirat oleh suatu laporan keuangan perusahaan saja. Karena pandangan dalam dunia usaha dimana perusahaan hanya bertujuan untuk mendapatkan laba yang setinggi- tingginya tanpa memperhatikan dampak yang muncul dalam kegiatan usahanya kini sudah tidak diterima lagi. Perkembangan dunia usaha saat ini menuntut perusahaan untuk meningkatkan perhatiannya kepada lingkungan sosial. Perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal saja tetapi juga karyawan, konsumen, masyarakat, dan lingkungan (Siti A, 2011).

Karena masyarakat sekarang lebih pintar dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi. Maka saat ini masyarakat cenderung untuk memilih produk yang diproduksi oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan atau melaksanakan CSR. Survei yang dilakukan Sutopoyudo (2009) dalam Siti Andriyati (2011) menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negative. Kondisi yang terjadi saat ini adalah banyak produk yang menjadi konsumsi masyarakat seperti bahan pangan, minuman, kosmetik, obat- obatan, dan produk konsumtif lainnya disalahgunakan seperti menjual kembali produk yang sudah kadaluarsa, pemberian zat- zat berbahaya dalam proses produksi maupun pemakaian zat formalin dalam proses pengawetan. Hal

tersebut tentunya akan sangat meresahkan masyarakat sebagai konsumen. Tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan terhadap masyarakat harus wajib dilakukan sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap konsumennya. CSR menjadi salah satu tindakan alternatif yang dapat dilakukan perusahaan.

Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *corporate social responsibility*, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati oleh investor. *Corporate social responsibility* juga dapat digunakan sebagai alat *marketing* baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan berkelanjutan. Karena dengan melaksanakan CSR, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dan pada akhirnya dengan pelaksanaan CSR diharapkan tingkat profitabilitas atau rentabilitas perusahaan juga akan meningkat. Jadi dengan melaksanakan kegiatan CSR perusahaan dapat memperoleh dua manfaat sekaligus, yaitu melaksanakan CSR sebagai bentuk pertanggung jawaban terhadap lingkungan sosial sekitarnya serta menggunakannya sebagai strategi menarik minat konsumen dan pada akhirnya meningkatkan tingkat penjualan. (Satyo, 2005 dalam Sutopoyudo, 2009).

Saat ini yang terjadi pada banyak perusahaan di Indonesia adalah salah mengartikan CSR itu sendiri. Seperti yang dilaporkan Lingkar Studi CSR (2008), banyak perusahaan di Indonesia menganggap CSR dalam satu sudut pandang saja,

yaitu pengembangan masyarakat. Padahal CSR jauh lebih luas daripada pengembangan masyarakat. Jika draft 4.2 ISO 26000 on *Social Responsibility* (2008) dilihat, tampak bahwa pengembangan masyarakat hanyalah satu di antara tujuh subyek dalam CSR. Karena CSR juga harus mencakup tata kelola organisasi, hak asasi manusia, ketenagakerjaan, lingkungan, praktek operasi perusahaan yang adil, serta isu terkait dengan konsumen. Jadi, apa yang dipahami oleh banyak perusahaan di Indonesia adalah penyederhanaan berlebih, dan mengaburkan pengertian CSR yang sebenarnya. Dan di Indonesia sendiri CSR dikuatkan dengan adanya aturan UU. PT No. 40 Tahun 2007. Dalam Undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, pada bab IV, bagian kedua, pasal 66 (2), poin c yang mengatur tentang laporan tahunan, disebutkan bahwa direksi harus menyampaikan laporan tahunan yang sekurang-kurangnya memuat laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Serta bab V tentang Tanggung Jawab Sosial, pada pasal 74 (1), (2), (3), dan (4) disebutkan bahwa perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu berupa biaya yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Apabila perusahaan tidak melakukan kewajiban tersebut maka akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

Di Indonesia penelitian mengenai pengaruh CSR yang telah dilakukan oleh Dahlia dan Siregar (2008), menyatakan bahwa tingkat pengungkapan CSR dalam

laporan tahunan perusahaan berpengaruh positif terhadap variabel ROE (Return On Equity) sebagai analisis rentabilitas. Hal ini berarti ada dampak produktif signifikan antara aktifitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan dengan kinerja keuangan perusahaan maupun tingkat kesehatan keuangan perusahaan terutama rasio profitabilitas atau rentabilitas.

Oleh karena itu banyak penelitian telah menunjukkan bahwa dalam perusahaan atau organisasi, manajer selalu menginginkan perusahaan untuk terlibat dalam aktivitas CSR dan selalu menempatkan CSR pada agenda tahunan agar dapat diselaraskan dengan rencana strategis perusahaan yang memiliki tujuan tertentu (Juan G,2009). Dengan kata lain kompleksitas dalam merancang dan mengimplementasikan kegiatan CSR dapat mempengaruhi hasil kinerja organisasi termasuk tingkat kesehatan keuangan (*Financial Soundness*) yang ada di dalam perusahaan atau organisasi.

Dan berdasarkan uraian diatas, tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“PENGARUH ELEMEN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP RENTABILITAS (Studi pada perusahaan *Consumer good’s* di Indonesia yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia ”**. Perusahaan yang dijadikan sampel adalah perusahaan dengan indeks *consumer good’s*, dimana perusahaan ini mempunyai keterkaitan yang tinggi dengan konsumen karena aktifitas dari perusahaan ini adalah memproduksi barang- barang kebutuhan masyarakat atau konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas perlu dilakukan penelitian terhadap perusahaan-perusahaan *consumer good's* yang seharusnya mempunyai nilai inisiatif CSR yang tinggi sebagai bentuk timbal balik perusahaan terhadap stakeholder utamanya yaitu masyarakat atau konsumen. Dengan adanya fenomena yang ditemukan oleh Lingkaran Riset CSR tahun 2008 yaitu banyak perusahaan di Indonesia yang hanya menganggap CSR dari sudut pandang hubungan masyarakat saja, padahal menurut draft ISO 26000 *on Social Responsibility* yang menyebutkan bahwa CSR harus termasuk kedalam tujuh subjek CSR yang terdiri dari pengembangan masyarakat, tata kelola organisasi, hak asasi manusia, ketenagakerjaan, lingkungan, praktek operasi perusahaan yang adil, dan isu terkait konsumen maka perlu dilakukan penelitian tentang kepatuhan perusahaan terhadap draft ISO 26000 menggunakan standar pengungkapan CSR *Global Reporting Initiative* 3.1 tahun 2011.

