

Pengaruh Tingkat Profitabilitas Terhadap CSR (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Sektor Semen, Keramik, Porselen Dan Kaca Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2018-2020)

Adriana Sipora SAefatu¹, Yefta Andi Kus Noegroho^{2*}

^{1,2} Universitas Kristen Satya Wacana

232018122@student.uksw.edu, yefta.kusnugroho@uksw.edu

*Corresponding Author

Diajukan : 26 September 2022

Disetujui : 30 September 2022

Dipublikasi : 1 Oktober 2022

ABSTRACT

This study was conducted with the aim of knowing whether there is an influence on the profitability of manufacturing companies in the cement, ceramic, porcelain, and glass sectors listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2020 on Corporate Social Responsibility. The company's profitability can be affected by circumstances such as the Covid-19 pandemic because it disrupts the company's operations so that many companies experience a decline in profits during the pandemic. Profitability measurement is carried out using financial ratios, namely Net Profit Margin (NPM), while Corporate Social Responsibility is measured using the Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI). This study uses 35 samples of cement, ceramic, porcelain, and glass manufacturing companies listed on the IDX from 2018 to 2020 where the type of data used is secondary data obtained from the company's financial statements. The test for this hypothesis is multiple linear regression using SPSS version 22. The results show that profitability has a positive effect on Corporate Social Responsibility. In addition to profitability, there is also the size of the company which has a positive influence on Corporate Social Responsibility.

Keywords: Profitability, Corporate Social Responsibility, and company size.

PENDAHULUAN

Tujuan perusahaan dalam melakukan kegiatan operasi adalah memperoleh laba. Laba tersebut digunakan untuk keberlanjutan usahanya. Kegiatan operasi yang dilakukan perusahaan biasanya menimbulkan limbah yang dapat merusak lingkungan sekitar. Perusahaan memiliki tanggung jawab untuk menjalankan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan sebagai upaya timbal balik yang diberikan perusahaan kepada masyarakat di lingkungan sekitarnya, hal ini sangat diperlukan apalagi melihat bahwa dalam kegiatan operasi perusahaan menimbulkan efek negatif bagi lingkungan. Penetapan peraturan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dalam pasal 74 ayat (1) mewajibkan perseroan yang bergerak di bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial. Perusahaan manufaktur yang bergerak pada bidang yang memiliki keterkaitan dengan sumber daya alam (SDA) untuk bahan produksi utama serta limbahnya yang memiliki dampak terhadap alam wajib melakukan kegiatan CSR (Utami dan Andreas, 2018), kemudian pada peraturan pemerintah (PP) No. 47 Tahun 2012 juga memperkuat tentang peraturan yang mengatur tentang CSR, dimana menyebutkan bahwa CSR dilaksanakan oleh dewan direksi berdasarkan rencana tahunan dari Perseroan yang tentunya telah disetujui oleh Dewan Komisaris atau RUPS sesuai dengan anggaran dasar Perseroan. Terlepas dari dampak negatif perusahaan terhadap lingkungan, CSR juga memiliki tujuan untuk membantu masyarakat di lingkungan sekitar dalam menghadapi masalah atau isu yang sedang terjadi.

Pandemi Covid-19 menjadi bencana nasional yang melanda hampir semua negara termasuk Indonesia. Tidak hanya sektor kesehatan, sektor ekonomi juga tak terhindar dari dampak pandemi covid-19. Rizal (2020) dalam *kompas.com* menyebutkan bahwa pandemi covid-19 juga menyebabkan terjadinya resesi ekonomi di Indonesia dengan adanya penurunan Produk Domestik Bruto (PDB) pada kuartal III-2020 sebesar 3,49 % (*year on year/yo-y*). Hal tersebut mengakibatkan perhatian negara tertuju pada upaya penekanan angka Covid-19, dan perusahaan sebagai salah satu pelaku ekonomi juga terkena dampak dari pandemi Covid-19. Terlepas dari itu, perusahaan juga tetap dituntut untuk melakukan tanggung jawabnya terhadap lingkungan. Dilihat dari peningkatan CSR dari tahun ke tahun yang menunjukkan adanya upaya perusahaan dalam melakukan pengungkapan CSR, maka diharapkan CSR juga tetap dapat diimplementasikan pada kondisi pandemi ini. Adapun faktor yang mempengaruhi peningkatan CSR ialah profitabilitas, *Good Corporate Governance* (GCG), serta ukuran perusahaan (Wati, 2018), sejalan dengan hal tersebut Gunawan dan Tin (2019) juga menyatakan bahwa kebanyakan penelitian yang dilakukan terkait CSR menggunakan akuntansi keuangan sebagai variabel bebasnya, misalnya manajemen laba, profitabilitas, laba kotor, likuiditas, diskresi akrual, dan terdapat sedikit tentang *corporate governance* dengan perusahaan manufaktur sektor sebagai objek penelitiannya. Kegiatan utama perusahaan manufaktur dalam memperoleh laba adalah produksi, dan pada awal terjadi pandemi Covid-19 adanya penurunan *Purchasing Managers Index* (PMI) pada bulan Maret 2020 dari level 51,9 menjadi level 45,3 dimana penurunan PMI mengidentifikasi adanya penurunan kegiatan produksi (Artha, 2020) dalam *kompas.com*,

