PENGARUH PROFITABILITAS DAN*SIZE* PERUSAHAAN TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*PADA PERUSAHAAN OTOMOTIF YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2017 s.d 2019

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan
Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh \
Gelar Sarjana Ekonomi

OLEH :

AHLUL AKBAR
NPM: 1502110311

FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI AKUTANSI
UNIVERSITAS MUHAMMADYAH ACEHBANDA ACEH
2021

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI
JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 – 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Akuntansi
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 1 September 2021

TANDA PERSETUJUAN/PENGESAHAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

AHLUL AKBAR
NPM : 1502110311

Dengan judul:

PENGARUH PROFITABILITAS DAN SIZE PERUSAHAAN TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN OTOMATIF YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2017 S.D 2019

Yang diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.

Menyetujui / Mengesahkan :

Ketua Program Studi Akuntansi	Pembimbing I	Pembimbing II
Zulkifli Umar,SE,M.Si,Ak.CA	**Irmawati,SE,M.Si,Ak,CA**	**Eva Susanti,SE,M.Si,Ak.CA**
NIK. 19711019 200405 1 001	**NIK. 19750211 200406 2 001**	**NIK. 19760202 200607 2 001**

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Drs. Tarmizi Gadeng, SE., M.Si., MM
NIK. 19700408 199401 1 001

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI
JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 – 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Akuntansi
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 1 September 2021

TANDA PERSETUJUAN KOMISI UJIAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

AHLUL AKBAR
NPM : 1502110311

Dengan judul:

PENGARUH PROFITABILITAS DAN SIZE PERUSAHAAN TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN OTOMATIF YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2017 S.D 2019

Yang telah dipertahankan di depan Komisi Ujian, pada tanggal 18 Agustus 2021

Menyetujui / Mengesahkan :
Komisi Ujian

Ketua

Drs.Tarmizi Gadeng,SE,M.Si,MM
NIK. 19700408 199401 1 001

Sekretaris

Zulkifli Umar,SE,M.Si,Ak.CA
NIK. 19711019 200405 1 001

Anggota

Irmawati,SE,M.Si,Ak,CA
NIK. 19750211 200406 2 001

Anggota

Eva Susanti,SE,M.Si,Ak.CA
NIK. 19760202 200607 2 001

Mengetahui
Ketua Program Studi Akuntansi

Zulkifli Umar,SE,M.Si,Ak.CA
NIK. 19711019 200405 1 001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"SAYA YANG BERTANDA TANGAN DI BAWAH INI MENYATAKAN BAHWA SKRIPSI INI TELAH DITULIS DENGAN SESUNGGUH-SUNGGUHNYA DAN TIDAK ADA BAGIAN YANG MERUPAKAN PENJIPLAKAN KARYA ORANG LAIN DI PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH, APABILA DI KEMUDIAN HARI TERBUKTI BAHWA PERNYATAAN INI TIDAK BENAR MAKA SAYA SANGGUP MENERIMA HUKUMAN/SANKSI SESUAI PERATURAN YANG BERLAKU"

Banda Aceh, 1 September 2021

Yang Menyatakan

AHLUL AKBAR

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	: AHLUL AKBAR
NPM	: 1502110311
Program Studi	: Akuntansi
Fakultas	: Ekonomi
Jenis Karya	: Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh **Hak Bebas Royalty Non Eklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right)*** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH PROFITABILITAS DAN SIZE PERUSAHAAN TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN OTOMATIF YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2017 S.D 2019

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan Hak Royalty Non-Eksklusif ini Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 1 September 2021

Yang Menyatakan,

METERAI TEMPEL
10000
SEPULUH RIBU RUPIAH
7F4B2AJX242187568

AHLUL AKBAR

KATA PENGANTAR

BISMILLAHIRRAHMANIRRAHIM

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah, kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Profitabilitas dan *Size* Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017 s.d 2019. "**Selanjutnya salawat dan salam kepada junjungan alam Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa syiar islam di atas muka bumi ini.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis telah berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan dan pengalaman yang penulis miliki. Namun penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dalam isi maupun teknis penulisannya. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan adanya pandangan pikiran, berupa kritik dan saran dari berbagai pihak demi kesempurnaan penulisan ini. Pada kesempatan ini, perkenankan penulis mengucapkan ribuan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Ayahanda dan Ibundatercinta yang telah mendidik, membesarkan, serta mencurahkan kasih sayangnya kepada penulis guna tercapainya cita-cita dan terima kasih juga kepada saudara penulis yang telah memberikan dukungan serta kasih sayang.
2. Bapak Drs. Tarmizi Gadeng, SE, M.Si, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh

3. Bapak Zulkifli Umar, SE, M.Si, Ak, CA Selaku ketua JurusanAkuntansiFakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh
4. Ibu Cut Fitrika Syawalina SE,M.Si, selaku ketua Laboraturium Akutansi Falkutas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
5. Ibu Irmawati, SE, M.Si, Ak, CA selaku pembimbing pertama penulis Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
6. Ibu Eva Susanti, SE, M.Si, Ak, CA selaku pembimbing kedua penulis Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Muhammadiyah khususnya staf pengajar pada Jurusan Akuntansi yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
8. Teman-teman angkatanyang telah banyak memberikan dorongan semangat dalam penulisan skripsi ini.

Akhirnya kepada Allah SWT kita berserah diri, karena segala sesuatu tidak akan terjadi jika bukan atas kehendaknya.