Serta untuk menindaklanjuti penelitian-penelitian sebelumnya mengenai CSR yang salah satunya dilakukan oleh Dahlia dan Siregar (2008) yang menghasilkan penelitian bahwa variabel ROE sebagai alat analisis rentabilitas berpengaruh positif terhadap aktifitas CSR perusahaan. Maka dari permasalahan dan uraian- uraian tersebut dapat dirumuskan menjadi beberapa rumusan masalah, yaitu:

1. Apakah kinerja lingkungan berpengaruh terhadap rentabilitas?
2. Apakah kinerja tenaga kerja berpengaruh terhadap rentabilitas?
3. Apakah kinerja Hak Asasi Manusia berpengaruh terhadap rentabilitas?

4. Apakah kinerja sosial masyarakat berpengaruh terhadap rentabilitas?
5. Apakah kinerja tanggung jawab produk berpengaruh terhadap rentabilitas?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memperoleh bukti empiris pengaruh kinerja lingkungan terhadap rentabilitas
2. Memperoleh bukti empiris pengaruh kinerja tenaga kerja terhadap rentabilitas
3. Memperoleh bukti empiris pengaruh kinerja Hak Asasi Manusia terhadap rentabilitas
4. Memperoleh bukti empiris pengaruh kinerja sosial masyarakat terhadap rentabilitas
5. Memperoleh bukti empiris pengaruh kinerja tanggung jawab produk terhadap rentabilitas

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Secara praktis penelitian ini dapat memberikan penjelasan kepada perusahaan tentang hubungan CSR dengan rentabilitas perusahaan. Sehingga perusahaan tidak perlu ragu untuk selalu meningkatkan aktivitas CSR nya.

2. Secara teoritis penelitian ini dapat memberikan pengetahuan apakah elemen CSR yang diukur menggunakan indikator kinerja CSR memberikan pengaruh terhadap rentabilitas perusahaan.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini dapat diuraikan seperti dibawah ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang mengapa penelitian ini ditulis, rumusan masalah yang akan diungkap dari penelitian ini, tujuan dan kegunaan dari penelitian ini, serta bagaimana sistematika penulisan dari penelitian ini.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Berisi teori yang melandasi penelitian ini, penjelasan variabel dependent, kerangka pemikiran, dan hipotesis serta penelitian- penelitian terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisi variable penelitian, berapa populasi dan sampel yang akan diteliti, apa jenis dan darimana sumber datanya, bagaimana metode pengumpulan data dan analisisnya.

BAB IV : HASIL DAN ANALISIS

Berisi tentang deskripsi dari objek penelitian, analisis data, serta intepretasi hasil dari penelitian.

BAB V : PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan penjelasan dari penelitian berdasarkan hasil yang ada dan penutup.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2. 1 Landasan Teori

2. 1. 1 Teori *Triple Bottom Line*

Dewasa ini konsep CSR semakin berkembang, dan dengan berkembangnya konsep CSR tersebut maka banyak teori yang muncul yang diungkapkan mengenai CSR ini. Salah satu yang terkenal adalah teori *triple bottom line* dimana teori ini memberi pandangan bahwa jika sebuah perusahaan ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya, maka perusahaan tersebut harus memperhatikan “3P”. Selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) (Yusuf wibisono, 2007).

a. *Profit* (Keuntungan)

Profit atau keuntungan menjadi tujuan utama dan terpenting dalam setiap kegiatan usaha. Tidak heran bila fokus utama dari seluruh kegiatan dalam perusahaan adalah mengejar *profit* dan mendongkrak harga saham setinggi-tingginya. karena inilah bentuk tanggung jawab ekonomi yang paling esensial terhadap pemegang saham. Aktivitas yang dapat ditempuh untuk mendongkrak *profit* antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya.

Peningkatan produktivitas bisa diperoleh dengan memperbaiki manajemen kerja mulai penyederhanaan proses, mengurangi aktivitas yang tidak efisien, menghemat waktu proses dan pelayanan. Sedangkan efisiensi biaya dapat tercapai jika perusahaan menggunakan material sehemat mungkin dan memangkas biaya serendah mungkin (Yusuf wibisono, 2007).

b. *People* (Masyarakat Pemangku Kepentingan)

People atau masyarakat merupakan *stakeholders* yang sangat penting bagi perusahaan, karena dukungan masyarakat sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan. Maka dari itu perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat. Dan perlu juga disadari bahwa operasi perusahaan berpotensi memberi dampak kepada masyarakat. Karena itu perusahaan perlu untuk melakukan berbagai kegiatan yang dapat menyentuh kebutuhan masyarakat (Yusuf wibisono, 2007).

c. *Planet* (Lingkungan)

Planet atau Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang dalam kehidupan manusia. Karena semua kegiatan yang dilakukan oleh manusia sebagai makhluk hidup selalu berkaitan dengan lingkungan misalnya air yang diminum, udara yang dihirup dan seluruh peralatan yang digunakan, semuanya berasal dari lingkungan. Namun sebageian besar dari manusia masih kurang peduli terhadap lingkungan sekitar. Hal ini disebabkan karena tidak ada keuntungan langsung yang bisa diambil didalamnya.

Karena keuntungan merupakan inti dari dunia bisnis dan itu merupakan hal yang wajar. Maka, manusia sebagai pelaku industri hanya mementingkan bagaimana menghasilkan uang sebanyak-banyaknya tanpa melakukan upaya apapun untuk melestarikan lingkungan. Padahal dengan melestarikan lingkungan, manusia justru akan memperoleh keuntungan yang lebih, terutama dari sisi kesehatan, kenyamanan, di samping ketersediaan sumber daya yang lebih terjamin kelangsungannya (Yusuf wibisono, 2007).

2. 1. 2 Stakeholder Theory

Teori *stakeholder* yang dikenal sekarang ini dimulai sejak awal 1970an. Saat itu Freeman dkk (2004) mengatakan bahwa teori *stakeholder* berarti kumpulan kebijakan dan praktek langsung terhadap sesuatu yang berhubungan dengan stakeholder, nilai- nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan.

Teori *stakeholder* lebih mempertimbangkan posisi para *stakeholder* yang dianggap lebih berkuasa atau memiliki peranan vital dalam suatu perusahaan atau organisasi. Para *stakeholder* inilah yang menjadi pertimbangan utama bagi perusahaan untuk mengungkapkan atau tidak mengungkapkan suatu informasi dalam laporan keuangan (Belkaoui, 1989). Para stakeholder ini juga yang mempunyai kekuatan terhadap segala aktivitas produksi hingga pemakaian sumber daya ekonomi yang ada di perusahaan.

Sekarang ini keberadaan dan kelangsungan hidup perusahaan yang sangat bergantung kepada para *stakeholder*, membuat banyak perusahaan menciptakan berbagai macam strategi agar para *stakeholder* selalu mendukung segala aktivitas dari perusahaan yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan mencapai laba yang sudah ditargetkan oleh perusahaan tersebut. Salah satu strategi dari perusahaan adalah dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan perusahaan. Maka dari itu CSR digunakan perusahaan untuk menarik perhatian dari para *stakeholder* agar selalu mendukung aktivitas yang dilakukan perusahaan sehingga target dari perusahaan dapat tercapai secara maksimal.