Profitabilitas dapat menjadi salah satu ukuran dari keberhasilan perusahaan dari aktivitas operasi yang dilakukannya pada suatu periode tertentu, dimana keuntungan (laba) sebagai tujuannya (Dwi dan Pradnyana, 2018). Perusahaan dengan tingkat keuangannya yang baik ataupun stabil memungkinkan untuk mendapat lebih besar tekanan dari lingkungan sekitar perusahaan agar melakukan pengungkapan terhadap CSR, sehingga dapat dikatakan semakin besar profitabilitasnya maka kewajiban dalam melakukan pengungkapan CSR juga semakin besar (Ruroh dan Latifah, 2018). Rasio yang digunakan dalam perhitungan profitabilitas suatu perusahaan juga beragam, diantaranya ada ROA (*Return on Asset*) (Kurnianti, et al., 2021), ROE (*Return on Equity*) dimana ROE sendiri adalah suatu kemampuan yang dimiliki perusahaan dalam memperoleh laba untuk meningkatkan harga dari saham perusahaan (Kuncorowati, et al., 2021).

CSR dapat dilihat dari sudut pandang teori legitimasi, dimana teori legitimasi ialah teori yang dalam penerapannya menyarankan kepada entitas perusahaan agar dapat memberi keyakinan bahwa kinerja dan aktivitasnya dapat diterima oleh masyarakat (Kartini et al., 2019), teori ini juga menjelaskan bahwa organisasi dalam menjalankan operasinya berupaya dan meyakinkan untuk tetap berada dalam norma dan batasan yang ada pada lingkungan masyarakat. Hal ini bisa tercapai dengan pengungkapan terkait informasi sosial dari perusahaan di dalam laporannya. Dwi dan Pradnyana (2018) mengatakan bahwa salah satu bentuk upaya yang dapat dilakukan perusahaan dalam mengelola legitimasi supaya efektif ialah dengan dilakukannya strategi legitimasi serta pengungkapan terkait CSR. Pengungkapan yang dilakukan perusahaan dengan harapan perusahaan dapat memperoleh legitimasi dari masyarakat yang nantinya berdampak pada kelangsungan perusahaan (Indraswari dan Mimba, 2017).

Penelitian terdahulu dari Ruroh dan Latifah (2018), Wulandari dan Zulhaimi (2017) menyebutkan bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR yang dilakukan dikarenakan semakin besar profitabilitasnya maka semakin besar biaya untuk program CSR dengan menggunakan ROA dan ROI untuk profitabilitasnya. Bertentangan dengan hal tersebut Susilowati, et al. (2018) karena perusahaan akan lebih berorientasi ke laba dibandingkan aktivitas lain yang dapat mempengaruhi informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Laba suatu perusahaan dapat dipengaruhi oleh keadaan pada suatu negara seperti bencana nasional atau pandemi, sehingga penelitian ini dilakukan menggunakan profitabilitas yaitu *net profit margin* (NPM) sebagai faktor keuangan yang terdampak pandemi Covid-19 dimana kegiatan operasional dari perusahaan khususnya perusahaan manufaktur mengalami kendala. Salah satunya penurunan pembangunan infrastruktur yang mana terjadi penundaan aktivitas konstruksi yang berdampak pada tidak terserapnya bahan baku seperti semen, keramik, porselen, kaca dan lainnya.