Banda Aceh, April 2021
Penulis,

Ahlul Akbar

DAFTAR ISI

KATAPENGANTAR ..... **i**
DAFTAR ISI ..... **iii**
DAFTAR TABEL ..... **v**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **vi**
ABSTRAK ..... **vii**
ABSTRACT ..... **viii**

BABI PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 5
1.3 Tujuan Penelitian 6
1.4 Manfaat Penelitian 6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian 7

BAB II LANDASAN TEORETIS **8**
2.1 *Corporate Social Responsibility*(CSR) 8
2.1.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility* 8
2.1.2 Komponen Dasar *Corporate Social Responsibility* 10
2.1.3 Prinsip *Corporate Social Responsibility* 11
2.1.4 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* 11
2.2 Protabilitas 15
2.2.1 Pengertian Protabilitas 15
2.2.2 Pengukuran Profitabilitas 16
2.2.3 Jenis-jenis Profitabilitas 18
2.3 Size Perusahaan 23
2.4 Penelitian Terdahulu 25
2.5 Kerangka Pemikiran 28
2.6 Hipotesis 28

BAB III METODEPENELITIAN **30**
3.1 Desain Penelitian 30
3.1.1 Lokasi dan Objek Penelitian 30
3.1.2 Jenis Penelitian 30
3.1.3 Horizon Waktu 31
3.1.4 Unit Analisis 31
3.2 Populasi dan Sampel 31
3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data 33
3.4 Definisi dan OperasionalVariabe 34
3.5 Metode Analisi Data 37
3.6 Pengujian Hipotesis 37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 41
4.1 Hasil Penelitian..... 41
4.1.1 Deskripsi Data..... 41
4.1.2 Statistik Deskripsi 42
4.1.3 Hasil Pengujian Hipotesis 45
4.2 Pembahasan 50
4.2.1 Pengaruh *Protabilitas* dan *size* perusahaanterhadap *Corporate Social Responsibility* 50
4.2.2 Pengaruh *Protabilitas* terhadap *Corporate Social Responsibility* 51
4.2.3 Pengaruh *size* perusahaanterhadap *Corporate Social Responsibility* 52

BAB V PENUTUP..... 54
5.1 Simpulan..... 54
5.2 Saran 55

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTRA TABEL

Tabel 2.1 Lima Dimensi CSR yang Dirujuk dalam Kajian CSR..... 9
Tabel 2.2Penelitian Terdahulu 28
Tabel 3.1Kriteria Penelitian 32
Tabel 3.2Operasionalisasi Variabel 37
Tabel 4.1Deskripsi Variabel Penelitian Rasio Perusahaan Sampel ROA.. 42
Tabel 4.2Deskripsi Variabel Penelitian Rasio Perusahaan Sampel Size Perusahaan 43
Tabel 4.3Deskripsi Variabel Penelitian Rasio Perusahaan Sampel CSR... 44
Tabel 4.4Hasil Regresi Pengaruh Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen..... 45
Tabel 4.5 Model Summary..... 47
Tabel 4.6Analisis of Variance..... 47
Tabel 4.7Uji Persial..... 49

PENGARUH PROFITABILITAS DAN *SIZE* PERUSAHAAN TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*PADA PERUSAHAAN OTOMOTIF YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2017 s.d 2019

AHLUL AKBAR NPM: 1502110311

Pembimbing: 1) Irmawati, SE, M.Si, Ak, CA

2) Eva Susanti, SE, M.Si, Ak, CA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dan size perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan otomotif yang terdaftar diBEI tahun2017-2019. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini mengunakan menggunakan *purposive sampling* atau secara acakyaitu sebanyak 10 perusahaan otomotif yang terdaftar diBEI tahun2017-2019. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari *protabilitas* (X_1), *Size perusahaan* (X_2) dan *Growth Oppotunity* (X_3) terhadap *Corporate Social Responsibility* (Y) pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2019. *Protabilitas* (X_1), berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan otomotif yang terdapat di Bursa Efek Indonesia peridoe 2017-2019 dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,446 menunjukkan bahwa koefisien *Protabilitas (ROA)* (X_1), terhadap *Corporate Social Responsibility* tidak sama dengan nol ($\beta_i \neq 0$). *Size perusahaan* (X_2) berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan otomotif yang terdapat di Bursa Efek Indonesia peridoe 2017-2019 dengan nilai koefisien regresi sebesar 2,740 menunjukkan bahwa koefisien regresi *Size perusahaan* (X_2) terhadap *Corporate Social Responsibility* tidak sama dengan nol ($\beta_2 \neq 0$).

Kata Kunci: *Protabilita*s, *Size* Perusahaan, *Corporate Social Responsibility*

THE EFFECT OF COMPANY PROFITABILITY AND SIZE ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN AUTOMOTIVE COMPANIES LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE, 2017 to 2019

AHLUL AKBAR
NPM: 1502110311

Reviewer : 1) Irmawati, SE, M.Si, Ak, CA

2) Eva Susanti, SE, M.Si, Ak, CA

ABSTRACT

his study aims to determine the effect of profitability and company size simultaneously on Corporate Social Responsibility in automotive companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2019. The sampling technique in this study uses purposive sampling or randomly, namely as many as 10 automotive companies listed on the IDX in 2017-2019. The analytical method used is multiple linear regression analysis. The results showed that there was a significant effect of profitability (X1), company size (X2) and Growth Opportunity (X3) on Corporate Social Responsibility (Y) in automotive companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2017-2019. Protability (X1), has an effect on Corporate Social Responsibility in automotive companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2017-2019 with a regression coefficient value of 0.446 indicating that the coefficient of Protability (ROA) (X1), on Corporate Social Responsibility is not the same as zero ($\beta_i \neq 0$). Company size (X2) has an effect on Corporate Social Responsibility in automotive companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2017-2019 period with a regression coefficient value of 2,740 indicating that the regression coefficient for company size (X2) on Corporate Social Responsibility is not equal to zero ($\beta_2 \neq 0$).