2. 1. 3 *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility atau CSR adalah mekanisme bagi suatu organisasi atau perusahaan untuk sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan maupun sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab perusahaan di bidang hukum (Darwin, 2004). Hackson and Milne (1996) juga menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi perusahaan atau organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Dan menurut *The world Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility*

didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Sedangkan *Corporate Social Responsibility* sebagai konsep akuntansi yang baru adalah transparansi pengungkapan sosial atas kegiatan dan aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan, dimana transparansi informasi yang diungkapkan tidak hanya informasi keuangan perusahaan, tetapi perusahaan atau organisasi juga diharapkan untuk mengungkapkan informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan oleh kegiatan dan aktivitas perusahaan itu sendiri.

Seperti yang dikatakan diawal jika elemen yang ada pada CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan mengacu pada draft 4.2 ISO 26000 *on Social Responsibility* (2008) berjumlah tujuh elemen, yaitu:

a. Pengembangan Masyarakat

Setiap kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pasti disertai dampak yang ditimbulkan baik positif maupun negatif bagi lingkungan sekitar. Namun umumnya, dampak negatif yang akan lebih mendominasi dari kegiatan bisnis suatu perusahaan. Dampak negatif itu sendiri dapat berupa pencemaran lingkungan akibat limbah pabrik maupun eksploitasi sumberdaya alam bagi kepentingan jangka pendek semata. Dalam posisi ini tentu masyarakat yang akan banyak menanggung akibat dari

dampak negatif tersebut. Oleh karena itu perusahaan dapat menunjukkan salah satu bentuk tanggung jawab sosial kepada masyarakat melalui *Coorporate Social Responsibility* (CSR) ini.

Program dalam CSR ini sebaiknya dibuat berdasarkan kebutuhan masyarakat sekitar, sehingga mereka dapat merasakan manfaat dari apa yang mereka butuhkan. Seperti mendukung pengembangan industri lokal, membuka fasilitas perusahaan bagi masyarakat, dan berpartisipasi dalam proyek kesehatan masyarakat serta berbagai bentuk kegiatan yang lain. Karena program CSR itu sendiri seharusnya bukan sekedar bentuk *Charity* perusahaan terhadap masyarakat seperti pemberian bantuan jangka pendek yang tidak menyelesaikan permasalahan di masyarakat maupun lingkungan. Tapi kegiatan CRS ini selayaknya merupakan *Coorporate Citizenship* dimana program yang dibuat berdasarkan pertimbangan jangka panjang dan berkelanjutan bagi kesejahteraan masyarakat sekitar (Alfia, 2008).

b. Tata Kelola Organisasi

Prinsip penyelenggaraan CSR yang baik akan berkaitan erat dengan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Governance*) pula. *Good Governance* dapat dilakukan perusahaan dengan melakukan seperti penentuan dan pelibatan stakeholders dalam sejumlah aktivitas perusahaan, komunikasi kebijakan dan program dari perusahaan, dan pengintegrasian program CSR dalam kebijakan dan program perusahaan. Karena dengan tata kelola organisasi yang baik, maka target dan strategi perusahaan akan mudah tercapai. (APCSRI, 2009)

c. Hak Asasi Manusia

Pengangkatan nilai- nilai Hak Asasi Manusia di dalam praktek operasi perusahaan harus sangat diperhatikan oleh manajemen perusahaan. Maka pelanggaran HAM yang terjadi di dalam korporasi atau sebuah unit usaha harus sangat diminimalisir. Karena akan sangat mempengaruhi kondisi kerja bagi perusahaan itu sendiri. Maka perusahaan dengan tingkat pelanggaran HAM yang sedikit akan jauh lebih baik kondisinya jika dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki tingkat pelanggaran yang besar. Kasus HAM dalam korporasi di dunia tertuang pada *Global Compact* yang digulirkan Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB) pada tahun 1999, dan dokumen PBB tentang tanggungjawab perusahaan (*transnasional*) terhadap HAM (yang disahkan pada tahun 2003). *Global Compact* merupakan nilai yang melandasi CSR dan *Good Corporate* (GC). Karena melalui gagasan ini, korporasi diharapkan dapat memberikan sumbangan kepada masyarakat dalam bentuk investasi sosial. Dan isi dari *Global Compact*, yang menyangkut bidang HAM, diantaranya (Nick Doren, 2011) :

1. Sektor bisnis diminta untuk mendukung dan menghargai perlindungan HAM internasional di dalam ruang lingkup pengaruhnya;
2. Sektor bisnis diminta untuk memastikan bahwa korporasi-korporasinya tidak terlibat di dalam pelanggaran-pelanggaran HAM.

d. Tenaga Kerja

Keberadaan suatu perusahaan tidak bisa terlepas dari peranan para tenaga kerja sebagai lingkungan internalnya. Perusahaan dan tenaga kerja merupakan pasangan hidup yang saling memberi dan membutuhkan kontribusi dan harmonisasi. Dan keduanya akan menentukan keberhasilan dan perkembangan perusahaan serta berperan dalam pembangunan bangsa. Sebagai bentuk perhatian perusahaan terhadap tenaga kerjanya, maka perusahaan harus menerapkan CSR kepada tenaga kerjanya. Penerapan CSR kepada tenaga kerja dapat dilakukan dengan mengadakan pelatihan kepada tenaga kerja, memfasilitasi pelayanan kesehatan tenaga kerja, dan memberi bantuan keuangan untuk pendidikan tenaga kerjanya. Karena dengan adanya program CSR yang dilakukan oleh perusahaan terhadap tenaga kerjanya mempunyai tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan para tenaga kerja dan keluarganya.

Dan aktifitas CSR tersebut dilakukan juga dengan harapan meminimalkan terjadinya konflik atau permasalahan antara perusahaan dan tenaga kerjanya, selain itu pihak perusahaan akan memperoleh hasil produksi yang maksimal, kinerja tenaga kerja yang lebih optimal, dan dalam jangka panjang dan mampu menumbuhkan semangat serta pengabdian para tenaga kerjanya untuk bisa mempersembahkan yang terbaik bagi perusahaan (Edi Suharto, 2011).

e. Lingkungan

Lokasi sebuah perusahaan yang berada pada lingkungan dimana perusahaan tersebut beroperasi, akan memunculkan kewajiban untuk peduli terhadap lingkungan,

dengan atau tanpa diminta. Karena aktivitas yang dilakukan perusahaan secara langsung maupun tidak langsung akan memberikan dampak negatif bagi lingkungan di sekitar perusahaan itu berada. Maka upaya yang harus dilakukan perusahaan untuk tetap peduli terhadap lingkungan sekitar adalah dengan melakukan kewajiban *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Kegiatan CSR sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dapat dilakukan dengan memperhatikan polusi yang timbul akibat kegiatan operasi perusahaan, konservasi sumber daya alam serta penggunaan material daur ulang.