perusahaan manufaktur khususnya sektor semen, keramik, porselen, dan kaca mengalami penurunan profitabilitas, dimana dalam penelitian terdahulu mengungkapkan jika besarnya profitabilitas perusahaan maka akan mempengaruhi besarnya alokasi biaya untuk CSR. Sehingga yang menjadi pembaruan dari penelitian terdahulu yaitu adanya pandemi Covid-19 yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan yang nantinya akan berpengaruh pada CSR suatu perusahaan. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data terbaru laporan keuangan perusahaan manufaktur sektor semen, keramik, porselen dan kaca yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2020. Data terbaru yang dipakai bertujuan untuk mengetahui keadaan yang saat ini, dengan melihat pandemi Covid-19 yang berpengaruh pada sektor ekonomi sehingga dapat menjadi perbandingan dengan tahun-tahun sebelumnya dan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam melakukan CSR bagi perusahaan manufaktur sektor semen, keramik, porselen dan kaca kedepannya.

Keadaan perekonomian yang kurang stabil di masa pandemi Covid-19 yang mempengaruhi sektor ekonomi, sehingga perusahaan manufaktur sektor semen, keramik, porselen dan kaca sebagai salah satu pelaku ekonomi dapat mengambil peranan dalam melakukan tanggung jawabnya kepada masyarakat dalam hal CSR. Melihat dari sisi keuangan perusahaan yaitu profitabilitas perusahaan yang ikut terpengaruh dengan adanya pandemi Covid-19 maka yang menjadi persoalan dalam penelitian ini ialah apa pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor semen, keramik, porselen dan kaca? Penurunan angka produksi pada kebanyakan perusahaan manufaktur di masa pandemi mengakibatkan turunnya laba atau profitabilitas perusahaan manufaktur. Hal ini menjadikan profitabilitas menjadi sesuatu yang menarik untuk diteliti, maka tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui pengaruh dari profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor semen, keramik, porselen dan kaca yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi perusahaan manufaktur sektor semen, keramik, porselen dan kaca dalam menjalankan tanggung jawabnya yaitu CSR yang lebih baik dengan memperhatikan kondisi keuangan dalam hal ini laba atau profitabilitas yang dihasilkan perusahaan. Penelitian ini juga diharapkan bermanfaat bagi para pembuat keputusan dalam hal ini manajemen untuk melihat kondisi yang menjadi isu terkini di lingkungan masyarakat sebagai ajang untuk meningkatkan citra perusahaan dengan melakukan CSR, dan tentunya dengan memperhatikan keadaan keuangan perusahaan juga.

STUDI LITERATUR

Teori Legitimasi

Teori legitimasi ialah teori yang mengatakan bahwa organisasi harus secara terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa kegiatan yang mereka lakukan telah sesuai dengan batasan dan norma-norma yang ada di lingkungan masyarakat (Kartini et al., 2019). Menambah hal tersebut, Gunawan (2017) juga mengatakan bahwa teori legitimasi adalah teori yang berfokus kepada interaksi antar perusahaan dan kelompok *stakeholder* untuk mempertahankan keberlangsungan perusahaan maka dibutuhkan legitimasi atau pengakuan dari para *stakeholder*. Teori legitimasi juga menjelaskan tentang seluruh kinerja maupun aktivitas dari perusahaan harus dapat diterima dari pihak masyarakat, sehingga legitimasi yang ada membuat perusahaan terhindar dari hal yang tak diharapkan serta memberikan *value added* untuk perusahaan dan dapat mempengaruhi secara tidak langsung tingkat keuntungan dari perusahaan (Kuncorowati, et al., 2021).

Teori ini ingin merujuk pada strategi-strategi dari perusahaan dalam mengelola apa yang menjadi ekspektasi yang memberikan dampak bagi perusahaan supaya dapat memperoleh status legal. Tanggung jawab lingkungan serta sosial dapat dimanfaatkan sebagai alat perusahaan untuk mencapai status legal tersebut, dan juga upaya dalam meminimalisir risiko-risiko yang dapat berdampak pada turunnya reputasi perusahaan juga perlu diperhatikan dengan taat terhadap aturan, norma-norma sosial, dan mengadakan kegiatan yang dapat melibatkan masyarakat di lingkungan sekitar perusahaan (Anggraeni dan Djakman, 2018). Tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah dilakukan, diungkapkan pada *sustainability report* yang dapat menjadi

bukti bahwa perusahaan telah melakukan tanggung jawabnya terhadap masyarakat. Hal ini dilakukan sebagai upaya agar aktivitas maupun keberadaan perusahaan dapat diterima atau terlegitimasi oleh masyarakat (Utami dan Andreas, 2018).