Keywords: Protability, Company Size, Corporate Social Responsibility

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sebuah organisasi, instansi atau lembaga hendaknya memilki SOP demi tercapai tujuannya.Standar Operating Prosedur merupakan salah satu alat yang penting untuk memudahkan seseorang dalam menjalankan usaha dan tugasnya.Di samping itu, Standar Operating Prosedur sangat dibutuhkan guna mengetahui tingkat keberhasilan sebuah organisasi, lembaga atau instansi. Tanpa adanya Standar Operating Prosedur, maka organisasi, lembaga atau instansi tersebut akan mengalami banyak masalah. Salah satu masalah yang sering dihadapi oleh perusahaan, lembaga atau instansi yang tidak memiliki SOP ialah kinerja pegawai atau karyawan yang tidak maksimal. Begitu juga dengan perusahaan otomotif. Dalam hal ini, setiap perusahaan otomotif juga harus menerapkan SOP untuk menyiapkan laporan keuangan pada perusahaan tersebut sehingga perusahaan dapat berkembang. Selain menerapkan peraturan SOP, perusahaan juga harus memiliki rasio protabilitas yang baik untuk meningkatkan perusahaan.

Rasio Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuanperusahaan dalam mencari keuntungan dan juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan (Kasmir, 2014:115).Profitabilitas dapat mencerminkan keuntungan dari investasi keuangan, artinya profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena sumber internal yang semakin besar. Semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan dimasa depan dinilai baik, artinyanilai perusahaan juga akansemakin baik dimata investor.

Ukuran perusahaan *size*perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak

digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya kagenan tersebut. Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis.Skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka (Cowen *et al.*, 1987 dalam Amran dan Devi, 2008). Perusahaan yang besar biasanya memiliki aktivitas yang lebih banyak dan kompleks, mempunyai dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki *shareholder* yang lebih banyak, serta mendapat perhatian lebih dari kalangan publik, maka dari itu perusahaan besar mendapat tekanan yang lebih untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosialnya (Putra,2011).

Upaya yang dilakukan perusahaan tersebut merupakan salah satu dan upaya pengungkapan sosial. Saat ini banyak perusahaan baru yang mengalami perkembangan, namun seiring dengan perkembangan tersebut ekosistem lingkungan mulai mengalami ketidakstabilan, seperti yang sering terdengar belakangan ini salah satu bukti nyatanya adalah kondisi global warning.

Kecenderungan perusahaan bisnis modernuntuk melakukan aktifitas sosial telah merubah arah bisnis.Dunia bisnis yang selama ini terkesan *profit-oriented* (hanya mencari untung) hendakmerubah citra-nya menjadi perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial terhadap masyarakat dan lingkungan.Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan menggelar aktifitas *Corporate Social Responsibility (CSR)*.Dan itu berjalan selaras dengan adanya Undang-undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun

2007 yang pada awalnya merupakan pilihan, namun sekarang sudah dapat dikatakan sebagai kewajiban yang harus dilakukan perusahaan untuk menjaga keseimbanganalam.Bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat kegiatan operasional perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan terhadap lingkungannya, *image* perusahaan akanmeningkat. Investor juga lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, loyalitas konsumen semakin tinggi sehingga dalam waktu lama penjualan perusahaanakan meningkat.

Penerapan *Corporate Social Responsibility* dapat menurunkan biaya operasi suatu perusahaan. Hal tersebut dikarenakan setelah diterapkannya CSR perusahaan akanmengurangi biaya yang dikeluarkan untuk pemasaran produk dan menggantinya dengan biaya CSR. Walaupun biaya CSR yang dikeluarkan pada awalnya merupakan biaya pertanggunganjawaban perusahaan terhadap lingkungan sekitar, tidak dapat dipungkiri bahwa kegiatan CSR tersebut nantinya akan berpengaruh terhadap kegiatan promosi perusahaan dan akhirnya akan meningkatkan penjualan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan akanmengurangi biaya promosi produknya yang akan berpengaruh pada penurunan biaya operasiperubahan.

Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan : 1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau bekaitan dengan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL). 2) TJSL merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan

kewajaran. 3) perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi dengan ketentuan peraturanperundang-undangan.Sanksi pidana mengenai pelanggaran CSR pun terdapat dalam undang- undang nomor 23 Tahun 1997 tentang Pngelolaan Lingkungan Hidup.Pasal 41 ayat (1) yang menyatakan " Barang siapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/atau perusakan lingkungan hidup,diancam dengan pidana paling lamasepuluh tahun denda paling banyak lima ratus juta rupiah". Selanjutnya Pasal 42 ayat (1) menyatakan " Barangsiapa yang karena kealpaannya melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama tiga tahun dan denda paling banyak seratus jutarupiah".