Karena tujuan CSR yang sebenarnya adalah agar perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Karena perusahaan yang berhubungan dengan pemanfaatan alam harus memperhatikan dampak yang timbul atas kerusakan kelestarian lingkungan yang dapat mengganggu kehidupan sosial masyarakat.

(dalam: Listrik Indonesia edisi 25)

f. Praktek Operasi Perusahaan yang Adil

Praktek operasi perusahaan yang adil juga merupakan salah satu bentuk dari CSR. Karena bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan tidak hanya memperhatikan kondisi eksternal sebagai akibat dari operasi perusahaan itu sendiri, tetapi juga lingkungan internalnya. Maka konsep praktek operasi perusahaan yang adil tetap harus diperhatikan oleh perusahaan. Praktek operasi perusahaan yang adil dapat dilakukan dengan memberikan perlakuan yang adil terhadap pemegang saham

minoritas (*fairness*), penyajian laporan keuangan yang akurat dan tepat waktu (*transparency*), serta fungsi dan kewenangan RUPS. (Payaman S, 2005)

g. Isu Terkait Konsumen

Perhatian terhadap konsumen oleh perusahaan merupakan suatu kewajiban yang harus dilakukan. Karena sekarang kebanyakan konsumen semakin kritis. Mereka sangat peduli dengan isu mengenai keamanan produk, dan juga privasi yang harus didapatkan terhadap dirinya dari produk yang dibelinya. Mereka akan menilai negatif terhadap perusahaan yang tidak peduli mengenai keamanan produk yang dijual. Sebaliknya, mereka akan respek dengan perusahaan yang peduli terhadap produk yang dipasarkan.

Maka dari itu perusahaan harus memberikan suatu bentuk tanggung jawab sosial berupa CSR dengan melakukan survey untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap produknya serta membuka peluang sebesar- besarnya kepada para konsumen jika ada bentuk saran maupun keluhan yang ditujukan kepada perusahaan. Karena hubungan yang terjalin dengan baik antara perusahaan dan konsumen akan menguntungkan kedua belah pihak terutama perusahaan sehubungan dengan produk yang dipasarkan serta timbulnya loyalitas dari konsumen untuk terus menggunakan produk perusahaan (SME, 2007).

2. 1. 4 Rentabilitas

Rasio rentabilitas sering disebut juga dengan ratio profitabilitas yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba

atau keuntungan atau profitabilitas suatu perusahaan. Rasio ini mewujudkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut (Syafrizal H,2009) . Yang termasuk dalam ratio ini adalah:

a. *Net Profit Margin* (Margin Laba Bersih)

Net Profit Margin atau margin laba bersih merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih sesudah pajak lalu dibandingkan dengan volume penjualan. Rasio margin laba bersih ini dapat dihitung dengan rumus dibawah ini (Syafrizal H, 2009):

$$NPM = \frac{EAT}{Sales}$$

Keterangan:

NPM : Margin laba bersih

EAT : Laba setelah pajak

Sales : Penjualan bersih

b. *Return on Equity* (Pengembalian atas Ekuitas)

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan bagi seluruh pemegang saham, baik saham biasa maupun saham preferen (Syafrizal H,2009). Rasio ini dapat dihitung dengan rumus:

$$ROE = \frac{EAT}{Equity}$$

Keterangan:

ROE : Pengembalian atas ekuitas

EAT : Laba setelah pajak

Equity : Ekuitas pemegang saham

2. 1. 5 Corporate Social Responsibility Terhadap Rasio Rentabilitas

Dari berbagai pengertian CSR atau *Corporate Social Responsibility* yang sangat beragam, dapat disimpulkan bahwa CSR adalah operasi bisnis perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara financial, serta melakukan pembangunan sosial ekonomi kawasan yang menyeluruh, melembaga dan berkelanjutan. Jadi dengan melaksanakan program CSR perusahaan juga dapat mengambil keuntungan lain, yaitu dapat melakukan pencitraan kepada masyarakat bahwa perusahaan peduli dengan keadaan lingkungan sekitar yang pada akhirnya merujuk pada target penjualan yang dilakukan perusahaan untuk menarik minat konsumen dan timbul loyalitas dari konsumen itu sendiri dan akhirnya menguntungkan bagi pihak perusahaan.

Dengan kata lain CSR juga dapat digunakan sebagai investasi bagi perusahaan di masa depan, dan perusahaan juga mengharapkan keuntungan atas kegiatan CSR yang dilakukan. Salah satu harapan dari perusahaan adalah dengan melakukan kegiatan CSR laba atau profitabilitas dari perusahaan juga akan meningkat. Dan untuk mengukur berapa laba perusahaan atau tingkat profitabilitas yang dihasilkan perusahaan dapat menggunakan salah satu analisis rasio keuangan yaitu rasio

rentabilitas, dimana untuk mengukur rasio rentabilitas menggunakan dua ukuran, yaitu *NPM* dan *ROE* (Siti, A 2011).

2. 1. 6 Penelitian Terdahulu

Balabanis (1988) yang meneliti tentang CSR dengan kinerja perusahaan, menyatakan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan – perusahaan yang listing di London stock exchange berkorelasi positif dengan profitabilitas atau rentabilitas perusahaan secara keseluruhan.

Dahlia dan Siregar (2008) melakukan penelitian mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan. Dalam penelitian ini, CSR diukur dengan menggunakan CSDI berdasarkan GRI (*Global Reporting Initiative*) yang terdiri dari tiga fokus pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial. Sedangkan kinerja keuangan perusahaan dibagi menjadi dua yaitu kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan menggunakan ROE (*Return On Equity*) dan kinerja pasar yaitu CAR (*Cumulative Abnormal Return*) diukur dengan menggunakan *market adjusted model*. Dalam penelitian ini terdiri dari lima variabel control, yaitu *leverage*, *growth*, *beta* (sebagai proksi dari risiko sekuritas), *size*, dan *unexpected earnings*. Hasilnya CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan yang dihitung berdasarkan ROE dan CAR.

Samsian, Haerani, dan Gagaring (2010), melakukan penelitian mengenai pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan dan harga saham. Dalam penelitian ini *corporate social responsibility* berpengaruh

signifikan terhadap kinerja keuangan (yang diukur dengan ROA, ROE, dan EVA) dan harga saham perusahaan pada perusahaan manufaktur, komunikasi dan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

I Dewa Ketut Judyadana (2011) yang meneliti tentang pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan yang termasuk kedalam LQ45 non keuangan dan hasilnya CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan jangka panjang, sedangkan hasil dari penelitian terhadap aspek CSR diperoleh hasil bahwa keseluruhan aspek CSR yang terdiri dari Ekonomi, lingkungan, HAM, tenaga kerja, produk, sosial secara garis besar tidak berpengaruh terhadap *sales growth*, *asset turnover*, dan *market book ratio* atau kinerja keuangan perusahaan.