Profitabilitas

Profitabilitas menurut Chasanah (2019) ialah gambaran atas kinerja manajemen pada saat mengelola perusahaan. Profitabilitas perusahaan juga memiliki berbagai macam ukuran seperti: tingkat pengembalian investasi (ROI), laba dari kegiatan operasi, tingkat pengembalian aktiva (ROA), laba bersih, serta tingkat pengembalian ekuitas (ROE) (Dwi dan Pradnyana, 2018). Penggunaan ROA ialah dalam mengukur efektivitas dari perusahaan dalam memperoleh keuntungan atas pemanfaatan aktiva perusahaan, intinya profitabilitas ini dapat memberi gambaran atas keefektifan perusahaan dalam beroperasi agar menghasilkan keuntungan atau laba untuk perusahaan. Perhatian perusahaan akan profitabilitas ini menjadi penting dimana profitabilitas menjadi faktor keberlangsungan dari suatu perusahaan, agar tetap bertahan (*going concern*) maka perusahaan harus dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*).

Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR menurut Anggraeni dan Djakman (2018) adalah sebuah perangkat dari kebijakan program serta inisiatif lainnya yang memiliki tujuan dalam memberikan kesejahteraan bagi lingkungan serta sosial. Menurut Wulandari dan Zulhaimi (2017) CSR atau yang disebut juga dengan tanggung jawab sosial adalah sebuah tanggung jawab perusahaan yang diberikan untuk pihak sosial ataupun lingkungan yang berlokasi di sekitar perusahaan tersebut maupun di daerah lain yang masih dalam satu negara. CSR yang dilaksanakan juga merupakan wujud perhatian serta partisipasi perusahaan dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat di lingkungan sekitar dan secara luas, yang memiliki dampak positif dalam keberlangsungan perusahaan, dengan pelaporan aktivitas CSR dalam laporan tahunan dan yang terpisah dari laporan tahunan atau laporan keberlanjutan (Gunawan, 2017). Menambah hal tersebut, Raningsih dan Artini (2018) juga menambahkan bahwa CSR yang dilakukan dengan maksud agar perusahaan dapat meminimalisir dampak buruk yang ditimbulkan pada aspek sosial dan lingkungan dalam menjalankan aktivitasnya, dan mengurangi kemungkinan penolakan yang dilakukan dari lingkungannya atas kegiatan operasional yang dilakukan.

Pelaksanaan program CSR terbagi menjadi tiga komponen penting, dimana ada ekonomi, sosial, serta lingkungan. Tanggung jawab sosial ini lalu diungkapkan pada laporan *Sustainability Reporting*. Pengukuran CSR, dilakukan dengan menggunakan biaya *Corporate Social Responsibility* yang telah dikeluarkan pihak perusahaan (Wulandari and Zulhaimi, 2017).

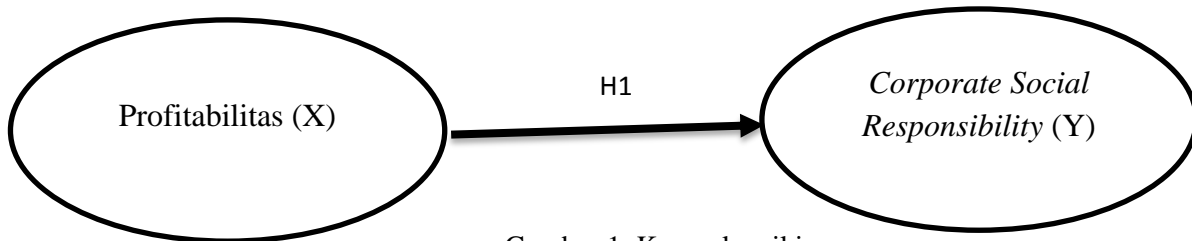
Pengaruh Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)

Tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan guna meningkatkan kredibilitas perusahaan di mata masyarakat, hal ini yang dapat membuat perusahaan diterima di masyarakat, selain itu perusahaan dalam melakukan aktivitas operasinya menimbulkan efek negatif baik bagi lingkungan dan masyarakat sekitar. CSR yang dilakukan tentunya dipengaruhi oleh keadaan perusahaan terkhususnya keadaan keuangan. Profitabilitas mencerminkan keadaan keuangan suatu perusahaan yang menjadi indikator keberhasilan perusahaan manufaktur ketika menjalankan kegiatan operasinya dan menjadi tolak ukur atas terlaksananya kegiatan CSR. Hal ini disebabkan karena dalam menjalankan kegiatan CSR, perusahaan perlu mengeluarkan *cost*. Profitabilitas perusahaan saat ini khususnya perusahaan manufaktur mengalami penurunan akibat pandemi Covid-19, hal ini tentunya dapat mempengaruhi CSR yang akan dilakukan, disisi lain perusahaan sebagai pelaku ekonomi diharapkan dapat tetap melakukan CSR terkhususnya pada keadaan negara saat ini, hal ini dapat menjadi dilema tersendiri bagi perusahaan dalam melakukan CSR. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa semakin besarnya profitabilitas pada suatu perusahaan maka semakin besar pula kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan, maupun sebaliknya semakin kecil tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin kecil pula kegiatan CSR yang dilakukan.

Kegiatan tanggung jawab sosial haruslah dilakukan dan menjadi kewajiban dalam operasinya (Wulandari dan Zulhaimi, 2017). Penelitian terdahulu dari Ruroh dan Latifah (2018) mengatakan bahwa perusahaan dengan tingkat keuangan yang baik akan mendapat tekanan lebih besar dari lingkungan perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin besar profitabilitas, maka semakin besar pula pengungkapan CSR yang dilakukan. Sejalan dengan pernyataan tersebut Kartini et al. (2019) juga mengatakan bahwa semakin besar perusahaan menghasilkan profit, maka tingkat pengungkapan CSRnya juga makin tinggi karena alokasi biaya untuk pengungkapan CSR juga ikut meningkat.

Berdasarkan pada latar belakang tersebut, maka hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

H1: Profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*



Gambar 1. Kerangka pikir
Sumber gambar : Data Penelitian, 2022

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kuantitatif, dengan menggunakan desain penelitian yaitu hubungan kausal (sebab akibat), dilakukan untuk menganalisis apakah profitabilitas berpengaruh terhadap CSR dengan menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol. Populasi dari penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur sektor semen, keramik, porselen dan kaca yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2020. Penggunaan perusahaan manufaktur sektor semen, keramik, porselen dan kaca sebagai salah satu indikator populasi penelitian ini karena dalam latar belakang penelitian dirancang untuk melihat dampak pandemi Covid-19 pada profitabilitas perusahaan yang nantinya berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, dimana perusahaan manufaktur menjadi perusahaan yang terkena dampak nyata dari pandemi Covid-19 (menurunnya indeks produksi). Jenis data yang digunakan ialah data sekunder yaitu *annual report* perusahaan pada tahun 2018-2020 dengan memperoleh data yang tersedia pada *Indonesian Stock Exchanges (IDX)* melalui situs www.idx.co.id.

Pengambilan sampel yang dilakukan pada penelitian ini yaitu metode *purposive sampling*, dimana metode ini dilakukan dengan pemilihan sampel yang terlebih dahulu menetapkan kriteria-kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian (Ruroh dan Latifah, 2018). Kriteria sampel untuk penelitian ini yaitu : (1) Perusahaan manufaktur sektor semen, keramik, porselen dan kaca yang terdaftar di BEI yang mempublikasikan serta menerbitkan *annual report* atau laporan keuangan tahunannya lengkap pada periode 2018-2020. Pemilihan periode ini karena pada akhir tahun 2019 menjadi awal mula penyebaran virus Covid-19 dan tahun 2018-2019 digunakan sebagai pembandingnya terhadap tahun 2020 ketika ditetapkan menjadi pandemi. (2) perusahaan manufaktur sektor semen, keramik, porselen dan kaca yang memiliki data tersedia dan lengkap tentang pengungkapan informasi terkait CSR dalam laporan keuangannya periode 2018-2020 di situs Bursa Efek Indonesia, yaitu www.idx.co.id. Teknik untuk menganalisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, dengan menggunakan program *Statistical Package for Social Science (SPSS)* sebagai alat bantu dalam menganalisis data.

Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu CSR dengan simbol (Y), diukur dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI)*. Variabel independen yaitu profitabilitas (X1) yang diukur menggunakan NPM, rasio profitabilitas NPM merupakan rasio yang dapat melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang diperoleh dari kegiatan operasional perusahaan (Kartikasari dan Salina, 2017). Penggunaan rasio NPM dalam perhitungan variabel independen dikarenakan melihat latar belakang penelitian ini, dimana pandemi covid-19 mempengaruhi *Purchasing Managers Index (PMI)* pada perusahaan

manufaktur maka dengan asumsi tersebut penggunaan NPM dapat dipilih dari rasio pengukuran profitabilitas lainnya untuk menggambarkan keadaan perusahaan manufaktur. Penelitian ini juga menggunakan variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan (X2), dimana ukuran perusahaan sendiri dipakai untuk melihat seberapa efisien dan kekuatan pasar yang dimiliki oleh perusahaan (Nurdiana, 2018).

HASIL

Uji statistik deskriptif adalah pengujian yang digunakan untuk mengetahui tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas, dan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas	35	-219.09	80.63	-1.8419	42.46697
Ukuran Perusahaan	35	16.44	21.10	18.7330	1.09867
CSR	35	.28	.59	.4377	.07780
Valid N (listwise)	35				

Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan hasil uji statistik deskriptif, dimana untuk variabel dependen yaitu CSR memiliki nilai mean sebesar 0,4377 yang lebih besar dari standar deviasi, dengan nilai standar deviasi adalah 0,07780. Hal ini menunjukkan bahwa data dari variabel dependen CSR tahun 2018-2022 mengelompok. Nilai maksimum 0,59 dan minimum 0,28. Variabel independen Profitabilitas memiliki mean -1,8419 yang lebih kecil dari standar deviasi dengan nilai standar deviasi yaitu 42,46697 yang menunjukkan bahwa data profitabilitas perusahaan yang diteliti tahun 2018-2022 bervariasi. Nilai maksimal 80,63 dan minimumnya -219,09. Variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan memiliki mean 18,7330 yang lebih besar dari standar deviasi, dengan nilai standar deviasi yaitu 1,09876 yang menunjukkan bahwa data ukuran perusahaan di perusahaan yang diteliti tahun 2018-2022 mengelompok.

Uji asumsi klasik yang dilakukan ada tiga yaitu uji normalitas, heteroskedastisitas dan uji autokorelasi. Hasil dari pengujian normalitas menunjukkan tingkat signifikansi $\geq 0,05$ menunjukkan bahwa variabel yang diuji dalam penelitian berdistribusi normal (Wijaya dan Pancawati, 2019). Apabila hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan angka di atas 5%, maka menunjukkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model penelitian. Pengujian autokorelasi dapat menggunakan pengujian Durbin Waston, dimana ketika $DW < dL$ atau $DW > 4-dL$ dapat dilihat bahwa ada autokorelasi, jika DW berada diantara dU dan $4-dU$ maka tidak ada autokorelasi.

Tabel 2. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.06361727
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.071
	Negative	-.078
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : Data diolah 2022

Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.217	.109		1.981	.056
Profitabilitas	-4.560E-6	.000	-.005	-.030	.976
Ukuran Perusahaan	-.009	.006	-.260	-1.520	.138

Sumber : Data diolah 2022

Tabel 4. Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.576 ^a	.331	.289	.06558	1.940

Sumber: Data diolah 2022

Uji normalitas yang dilakukan dengan jumlah data (N) 36 tidak terdistribusi normal, sehingga dilakukan eliminasi data outlier, sehingga tersisa (N) 35 data. Tabel 2. menunjukkan hasil Asymp.Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Angka tersebut menunjukkan lebih besar dari 0,05 maka disimpulkan bahwa metode penelitian memiliki distribusi nilai residual yang normal. Hasil Pengujian di tabel 3. menunjukkan nilai signifikansi X1 yakni profitabilitas dan X2 yaitu ukuran perusahaan adalah 0,976 dan 0,138 lebih besar dari 0,05. Kesimpulannya adalah tidak terdapat heterostisitas dalam model penelitian. Tabel 4. menunjukkan Durbin Waston (DW) sebesar 1.940. Nilai dU untuk jumlah data 36 yang di outliyer menjadi 35 data dengan variabel bebas 2 (k) adalah 1,5838 (4- 1,5838). Nilai DW berada diantara dU dan 4-dU, sehingga 1,5838 <1,940<2,4162 yang mana menunjukkan tidak adanya autokorelasi dalam model penelitian.