Informasi mengenai profitabilitas pada sektor manufaktur mengalami fluktuasi, sehingga mengakibatkan kepercayaan investor berkurang.pengaruh profitabilitasterhadap nilai perusahaan tidaklah konsisten. Hal ini dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan Suranata dalam Deriyarso (2014)bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Dalam penemuan tersebut diasumsikan bahwa ada faktor lainyang menginteraksi. Oleh karena itu, peneliti menggunakan CSR sebagai variabel moderasi dalam menguji pengaruh nilai profitabilitas terhadap nilai perusahaan.Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Deriyarso (2014) dengan judul "Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderating" menghasilkan temuan bahwa tingkat profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Variabel CSR sebagai pemoderasi mampu mempengaruhi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan.Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Triastuti (2013)Hasil pengujian menemukan bahwa

Profitabilitas (ROA) dan *Size* perusahaan (*Ln of total asset)* baik secara parsial maupun simultan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI. Penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali apakah hasil yang didapatkan akan sama pada perusahaan- perusahaan manufaktur di Indonesia, khususnya yang terdaftar di BEI. Dengan latar belakang tersebut, penulis ingin melakukan penelitian skiripsi yang berjudul "**Pengaruh Profitabilitas dan *Size* Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017 s.d 2019 ".**

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini perumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas dan size perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan otomotif yang terdaftar diBEI.
2. Apakah profitabilitassecara persial berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan otomotifyang terdaftar diBEI.
3. Apakah size perusahaan secara persialberpengaruhterhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan otomotif yang terdaftar diBEI.

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini,maka tujuan dari

penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dan sizeperusahaan secara simultan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan otomotif yang terdaftar diBEI.
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas secara persialterhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan otomotif yang terdaftar diBEI
3. Untuk mengetahui pengaruh size perusahaan secara persial terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan otomotif yang terdaftar diBEI

1.4Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan kegunaan sebagai berikut.

1. Bagiperusahaan

   Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan mengaplikasikan variabel- variabel penelitian ini untuk membantu meningkatkan nilai perusahaan serta sebagai bahan pertimbangan emiten untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja manajemen dimasa yang akan datang.
2. BagiInvestor

   Dengan adanya kajian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pertimbangan pada saat melakukan investasi.
3. Bagipeneliti

   Penelitian ini dapat diharapkan menjadi referensi dan bahan wacana dibidang keuangan sehingga bermanfaat penelitian selanjutnya mengenai nilai perusahaan

pada masa yang akan datang.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah, maka penelitian ini dibatasi pada pengaruh protabilitas dan *size* perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI

BAB II
KAJIAN TEORI

2.1 *Corporate Social Responsibility*(CSR)

2.1.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility*(CSR)

Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau sering disebut sebagai tanggung jawab sosial perusahaan telah banyak disampaikan oleh para ahli maupun lembaga internasional. Adapun beberapa pengertian *Corporate Social Responsibility* menurut pakar atau lembaga adalah sebagai berikut:

Menurut Said (2015:25) mendefenisikan *Corporate social responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi jangka panjang terhadap satu isu tertentu di masyarakat atau lingkungan untuk dapat menciptakan lingkungan yang lebih baik.

Corporate social responsibility (CSR) adalah suatu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat (*community*) di sekitarnya yang merupakan serangkaian kegiatan aktif perusahaan di tengah-tengan masyarakat dan semua yang berkepentingan dalam rangka pengembangan kualitas kearah yang lebih baik dalam dimensi kehidupan (Yasir, 2017). CSR merupakan konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek oprasional perusahaan. Dengan konsep CSR ini, perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan secarasukarela.

Menurut Dahlsrud dalam Yasir (2017:30) mengemukan lima dimensi yang sering

dijadikan sebagai acuan dalam melaksanakan konsep *Corporate social responsibility*dapat dilihat pada table 2.1

Table 2.1Lima Dimensi CSR yang Dirujuk dalam Kajian CSR

Dimensi	**Faktor yang Dirujuk**	**Contoh Frasa dalam Defenisi**
Alam sekitar	Kelestarian alam	• Alam sekitar yangbersih • Pemeliharaan alam sekitar. • Keprihatinan terhadap alam sekitar dalambisnis
Sosial	Hubungan antara bisnis dan masyarakat	• Menyumbang kearah kehidupan masyarakat yang lebihbaik. • Menggabungkan keprihatinan sosial dan bisnis. • Memperhitungkan pengaruh bisnis terhadap komunitassekitar
Ekonomi	Aspek sosial ekonomi atau keuangan termasuk penjelasan konsep CSR dalam aktivitas perdagangan.	• Memberikan sumbangan kepada pembangunan ekonomi • Menetapkan keuntungan bisnis • Aktivitasperdagangan
Kepentingan	Pihak berkepentingan	• Interaksi dengan pihak pemegangkepentingan • Bagaimana bisnis berinteraksi dengan pekerja, distributor, pengguna dan komunitas sekitar. • Pelayanan bagi pemegang kepentingan

Kebijakan/ usaha sukarela	**Aktivitas yang tidak dinyatakan oleh undang undang**	• Berdasarkan kepada nilai etika. • Aktivitas diluar kewajiban-undang undang. • Aktivitassukarela

Manfaat dari CSR yang diimplementasikan dengan baik adalah mampu menciptakan brand image bagi perusahaan di tengah pasar yang kompetitif, sehingga pada gilirannya nanti akan mampu menciptakan kesetiaan pelanggan dan mempertahankan atau membangun reputasi bisnis.