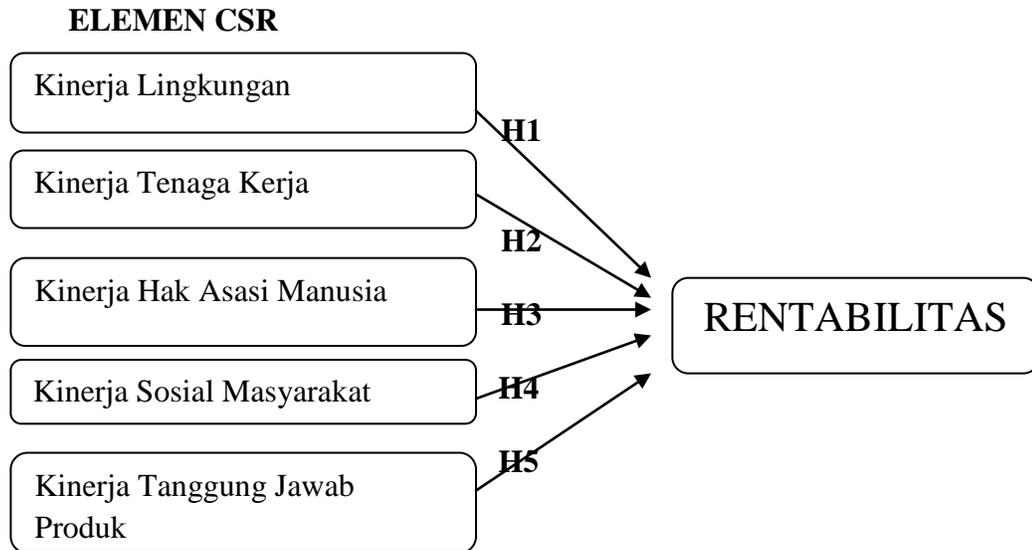
Siti Andriyati (2011) melakukan penelitian mengenai hubungan *corporate social responsibility* dan kinerja keuangan perusahaan. Dalam penelitian perusahaan yang menjadi sampel adalah 72 perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2007-2009. Dan kinerja keuangan diukur menggunakan ROE (*Return On Equity*). Hasil dari penelitian ini adalah CSR berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan ROE.

2. 2 Kerangka Pemikiran

Konsep CSR yang dalam pengungkapannya menggunakan GRI 3.1 tahun 2011 akan dibagi menjadi lima kinerja, yaitu kinerja lingkungan, tenaga kerja, HAM, Sosial masyarakat, dan Tanggung jawab Produk. Kinerja tersebut akan dihubungkan dengan rentabilitas sebagai variabel dependen.

Gambar 2.1

**Kerangka Pemikiran Pengaruh Elemen *Corporate Social Responsibility*
Terhadap Rasio Rentabilitas**



2. 3 Pengembangan Hipotesis

2. 3. 1 Hubungan Kinerja Lingkungan dan Rentabilitas

Tanggung jawab sosial secara lebih sederhana dapat dikatakan sebagai timbal balik perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya karena perusahaan telah mengambil keuntungan dari lingkungan sekitarnya. Aktifitas Perusahaan dalam proses pengambilan keuntungan tersebut seringkali perusahaan menimbulkan kerusakan lingkungan ataupun dampak sosial lainnya (Siti A,2011). Dari kerusakan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan, maka perusahaan wajib melakukan proses pemulihan dan rehabilitasi akibat kerusakan lingkungan yang ditimbulkan. Dengan perusahaan melakukan proses pemulihan maupun rehabilitasi terhadap

lingkungan sekitar secara tidak langsung akan memberikan efek atau pandangan kepada masyarakat bahwa perusahaan sangat memperhatikan keadaan lingkungan sekitar. Perhatian terhadap lingkungan juga tidak hanya dilakukan pada lingkungan sekitar, tetapi juga harus mencakup lingkungan hidup dalam masyarakat luas (Dalam: Listrik Indonesia edisi 25). Jika tindakan CSR terhadap lingkungan hidup yang dilakukan perusahaan dilakukan secara berkelanjutan, maka penilaian masyarakat terhadap perusahaan juga akan baik (Yusuf Wibisono, 2007). Dengan penilaian yang baik dari masyarakat dan konsumen maka dalam jangka panjang penjualan produk tentunya juga akan meningkat. Dengan meningkatnya penjualan maka rentabilitas dari perusahaan juga akan meningkat pula. CSR juga dapat digunakan sebagai sarana promosi yang praktis bagi perusahaan untuk lebih memperkenalkan identitas maupun produknya kepada masyarakat luas. Maka hipotesis pertama dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1 : Terdapat pengaruh kinerja Lingkungan terhadap Rentabilitas.

2. 3. 2 Hubungan Kinerja Tenaga Kerja dan Rentabilitas

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, bahwa konsep CSR yang dilakukan oleh perusahaan tidak selalu berorientasi pada eksternal perusahaan saja tetapi di dalam lingkungan internal perusahaan juga perlu melakukan kegiatan CSR (Siti A, 2011). Salah satu sasaran dari konsep CSR yang harus dilakukan adalah kepada tenaga kerja perusahaan itu sendiri. Karena keberadaan suatu perusahaan tidak bisa terlepas dari peranan para tenaga kerjanya.

Oleh karena itu perusahaan perlu memberikan perhatian kepada para tenaga kerjanya. Sebagai bentuk perhatian perusahaan terhadap tenaga kerjanya, maka perusahaan harus menerapkan CSR kepada tenaga kerjanya. Program CSR yang dilakukan oleh perusahaan terhadap tenaga kerja khususnya tenaga kerja pada divisi penjualan mempunyai tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan serta memberikan motivasi untuk lebih optimal dalam bekerja. Dalam jangka panjang perusahaan akan memperoleh hasil produksi yang maksimal karena kinerja tenaga kerja akan lebih optimal (Edi Suharto, 2011). Lebih khususnya jika perusahaan memberikan perhatian terhadap karyawan di bidang penjualan maka penjualan produk perusahaan akan meningkat, begitu pula laba yang didapatkan oleh perusahaan. Dengan hasil kinerja di bidang penjualan yang optimal maka penjualan produk perusahaan juga akan meningkat, dan rentabilitas akan meningkat pula. Maka dari uraian diatas, hipotesis kedua adalah

H2 : Terdapat pengaruh kinerja tenaga kerja terhadap Rentabilitas.