Tabel 5. Uji Linier Berganda dan Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta			Tolerance
1 (Constant)	-.005	.192		-.027	.979	
Profitabilitas	.001	.000	.486	3.358	.002	.997
Ukuran Perusahaan	.024	.010	.335	2.315	.027	.997

Sumber: Data diolah 2022

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah Profitabilitas (X1) berpengaruh positif terhadap CSR (Y). berdasarkan tabel 5. ditunjukan bahwa nilai signifikan (Sig) variabel Profitabilitas adalah sebesar 0,002 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ dan keofisien regresi profitabilitas sebesar 0,001 memiliki arti bahwa profitabilitas berpengaruh pada CSR. Berdasarkan analisis tersebut maka H1 dari penelitian ini yaitu Profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* diterima. Hasil uji juga menunjukkan adanya pengaruh dari variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan terhadap CSR, dilihat dari besarnya nilai signifikan ukuran perusahaan yaitu 0,027 yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ dengan koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar 0,024.

PEMBAHASAN

Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Adanya pengaruh antara Profitabilitas (X1) terhadap CSR (Y) dalam penelitian ini, yang mana sejalan dengan hasil penelitian Wulandari dan Zulhaimi (2017) yang juga mengatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap CSR. Dilihat dari hasil tersebut maka apabila nilai profitabilitas di suatu perusahaan mengalami peningkatan maka CSR-nya juga akan mengalami peningkatan, dimana profitabilitas yang diukur dari NPM menunjukkan perbandingan antara keuntungan total dengan total seluruh uang yang dihasilkan perusahaan, sehingga dari nilai profitabilitas tersebut dapat diketahui seberapa besar perusahaan manufaktur sektor semen, keramik, porselen dan kaca yang terdaftar di BEI tahun2018-2020 dalam memperoleh

penghasilan dari usahanya yang nantinya akan dialokasikan untuk melakukan kegiatan CSR. Dilihat dari keadaan perusahaan saat pandemi Covid-19 menunjukkan bahwa terjadi penurunan profitabilitas di perusahaan manufaktur sektor semen, keramik, porselen dan kaca yang menyebabkan adanya penurunan CSR yang dilakukan, ini tentunya dikarenakan biaya yang dialokasikan dalam melakukan pengungkapan CSR juga dikurangi akibat turunnya pendapatan dalam hal ini profitabilitas. Ukuran perusahaan juga memiliki pengaruh positif terhadap CSR yang dapat dilihat dari hasil uji yang telah dilakukan, ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan ukuran yang besar tidak akan terlepas dari tekanan dan perusahaan dengan ukuran yang besar juga memiliki kegiatan operasional yang memiliki dampak yang lebih besar kepada masyarakat, sehingga perusahaan akan melaksanakan tanggung jawabnya terhadap masyarakat berupa CSR (Urmila dan Mertha, 2017).

KESIMPULAN

Hasil penelitian dan analisis yang dilakukan di perusahaan manufaktur sektor semen, keramik, porselen dan kaca dapat ditarik kesimpulan yaitu dengan terjadi penurunan atau peningkatan profitabilitas perusahaan manufaktur sektor semen, keramik, porselen dan kaca yang menjadi sampel dalam penelitian ini berpengaruh positif terhadap CSR yang dilakukan perusahaan. Profitabilitas yang diperoleh perusahaan tentunya dapat dipengaruhi oleh keadaan sekitar yang nantinya juga berimbas pada CSR yang dilakukan, dengan mempertimbangkan profitabilitas maka perusahaan dapat menjalankan kewajibannya dalam hal CSR tanpa mengganggu kegiatan operasi perusahaan tersebut. Variabel kontrol yang digunakan juga memiliki pengaruh positif bagi perusahaan dalam melakukan CSR. Artinya semakin besar ukuran perusahaan maka dapat menggambarkan kegiatan operasi yang dilakukan beserta dampak yang dihasilkan kepada masyarakat, sehingga perusahaan akan mendapat tekanan yang lebih besar untuk melakukan CSR.

Penelitian yang dilakukan memiliki keterbatasan karena adanya kendala selama proses penulisan maupun pengumpulan data, kendala tersebut antara lain: Keterbatasan jumlah sampel penelitian dikarenakan, tidak semua perusahaan melakukan pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa variabel kontrol ukuran perusahaan juga memiliki pengaruh pada CSR, sehingga untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel independen agar dapat lebih melihat seberapa besar pengaruh ukuran perusahaan terhadap CSR, dan dapat memperluas objek yang diambil karena perusahaan yang terdampak pandemi Covid-19 tidak hanya pada perusahaan manufaktur saja.