Secara lengkap Saidi dan Abidin (2014:65-66) mengemukakan beberapa manfaat dari penerapan CSR sebagai berikut:

1. Meningkatkan Citra Perusahaan
   Dengan melakukan kegiatan CSR, konsumen dapat lebih mengenal perusahaan sebagai perusahaan yang selalu melakukan kegiatan yang baik bagi masyarakat.
2. Memperkuat “Brand” Perusahaan
   Melalui kegiatan memberikan product knowledge kepada konsumen dengan cara membagikan produk secara gratis, dapat menimbulkan kesadaran konsumen akan keberadaan produk perusahaan sehingga dapat meningkatkan posisi brand perusahaan
3. Mengembangkan Kerja Sama dengan Para Pemangku Kepentingan
   Dalam melaksanakan kegiatan CSR, perusahaan tentunya tidak mampu mengerjakan sendiri, jadi harus dibantu dengan para pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, masyarakat, dan universitas lokal.
4. Membedakan Perusahaan dengan Pesaingnya
   Jika CSR dilakukan sendiri oleh perusahaan, perusahaan mempunyai kesempatan menonjolkan keunggulan komparatifnya sehingga berbeda dengan pesaing yang menawarkan produk atau jasa yang sama.
5. Menghasilkan Inovasi
   Memilih kegiatan CSR yang sesuai dengan kegiatan utama perusahaan memerlukan kreativitas. Merencanakan CSR secara konsisten dan berkala dapat memicu inovasi dalam perusahaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan peran dan posisi perusahaan dalam bisnis global.
6. Membuka Akses untuk Investasi dan Pembiayaan bagi Perusahaan
   Para investor saat ini sudah mempunyai kesadaran akan pentingnya berinvestasi

pada perusahaan yang telah melakukan CSR. Demikian juga penyedia dana, seperti perbankan, lebih memprioritaskan pemberian bantuan dana pada perusahaan yang melakukan CSR.

7. Meningkatkan Harga Saham
   Pada akhirnya jika perusahaan rutin melakukan CSR yang sesuai dengan bisnis utamanya dan melakukannya dengan konsisten dan rutin, masyarakat bisnis (investor, kreditur,dll), pemerintah, akademisi, maupun konsumen akan makin mengenal perusahaan. Maka permintaan terhadap saham perusahaan akan naik dan otomatis harga saham perusahaan juga akan meningkat.

Selanjutnya, indikator untuk mengukur CSR berupa instrumen pengungkapan CSR diukur dengan proksi CSRDI (*Corporate Social Responsibility disclosure index*) berdasarkan GRI (global reporting initiatives). Indikator GRI terdiri dari 3 fokus pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial sebagai dasar sustainability reporting. Instrumen pengukuran CSR yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrumen yang digunakan oleh Silalahi (2014:152), yang mengelompokkan informasi CSR ke dalam 7 kategori, yaitu: Lingkungan, Energi, Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja, Lain-lain Tenaga Kerja, Produk, Keterlibatan Masyarakat, dan Umum.

Total item CSR maksimal adalah sebanyak 78 item, dan dalam penelitian ini peneliti mengambil keseluruhan item sebanyak 78 item. Variabel ini memiliki skala rasio dan diukur dengan menggunakan checklist CSR items.Setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan.Variabel ini menggunakan skala nominal dengan menggunakan pengukuran variabel dummy.

Rumus perhitungan CSR mengacu pada penelitian Sayekti dan Wondabio (2007); Silalahi (2014) sebagai berikut :

$$CSR = \frac{\sum n}{78}$$

Keterangan :

CSRI = *Corporate Social Responsibility* Index

n = Jumlah item pengungkapan yang dipenuhi

78 = Total seluruh item GRI

2.2 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen dari bisnis/perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas. Definisi lain, CSR adalah tanggung jawab perusahaan untuk menyesuaikan diri terhadap kebutuhan dan harapan stakeholders sehubungan dengan isu-isu etika, sosial dan lingkungan, di samping ekonomi (Nurhadi, 2011:9).

Salah satu peran yang dimiliki oleh seorang humas perusahaan atau suatu organisasi adalah berhubungan baik dengan masyarakat. Salah satu cara untuk dapat berhubungan baik dengan masyarakat adalah dengan melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Para pelaku bisnis memiliki kewajiban untuk mengupayakan suatu kebijakan serta membuat keputusan atau melaksanakan berbagai tindakan yang sesuai berpikir dalam konsep pengembangan tanggung jawab social (*social responsibility*) (Solihin, 2011:2).

Pelaksanaan kegiatan CSR bertujuan membina hubungan baik dengan seluruh pihak yang terkait dengan perusahaan sekaligus untuk meningkatkan citra perusahaan, melalui hubungan timbale balik dan meraih kepercayaan.Pada dasarnya perkembangan CSR terdiri dari tiga periode, yaitu era tahun 1950-1960an, tahun 1970-1980an, dan tahun 1990-saat ini.Masing-masing periode ini berkembang sesuai dengan keadaan yang terjadi pada saat itu (Solihin, 2011:2).

Solihin (2011:4) mengemukakan ketiga definisi di atas mewakili dari berbagai definisi mengenai CSR yang pada dasarnya menyatakan CSR terdiri dari tiga elemen kunci yaitu :

1. CSR adalah komitmen, kontribusi, cara pengelolaan bisnis, dan pengambilan keputusan pada perusahaan.
2. Komitmen, kontribusi, pengelolaan bisnis, dan pengambilan keputusan perusahaan didasarkan pada akuntabilitas, mempertimbangkan aspek sosial dan lingkungan, memenuhi tuntutan etis, legal dan professional.
3. Perusahaan memberikan dampak nyata pada pemangku kepentingan dan secara khusus pada masyarakat sekitar.

Harahap (2013) mengatakan bahwa berbagai alasan yang mendasari perusahaan melakukan tanggung jawab sosial adalah

1. Keterlibatan sosial perusahaan terhadap masyarakat dalam memenuhi panggilan bahwa dirinya memiliki kepekaan terhadap masalah sosial ditengah masyarakat.
2. Meningkatkan nama baik perusahaan, simpati masyarakat, karyawan dan investor sehingga feedback secara ekonomi.
3. Menghindari campur tangan pemerintah dalam melindungi masyarakat; meningkatkan respon positif norma dan nilai masyarakat
4. Sesuai dengan kehendak investor; membantu program pemerintah seperti konservasi, pelestarian budaya, penin gkatan pendidikan, lapangan kerja dan lain-lain.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab perusahaan terhadap kepentingan publik diwujudkan melalui pelaksanaan program CSR yang bisa menyentuh aspek-aspek kehidupan masyarakat. Realisasi program-program CSR merupakan sumbangan perusahaan secara tidak langsung terhadap penguatan modal sosial keseluruhan, sehingga ditegaskan bahwa pengeluaran biaya untuk program CSR merupakan investasi perusahaan untuk memupuk modal sosial.