2. 3. 3 Hubungan Kinerja Hak Asasi Manusia dan Rentabilitas

Konsep CSR jika dihubungkan dengan Hak Asasi Manusia akan tidak jauh berbeda dengan konsep CSR yang dihubungkan dengan tenaga kerja. Seperti halnya CSR yang dilakukan oleh perusahaan terhadap tenaga kerjanya, maka konsep CSR yang dihubungkan dengan Hak Asasi Manusia akan tertuju pada internal perusahaan (Nick Doren, 2011). Apabila di dalam praktek operasi perusahaan nilai-nilai HAM dijunjung tinggi maka akan menimbulkan suasana atau kondisi kerja yang lebih

kondusif daripada perusahaan yang kurang memperhatikan nilai- nilai HAM di dalam operasinya. Nilai- nilai HAM yang perlu diperhatikan adalah ketika manajemen menghargai hak asasi kepada para tenaga kerjanya (GRI 3.0, 2006). Misalnya, hak untuk menjalankan ibadah shalat bagi para tenaga kerja yang beragama islam, maka manajemen harus memberikan waktu lebih pada saat jam istirahat saat bekerja. Dengan menjunjung nilai- nilai HAM maka kondisi kinerja pada perusahaan akan lebih kondusif dan tidak mengganggu karyawan dalam bekerja.

Kondisi yang kondusif juga berarti akan menimbulkan suasana kerja yang lebih produktif. Jika perusahaan memiliki suasana kerja yang kondusif maka hasil produksi yang dihasilkan akan maksimal, dan apabila sebaliknya maka hasil produksi yang dihasilkan juga tidak akan maksimal (GRI 3.0, 2006). Dengan kondisi kinerja yang lebih optimal maka akan mempengaruhi baik buruknya kinerja karyawan perusahaan pada umumnya, dan karyawan di bidang penjualan khususnya. Jika kinerja karyawan bidang penjualan lebih optimal dalam bekerja, maka penjualan produk perusahaan akan meningkat begitu pula dengan laba yang di dapat perusahaan. Maka dari uraian diatas diperoleh hipotesis ketiga yaitu:

H3 : Terdapat pengaruh kinerja Hak Asasi Manusia terhadap Rentabilitas.

2. 3. 4 Hubungan Kinerja Sosial Masyarakat dan Rentabilitas

Di dalam prakteknya, perusahaan juga harus mengetahui kondisi terjadi di dalam lingkungan sosial masyarakat itu sendiri. Karena apa yang terjadi di dalam lingkungan masyarakat juga akan menentukan nasib perusahaan itu sendiri. Posisi

masyarakat yang mempunyai peran vital bagi perusahaan sebagai salah satu stakeholder perusahaan yaitu konsumen akan menjadi faktor penentu kelangsungan perusahaan (Siti A, 2011). Masyarakat akan menilai baik- buruknya perusahaan yang dapat dilihat dari kegiatan atau aktifitas perusahaan tersebut. CSR dapat dijadikan perusahaan sebagai strategi perusahaan untuk menarik simpati dari masyarakat. Karena apabila masyarakat sudah mempunyai penilaian baik kepada perusahaan maka akan timbul loyalitas masyarakat terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan dan terus menjadikan produk perusahaan sebagai pilihannya (SME, 2007).

Dengan timbulnya loyalitas masyarakat terhadap produk perusahaan, maka penjualan produk yang dilakukan juga akan meningkat. Karena CSR yang dilakukan perusahaan secara tidak langsung menjadi media promosi bagi perusahaan untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat. Dengan tingkat penjualan produk yang tinggi maka rentabilitas perusahaan juga akan meningkat. Dari uraian diatas dapat diperoleh hipotesis selanjutnya, yaitu:

H4 : Terdapat pengaruh kinerja Sosial Masyarakat terhadap Rentabilitas

2. 3. 5 Hubungan Kinerja Tanggung Jawab Produk dan Rentabilitas

Isu mengenai masalah produk juga harus menjadi perhatian bagi perusahaan. Karena produk merupakan cerminan dan output dari perusahaan. Perhatian terhadap produk dapat dilakukan perusahaan dengan menjaga keamanan serta kualitas produk itu sendiri. Perhatian terhadap produk dimulai dari proses produksi hingga produk

tersebut dikonsumsi oleh masyarakat. Produk yang terjaga keamanan dan kualitasnya akan lebih mudah untuk diterima oleh masyarakat. Melalui CSR perusahaan dapat menjaga dan mengontrol produk yang sudah dihasilkannya. Serta melalui CSR pula perusahaan dapat mengetahui apa yang diinginkan masyarakat terhadap produknya (GRI 3.0,2006).

Kondisi produk yang sesuai selera dan keinginan masyarakat akan membuat produk tersebut selalu dipilih oleh masyarakat (Alfia, 2008). Dengan permintaan produk yang tinggi dari konsumen maka tingkat penjualan juga akan meningkat. Peningkatan penjualan berarti tingkat rentabilitas atau laba perusahaan juga akan meningkat. Maka dari uraian diatas dapat diperoleh hipotesis ke lima, yaitu:

H5 : Terdapat pengaruh kinerja Tanggung Jawab Produk terhadap Rentabilitas

BAB III

METODE PENELITIAN

3. 1 Variabel Penelitian

Variabel merupakan sesuatu yang berbeda atau bervariasi dan seperangkat nilai. Dan variabel penelitian merupakan nilai yang diuji dalam penelitian. Di dalam penelitian ini terdapat dua variabel. Variabel independen (X) yaitu variabel bebas yang menjadi penduga dan variabel dependen (Y) yaitu variabel terikat yang nilainya sudah diperkirakan.

3. 2 Definisi Operasional Variabel

a. Variabel Independen

Variabel independen dari penelitian ini adalah elemen *corporate social responsibility* yang sesuai dengan draft ISO 26000 yang dalam pengungkapannya menggunakan GRI 3.1 dan menggunakan lima indikator kinerja, yaitu lingkungan, tenaga kerja, HAM, Sosial Masyarakat, dan Tanggung jawab produk. Berdasarkan penelitian- penelitian sebelumnya untuk memperoleh hasil pengungkapan praktek CSR suatu perusahaan dilakukan analisis mengenai isi laporan tahunan. Untuk tujuan itu, suatu *checklist* telah didesain mencakup kategori-kategori pengungkapan CSR yang sesuai dengan distribusi data perusahaan- perusahaan di Indonesia. Menurut Global Reporting Initiative 3.1 (2011) sebagai pedoman pengungkapan laporan sosial perusahaan, analisis ini menggambarkan upaya transasional untuk memperpanjang

kredibilitas pelaporan keuangan pada area tanggung jawab sosial dengan menggunakan standar penyusunan pelaporan yang digunakan secara internasional (Robert dan Koeplin, 2007).