REFERENSI

- Anggraeni, Dian Yuni, and Chaerul D Djakman. 2018. "Pengujian Terhadap Kualitas Pengungkapan Csr Di Indonesia." *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)* 2(1): 22–41.
- Artha, Yohana. 2020. "Jumlah Tenaga Kerja Industri Manufaktur Turun 1,45 Juta Akibat Pandemi." *kompas.com*. <https://money.kompas.com/read/2020/12/28/140000326/jumlah-tenaga-kerja-industri-manufaktur-turun-1-45-juta-akibat-pandemi>.
- Chasanah, Amalia Nur. 2019. "Pengaruh Rasio Likuiditas, Profitabilitas, Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2015-2017." *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis* 3(1): 39–47.
- Gunawan, Juniati. 2017. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Corporate Governance Terhadap Agresivitas Pajak." *Jurnal Akuntansi* 21(3): 425.
- Gunawan, Juniati, and Se Tin. 2019. "The Development of Corporate Social Responsibility in Accounting Research: Evidence from Indonesia." *Social Responsibility Journal* 15(5): 671–88.
- Indraswari, I Gusti Ayu Laksmi, and Ni Putu Sri Harta Mimba. 2017. "Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Kapitalisasi Pasar Dan Kepemilikan Saham Publik Pada Tingkat Pengungkapan Csr." *E-Jurnal Akuntansi* 20(2): 1219–48.
- Kartikasari, Dwi, and Nur Salina. 2017. "Pengaruh Pengungkapan Program Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan." *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI dan MANAJEMEN BISNIS* 5(2): 193.

- Kartini, Puti Tri et al. 2019. "Pengaruh Return on Asset (ROA), Return on Equity (ROE) Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure." *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan* 7(2): 343–66.
- Kuncorowati, Frisca Putri, Muhammad Miqdad, and Ahmad Roziq. 2021. "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Good Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Dampaknya Terhadap Abnormal Return Pada Perusahaan LQ45." *Jurnal Akuntansi dan Pajak*.
- Kurnianti, Destria, Umi Mardiyati, and Tiara Indriani. 2021. "Profitabilitas, CSR, Corporate Governance Dan Tax Avoidance Pada Perusahaan Manufaktur Periode 2014-2018." *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 12(1): 6.
- Nurdiana, Diah. 2018. "Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas." *MENARA Ilmu* 12(6): 77–88.
- Pradnyana, Kadek Dwi Dharma, and I Made Pande Dwiana Putra. 2018. "Moderasi Corporate Social Responsibility Pada Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur." *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 24: 253–81.
- Raningsih, Ni Kadek, and Luh Gede Sri Artini. 2018. "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi." *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 7(8): 1997–2026.
- Rizal, Jawahir Gustav. 2020. "Kilas Balik 9 Bulan Pandemi Covid-19 Dan Dampaknya Bagi Indonesia." *kompas.com*. <https://www.kompas.com/tren/read/2020/12/03/063000665/kilas-balik-9-bulan-pandemi-covid-19-dan-dampaknya-bagi-indonesia?page=all> (September 30, 2021).
- Ruroh, Ivon Nurmas, and Sri Wahjuni Latifah. 2018. "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Risk Minimization Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr)." *Jurnal Akademi Akuntansi* 1(1): 2018.
- Susilowati, Fera, Khusnatul Zulfa Wafirotin, and Arif Hartono. 2018. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pforitabilitas, Leverage, Tipe Industri, Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Peri." *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 2(2): 18.
- Urmila, Mertha. 2017. "Tipe Perusahaan Memoderasi Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kepemilikan Asing Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia." *E-Jurnal Akuntansi* 19(3): 2145–74.
- Utami, Yunita Putri, and Hans Hananto Andreas. 2018. "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dari Sudut Pandang Teori Akuntansi Positif." *Perspektif Akuntansi* 1(1): 53–70.
- Wati, Lela Nurlaela. 2018. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dengan Gri 3." *Jurnal Ecodomica* 2(2): 240–52.
- Wijaya, Anggita Langgeng, and Erlita Listyana Pancawati. 2019. "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Pada Perusahaan Food and Beverage Tahun 2013-2017)." *INVENTORY : Jurnal Akuntansi* 3(2): 131–40.
- Wulandari, Sari, and Hanifa Zulhaimi. 2017. "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Dan Jasa Yang Terdaftar Di Bei." *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan* 5(2): 101–12.