Kotler (2012:66) menyebutkan bahwa CSR memiliki enam jenis aktivitas program, yaitu:

1. Cause Promotions (Promosi kegiatan social)

Perusahaan menyediakan dana atau sumber daya lainnya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu kegiatan sosial untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari masyarakat atau perekrutan tenaga sukarela untuk suatu kegiatan tertentu.

2. Cause Related Marketing (Pemasaran terkait kegiatan sosial)
   Perusahaan memiliki komitmen menyumbangkan persentase tertentu dari penghasilan suatu kegiatan sosial berdasarkan besarnya penjualan produk.
3. Corporate Societal Marketin (Pemasaran kemasyarakatan korporat)
   Perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah prilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
4. Corporate Philanthrophy (Kegiatan filantropis perusahaan)
   Perusahaan memberi sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan tertentu.
5. Community Volunteering (Pekerja sosial kemasyarakatan secara sukarela)
   Perusahaan mendukung serta mendorong para karyawan, rekan pedangan eceran, atau para pemegang franchise agar menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.
6. Socially Responsible Business Practice (Praktika bisnis yang memiliki tanggung jawab sosial)
   Perusahaan melaksanakan aktivitas bisnis melampaui aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum serta melaksanakan investasi yang mendukung kegiatan sosial dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup

2.2.1 Komponen Dasar *Corporate Social Responsibility*(CSR)

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas memberikan arahan bagi perusahaan untuk tidak hanya melihat orientasi dari prespektif ekonomi semata. Perusahaan juga harus menjaga keseimbangan lingkungan dan mengedepankan kesusilaan, termasuk sistem nilai dalam masyarakat. Dengan demikian perusahaan tidak diperkenankan untuk melakukan eksploitasi sumberdaya dengan tidak melihat keseimbangan lingkungan dan dampak sosialkemasyarakatan.

Menurut Post dalam Solihin (2009:5), jenis tanggung jawab perusahaan terbagi menjadi tiga, yaitu mencakup :

1. *EkonomicresponsibilityEconomic responsibility* yaitu perusahaan memiliki tanggung jawab ekonomi. *stakeholder* dalam bentuk pengelolaan perusahaan yang menghasilkan laba.
2. *Legalresponsibility*
   Legal responsibility yaitu tanggung jawab perusahaan untuk memenuhiperaturan-peraturan yang dibuat oleh pemerintah (tanggung jawab kepada *government*).
3. *Socialresponsibility*
   Social responsibility yaitu tanggung jawab perusahaan dalam hubungan timbal balik dengan *stakeholder* (karyawan, lingkungan dan masyarakat).

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu dari tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan. Jones dalam Solihin (2009:2) Pemangku kepentingan diklasifikasikan kedalam dua kategori, yaitu :

1. *Inside stakeholders,* yaitu orang-orang yang memiliki kepentingan dan tututan terhadap sumber daya perusahaan serta berada di dalam organisasi peusahaan, termasuk di dalamnya adalah pemegang saham (*stakeholder*), para manajer (*managers*) dan karyawan(*employees*).
2. *Outside stakeholders,* yaitau orang-orang yang bukan pemilik perusahaan, bukan pemimpin perusahaan dan bukan pula karyawan perusahaan. Namun memiliki kepentingan terhadap perusahaan dan dipengaruhi oleh keputusan serta tindakan yang dilakukan oleh perusahaan, yang termasuk di dalam kategori *outside stakeholders* adalah pelanggan (*customers*), pemasok (*suppliers*), pemerintah (*government*), masyarakat lokal (*local communities*) dan masyarakat secara umum (*generalpublic*).

2.2.2 Prinsip *Corporate Social Responsibility*(CSR)

Ranah tanggung jawab sosial mengandung dimensi yang sangat luas dan kompleks. Di samping itu, tanggung jawab sosial juga mengandung interpretasi yang sangat berbeda, terutama jika dikaitkan dengan kepentingan pemangku kepentingan.

Crowther (2008:201) menguraikan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial menjadi tiga, yaitu :

1. *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan. Keberlanjutan juga memberi arahan bagaimana penggunaan sumber daya sekarang tetap memperhatikan kemampuan generasi masadepan.
2. *Accountability*, merupakan upaya perusahan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan ketika aktivitas dipengaruhi dan mempengaruhi lingkungan eksternal. Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan dalam membangun *image* dan *network* terhadap para pemangkukepentingan.
3. *Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal. Transparansi merupakan satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalah pahaman, khususnya informasi dan pertanggung jawaban berbagai dampak darilingkungan.

2.3 Profitabilitas

2.3.1 Pengertian Profitabilitas

Tujuan utama yang diharapkan oleh suatu perusahaan dalam kegiatan usahanya adalah menghasilkan laba secara optimal dengan menggunakan sumber daya secara efektif dan efesien untuk kelangsungan hidup perusahaan dan meningkatkan kesejahtraan stakeholder.Menurut Brigham dan Houston (2010:107) Profitabilitas atau kemampuan memperoleh laba adalah suatu ukuran dalam persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima.