Dalam indikator kinerja yang menjadi pengungkapan tersebut terdapat beberapa kategori. Untuk kinerja lingkungan terdapat 30 kategori, kinerja tenaga kerja terdapat 15 kategori, HAM terdapat 11 kategori, Sosial masyarakat terdapat 10 kategori, sedangkan tanggung jawab produk terdapat 9 kategori. Dan tiap kategori berisi tentang detail yang lebih baik tentang area pengungkapan yang spesifik dan ditandai dengan menggunakan kode 0 atau 1. Nilai 0 diberikan jika tidak ada informasi yang diungkapkan. Dan nilai 1 diberikan jika perusahaan telah melakukan beberapa kegiatan yang sesuai dengan kategori yang dikodekan.

1) Kinerja Lingkungan

Dalam kinerja lingkungan berisi item- item pengungkapan yang berhubungan dengan kondisi lingkungan sekitar yang menjadi dampak akibat aktivitas perusahaan. Total item pengungkapan untuk indikator kinerja lingkungan adalah 30 item. Item-item tersebut dibagi menjadi beberapa aspek, yaitu aspek material, energi, air, biodiversity, emisi limbah, produk dan jasa, kepatuhan, transportasi, dan keseluruhan. Cara pengukurannya adalah dengan menggunakan variabel dummy yang dijelaskan di atas. Dan untuk mendapatkan data dari item yang diungkapkan akan dilakukan *content analysis* pada setiap sampel perusahaan yang ada menggunakan *annual report* perusahaan tersebut.

2) Kinerja Tenaga Kerja

Kinerja tenaga kerja berisi item- item pengungkapan yang berhubungan dengan kondisi tenaga kerja yang ada dalam perusahaan tersebut. Seperti kondisi kesehatan, kesejahteraan tenaga kerja, keselamatan tenaga kerja, maupun pelatihan yang diberikan perusahaan terhadap tenaga kerjanya. Total item pengungkapan untuk kinerja tenaga kerja adalah 15 item. Item- item tersebut dibagi menjadi beberapa aspek, yaitu aspek remunerasi untuk perempuan dan laki- laki, keragaman dan kesetaraan dalam kesempatan, pelatihan dan pendidikan, kesehatan dan keselamatan kerja, dan hubungan buruh dengan manajemen. Cara pengukurannya adalah dengan menggunakan variabel dummy yang dijelaskan di atas. Dan untuk mendapatkan data dari item yang diungkapkan akan dilakukan *content analysis* pada setiap sampel perusahaan yang ada menggunakan *annual report* perusahaan tersebut.

3) Kinerja Hak Asasi Manusia

Kinerja Hak Asasi Manusia berisi item- item pengungkapan yang berhubungan dengan kondisi HAM yang ada dalam perusahaan tersebut. Seperti penerapan HAM dalam kondisi perusahaan, penerapan HAM terhadap supplier atau pemasok bagi perusahaan, dan lain sebagainya. Total item pengungkapan untuk kinerja Hak Asasi Manusia adalah 11 item. Item- item tersebut dibagi menjadi beberapa aspek, yaitu aspek investasi dan pengadaan praktek, non- diskriminasi, kebebasan berserikat dan melakukan perundingan secara kolektif, pekerja anak, kerja

wajib dan kerja paksa, praktek keamanan, hak adat, penilaian, dan remediasi. Cara pengukurannya adalah dengan menggunakan variabel dummy yang dijelaskan di atas. Dan untuk mendapatkan data dari item yang diungkapkan akan dilakukan *content analysis* pada setiap sampel perusahaan yang ada menggunakan *annual report* perusahaan tersebut.

4) Kinerja Sosial Masyarakat

Kinerja sosial masyarakat berisi item- item pengungkapan yang berhubungan dengan kondisi sosial masyarakat yang berada di sekitar lingkungan perusahaan yang mendapatkan dampak akibat aktivitas perusahaan. Total item pengungkapan untuk kinerja lingkungan adalah 10 item. Item- item tersebut dibagi menjadi beberapa aspek, yaitu aspek komunitas lokal, korupsi, kebijakan publik, anti perilaku kompetitif, dan kepatuhan. Cara pengukurannya adalah dengan menggunakan variabel dummy yang dijelaskan di atas. Dan untuk mendapatkan data dari item yang diungkapkan akan dilakukan *content analysis* pada setiap sampel perusahaan yang ada menggunakan *annual report* perusahaan tersebut.

5) Kinerja Tanggung Jawab Produk

Kinerja tanggung jawab produk berisi item- item pengungkapan yang berhubungan dengan kondisi produk yang menjadi output dari perusahaan maupun akibat yang ditimbulkan dari produk tersebut. Total item pengungkapan untuk kinerja lingkungan adalah 9 item. Item- item tersebut dibagi menjadi beberapa aspek, yaitu

aspek kesehatan dan keselamatan pelanggan, aspek produk dan pelabelan layanan, pemasaran, privasi pelanggan, dan kepatuhan. Cara pengukurannya adalah dengan menggunakan variabel dummy yang dijelaskan di atas. Dan untuk mendapatkan data dari item yang diungkapkan akan dilakukan *content analysis* pada setiap sampel perusahaan yang ada menggunakan *annual report* perusahaan tersebut.

Tabel 3.1

Tabel Skala Pengukuran Variabel

| Variabel | Keterangan | Skala Pengukuran |
|-------------------------------|-------------------|-------------------------|
| Elemen CSR (X) | | |
| Kinerja Lingkungan | X ₁ | Interval |
| Kinerja Tenaga Kerja | X ₂ | Interval |
| Kinerja HAM | X ₃ | Interval |
| Kinerja Sosial Masyarakat | X ₄ | Interval |
| Kinerja Tanggung Jawab Produk | X ₅ | Interval |
| Rentabilitas (Y) | Y | Rasio (ROE) |

Sumber: Dari data penelitian yang diolah

b. Variabel Dependen

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah rentabilitas. Pengukuran variabel dependen ini seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya akan menggunakan skala pengukuran berdasarkan rasio. Rentabilitas adalah rasio yang

digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau keuntungan atau profitabilitas suatu perusahaan. (Syafrizal H, 2009). Sedangkan untuk menganalisis rasio rentabilitas akan dihitung menggunakan rumus ROE (*Return On Equity*), perhitungan ROE digunakan dalam menghitung rentabilitas karena sesuai dengan beberapa penelitian terdahulu yang menggunakan analisis ROE untuk menghitung hubungan CSR berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Rumus Perhitungan ROE adalah:

$$ROE = \frac{EAT}{Equity}$$

Keterangan:

ROE = Return On Equity Perusahaan

EAT = Laba Setelah pajak pada periode tertentu

Equity = Jumlah modal sendiri perusahaan i pada periode tertentu.

3. 3 Populasi dan Penentuan Sampel

Populasi adalah kumpulan dari suatu objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2008). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan jenis *consumer goods* yang listing di Bursa Efek Indonesia pada tahun

2009 - 2011. Sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi (j. Supranto, 2001). Adapun metode pengambilan sampel adalah “*Purposive Sampling*” artinya pengambilan sampel dengan mempertimbangkan karakteristik populasi yaitu:

1. Perusahaan yang bergerak di bidang *consumer goods* yang listing di BEI pada tahun 2009 – 2011.
2. Perusahaan *consumer goods* yang melaporkan CSR disclosure dalam laporan tahunan perusahaan pada periode tahun 2009 – 2011.
3. Perusahaan yang memiliki data mengenai ROE

Dan sampel yang dipilih yaitu 23 perusahaan *consumer goods* yang terdaftar dalam BEI atau Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2009- 2011.

3. 4 Jenis dan Sumber Data

Sumber dan jenis data yang digunakan adalah data yang diperoleh dari www.idx.co.id yang berupa data sekunder yaitu *annual report* atau laporan tahunan perusahaan dan laporan keuangan perusahaan yang berasal dari 23 perusahaan *consumer goods* di Indonesia. *Annual report* dan laporan keuangan yang digunakan untuk tahun 2009- 2011. Total perusahaan yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah 46 sampel.

3. 5 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan adalah dengan cara menelusuri *annual report* atau laporan tahunan perusahaan yang menjadi sampel dan menjadikan data- data yang

berhubungan dengan *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan. Selain itu metode untuk pengumpulan data juga diperoleh dengan membaca buku, jurnal, dan artikel yang berhubungan dengan laporan tanggung jawab sosial perusahaan.

3. 6 Metode Analisis

3. 6. 1 Analisis Regresi

3.6.1.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan untuk menilai variabilitas tanggung jawab sosial perusahaan sebagai variabel independen yang mempunyai lima indikator dengan rentabilitas sebagai variabel dependen adalah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Regresi juga dapat menilai hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen (Imam Ghozali, 2001). Model regresi yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Rentabilitas yang diukur dengan ROE

X₁ = Indikator Kinerja Lingkungan

X₂ = Indikator Kinerja Tenaga kerja

X₃ = Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia b2

X_4 = Indikator Kinerja Sosial Masyarakat

X_5 = Indikator Kinerja Tanggung Jawab Produk

E = Error

3.6.1.2 Uji Hipotesis

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari nilai statistik f, nilai uji statistik t, dan koefisien determinasinya.

a. Uji Signifikansi Simultan (Uji statistik F)

Pada dasarnya uji statistik F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat/ dependen. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol. Dan hipotesis alternatifnya (H_A) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol (Imam, Ghozali, 2001).

$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$, artinya apakah suatu variabel bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

$H_A : b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$, artinya semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusannya, adalah:

- Dengan melihat nilai signifikansi pada tabel. Bila nilai signifikansi pada tabel lebih kecil dari derajat kepercayaan 5% ($\text{Sign} < 0,05$) maka H_0 dapat ditolak. Dan H_A diterima dengan menyatakan semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- Dengan membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel (derajat kepercayaan 5%). Bila nilai F hasil perhitungan lebih besar daripada nilai F menurut tabel, maka H_0 ditolak dan menerima H_A .

b. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/ independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter sama dengan nol. Dan atau hipotesis alternatifnya (H_A) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol (Imam, Ghozali, 2001).

$H_0 : b_i = 0$, artinya apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

$H_A : b_i \neq 0$, artinya variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- Dengan melihat nilai signifikansi pada tabel. Bila nilai signifikansi pada tabel lebih kecil dari derajat kepercayaan 5% ($\text{Sign} < 0,05$) maka H_0 dapat ditolak. Dan H_A diterima dengan menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.
- Dengan membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel, maka H_A diterima dengan menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen, atau:

H_0 diterima jika, $- t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$

H_A diterima jika, $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan $t \text{ hitung} < - t \text{ tabel}$.

3.6.1.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti menjelaskan kemampuan variabel- variabel dependen amat terbatas.

Kelemahan dasar penggunaan koefisien determinasi ini adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap penambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu

dianjurkan menggunakan nilai *adjusted R²* pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik. Nilai yang mendekati satu, berarti variabel- variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Imam Ghozali, 2001).

3. 6. 2 Uji Asumsi Klasik

Variabel model regresi linier berganda menggunakan asumsi bebas dari kolinearitas, heterokedstasitas, dan autokolerasi. Agar model regresi yang diajukan menunjukkan persamaan hubungan yang valid. Model regresi juga harus memenuhi asumsi- asumsi dasar klasik *Ordinary Lest Square* (OLS) (Siti A,2011) . Asumsi- asumsi tersebut adalah:

1. Tidak ada Multikolinealitas (adanya hubungan antar variabel bebas)
2. Tidak ada Heterokedstasitas (adanya *variance* yang tidak konstan dari variabel pengganggu)
3. Tidak terdapat Autokolerasi (adanya hubungan antara masing- masing residual observasi).
4. Serta variabelnya berdistribusi normal

Oleh karena itu pengujian asumsi- asumsi klasik perlu dilakukan.

a. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahuinya kita dapat menganalisis matrik korelasi variabel- variabel bebas. Adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan *variance inflation factor* (VIF). Bila nilai tolerance kurang dari 10% dan nilai VIF lebih dari 10 maka diduga data tidak terdeteksi nilai multikolinearitas. (Imam Ghozali, 2001).

b. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah suatu keadaan dimana varians dari kesalahan pengganggu tidak konstan untuk semua variabel bebas. Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari satu residual satu ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model heterokedastisitas dapat diukur dengan rank spearman dimana koefisien regresi berganda dari nilai t-tolerance $> 5\%$ sehingga tidak terjadi heterokedastisitas. Selain itu dapat dideteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot, dimana sumbu Y adalah Y yang diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y Sesungguhnya) yang telah di studentized (Imam Ghozali, 2001). Dasar analisisnya adalah:

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

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam satu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 atau sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Untuk menguji apakah terdapat autokorelasi atau tidak maka digunakan uji Durbin- Watson (DW Test) (Imam Ghazali, 2001). Dan pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bila nilai DW terletak antara batas atas atau upper bound (du) dan ($4 - du$), maka koefisien autokorelasi sama dengan 0, artinya tidak ada autokorelasi, $du < DW < 4 - du$.
2. Bila nilai DW lebih rendah daripada batas bawah atau lower bound (dl), maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol, berarti ada korelasi positif.
3. Bila nilai DW lebih besar daripada ($4 - dl$), maka koefisien autokorelasi lebih kecil daripada nol, berarti ada korelasi negatif.

4. Bila nilai DW terletak antara batas atas dan batas bawah, $du < (DW) > dl$ artinya konklusif yaitu tidak dapat ditentukan apakah terdapat autokorelasi atau tidak dalam model tersebut.

d. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel-variabelnya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang berdistribusi normal atau mendekati normal (Imam Ghozali, 2001). Pengujian ini dilakukan dengan:

- Analisis Grafik

Pengambilan keputusannya dengan menggunakan metode normal probability plot yaitu membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.