Profitabilitas dapat ditetapkan dengan menghitung berbagai tolak ukur yang relevan. Salah satu tolak ukur tersebut adalah dengan rasio keuangan sebagai salah satu analisa dalam menganalisa kondisi keuangan, hasil operasi dan tingkat profitabilitas suatu perusahaan. Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai caratergantung pada laba dan aset atau modal yang akan diperbandingkan satu dengan lainnya.

Menurut Kasmir (2014:114) “Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau dari pendapatan investasi.”

Dari definisi diatas dapat dikatakan bahwa Profitabilitas merupakan alat yang digunakan untuk menganalisis kinerja manajemen suatu perusahaan dalam memperoleh laba, tingkat profitabilitas akan menggambarkan posisi laba perusahaan. Dengan adanya informasi mengenai posisi laba perusahaan para kreditor dapat menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan dan meningkatkan laba, untuk menilai kemampuan perusahaan membayar utang kepada kreditur berdasarkan tingkat pemakaian aset dan sumber daya lainnya sehingga terlihat tingkat efisiensi perusahaan, oleh karena itu manajemen harus mampu memenuhi target yang telah ditetapkan.

2.2.3 Pengukuran Profitabilitas

Laba Perusahaan dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban bagi para penyandang Dengan kata lain Laba yang dicapai sesuai target dapat memberikan kesejahtraan bagi stakeholders, dapat meningkatkan mutu produk, serta dapat digunakan untuk melakukan investasi baru. Oleh karena itu manajemen perusahaan dalam peraktiknya dituntut harus mampu untuk memenuhi target yang telah ditetapkan.

Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan dapat menggunakan rasio profitabilitas.Rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas selain bertujuan untuk mengetauhi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, rasio ini juga

bertujuan untuk mengukur tingkat efektifitas manajemen dalam menjalankan oprasional perusahaan.

Rasio profitabilitas dapat menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari penjualan, penggunaan aset, maupun penggunaan modal.Rasio profitabilitas dapat memberi manfaat baik bagi pihak pemilik perusahaan, manajemen perusahaan, maupun para pemangku kepentingan lainnya yang berkaitan dengan perusahaan.

Menurt Hery (2016:313) tujuan dan manfaat rasio profitabilitas secara keseluruhan adalah :

1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan di hasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.
5. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan di hasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas.
6. Untuk mengukur marjin laba kotor atas penjualan bersih.
7. Untuk mengukur marjin laba oprasional atas penjualan bersih.
8. Untuk mengukur marjin laba bersih atas penjualan bersih.

Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi.Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi.Tujuannya adalah agar terlihat perkembangan posisi keuangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan, sekaligus sebagai evaluasi terhadap kinerja manajemen sehingga dapat diketahui penyebab dari perubahan kondisi keuangan perusahaan tersebut.

Semakin lengkap jenis rasio yang digunakan, semakin sempurna hasil yang akan dicapai, sehingga posisi dan kondisi tingkat profitabilitas perusahaan dapat diketahui secara sempurna. Penggunaan rasio profitabilitas dapat disesuaikan dengan tujuan dan kebutuhan perusahaan.Perusahaan dapat menggunakan rasio profitabilitas secara keseluruhan atau sebagian saja dari jenis rasio yang ada.rasio profitabilitas terdiri dari dua jenis, yaitu rasio yang menunjukan profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan dan rasio yang menunjukan profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi.

2.2.3 Jenis-jenis Rasio Profitabilitas

Jenis-jenis rasio profitabilitas secara umum yang sering dipakai untuk meninjau kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang dipakai dalan jenis-jenis akuntansi keuangan antara lain:

1. Marjin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

Sugiyanto (2008:135) mengatakan Margin laba kotor menunjukkan berapa besar keuntungan kotor yang diperoleh dari penjualan.Data *gross profit margin* ratio dari beberapa periode akan dapat memberikan informasi tentang kecenderungan gross margin yang diperoleh dan bila dibandingkan dengan standard ratio akan diketahui apakah margin yang diperoleh perusahaan sudah tinggi atau sebaliknya (Munawir, 2010:99).

Cara menghitung GPM adalah dengan membandingkan laba kotor dengan penjualan bersih.*Gross Profit Margin* merupakan rasio pengukuran yang sering digunakan oleh manajer keuangan untuk mengukur efisiensi, laba kotor dibandingkan dengan penjualan.

Semakin besar gross profit margin semakin baik keadaan operasi perusahaan, karena dalam hal ini menunjukan bahwa laba kotor relatif lebih rendah disbanding dengan

penjualan, demikian pula sebaliknya, semakin rendah *gross profit margin* semakin kurang baik operasi perusahaan efisiensi perusahaan tersebut dalam mengeluarkan biaya-biaya sehubungan dengan kegiatan operasinya.Adapun rumus laba kotor menurut Sugiyanto (2008:135) sebagai berikut.

Laba Kotor = Pendapatan Penjualan – Harga Pokok Penjualan

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

Net Profit Margin merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada tingkat penjualan tertentu.Semakin besar rasio ini semakin baik karena karena kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba cukup tinggi.Seperti yang dikatakan oleh Syamsuddin (2009:62) menyatakan bahwa : *Net Profit Margin* merupakan rasio antara laba bersih (net profit) yaitu penjualan seduah dikurangin dengan seluruh expenses termasuk pajak dibandingkan dengan penjualan. Semakin tinggi net profit margin, semakin baik operasi suatu perusahaan.

Cara menghitung NPM adalah dengan membandingkan laba bersih dengan penjualan bersih NPM merupakan rasio pengukuran profitabilitas yang sering digunakan oleh manajer keuangan untuk mengukur efisiensi perusahaan dalam mengeluarkan biaya-biaya sehubungan dengan kegiatan operasinya Semakin tinggi hasil NPM suatu perusahaan mencerminkan bahwa kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba cukup tinggi.Adapun rumus laba bersih menurut Syamsuddin (2009:63) sebagai berikut.

1- Beban/ Penjualan Neto

3. Hasil pengembalian atas aset (*Return On Assets*)

Hasil pengembalian atas aset merupakan rasio yang menunjukan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih (Hery, 2016).Rasio ini digunakan

untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Kasmir (2014:201) mengatakan ROA adalah rasio yang menunjukan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan.

Selain itu ROA juga memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan. Semakin tinggi *Return on Asset*(ROA), berarti perusahaan semakin mampu memanfaatkan dananya dengan baik untuk memperoleh keuntungan (Sugiono, 2009), adapun rumus pengembalian atas asset menurut Kasmir (2014:201) sebagai berikut.

$$\textbf{Return on Assets} = \frac{\textbf{Pendapatan bersih}}{\textbf{Total Aset}}$$

4. Hasil pengembalian Atas Ekuitas (*Return On Equity*)

Definisi hasil pengembalian atas ekuitas (*Return On Equity*) menurut ahli Menurut Tandelin (2010:315), *Return On Equity* (ROE) umumnya dihitung menggunakan ukuran kinerja berdasarkan akuntansi dan dihitung sebagai laba bersih perusahaan dibagi dengan ekuitas pemegang saham biasa.

Menurut Kasmir (2014:117) Hasil pengembalian atas ekuitas merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri.Semakin tinggi rasio ini, semakin baik.Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya.

Dari pengertian *Return On Equity* menurut beberapa para ahli tersebut, dapat dikatakan bahwa *Return On Equity*merupakan hasil pengembalian atas ekuitas atau rasio

yang menunjukan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap ekuitas.Semakin tinggi hasil pengembalian atas ekuitas maka semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas ekuitas maka semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas. Adapun rumus *Return On Equity* menurut Tandelin (2010:316) sebagai berikut.

$$\textbf{Return On Equity (ROE)} = \frac{\textbf{Laba bersih setelah Pajak}}{\textbf{Ekuitas Pemegang Saham.}}$$

5. *Earning Per Share* (EPS)

Earning Per Share atau pendapatan perlembar saham adalah bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki (Fahmi, 2014).Informasi EPS suatu perusahaan menunjukan besarnya laba bersih perusahaan yang siap dibagikan bagi semua pemegang saham perusahaan. EPS dapat digunakan investor untuk mengetahui perbandingan antara nilai intrinsik saham perusahaan dibanding harga pasar saham perusahaan yang bersangkutan, atas dasar perbandingan tersebut investor bisa membuat keputusan apakah membeli atau menjual saham yang bersangkutan.

Menurut Kasmir (2014:117) *Earning Per Share* (EPS) adalah kemampuan perusahaan untuk mendistribusikan pendapatan yang diperoleh kepada pemegang sahamnya Semakin tinggi kemampuan perusahaan untukmendistribusikan pendapatan kepada pemegang sahamnya, mencerminkan semakin besar keberhasilaan usaha yang dilakukannya.Adapun rumus *Earning Per Share*menurut Kasmir (2014:117)sebagai berikut.

$$EPS = \frac{\textit{Laba bersih setelah Pajak – Divinsi Sham Preferen}}{\textit{Jumlah Saham Biasa yang Beredar}}$$

6. *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earning Ratio merupakan ukuran yang paling banyak digunakan oleh investor untuk menganalisis apakah investasi yang dilakukan menguntungkan atau merugikan. *Price Earning Ratio* bermanfaat untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja saham suatu perusahaan terhadap kinerja perusahaan yang tercermin dalam laba per sahamnya. Mulyani dan Pitaloka (2017) mengemukakan Price Earning Ratio adalah perbandingan antara harga pasar saham perlembar dengan laba per lembar saham. Sedangkan Sugiyanto (2008:26), menyatakan *Price Earning Ratio* (PER) adalah rasio yang diperoleh dari harga pasar saham biasa dibagi dengan laba perusahaan.

Maka semakin tinggi rasio akan mengindikasikan bahwa kinerja perusahaan semakin membaik, sebaliknya jika *Price Earning Ratio* terlalu tinggi juga dapat mengindikasikan bahwa harga saham yang ditawarkan sudah tinggi atau tidak rasional. Kegunaan *Price Earning Ratio* adalah untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh *Earning Per Share*. *Price Earning Ratio* menunjukkan hubungan antara pasar saham biasa dengan *Earning Per Share.*

Semakin besar *Price Earning Ratio* suatu saham maka harga saham tersebut akan semakin mahal terhadap pendapatan bersih per sahamnya. Tingkat pertumbuhan suatu perusahaan merupakan penentu harga saham, semakin tinggi tingkat pertumbuhan maka semakin *tinggi Price Earning Ratio.*Adapun *Price Earning Ratio*menurut Sugiyanto (2008:27)sebagai berikut.

$$\textit{Price to Earnings Ratio (PER)} = \frac{\textit{Harga Saham}}{\textit{Laba per Saham}}$$

2.3 *Size* Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu ukuran, skala atau variabel yang menggambarkan besar-kecilnya perusahaan berdasarkan beberapa ketentuan, seperti total aktiva, log *size*, nilai pasar, saham, total penjualan, total pendapatan, total modal dan lain-lain. Menurut Riyanto (2013:245), ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai equity, nilai penjualan atau nilai aktiva.Pengelompokan perusahaan atas dasar skala operasi umumnya terbagi menjadi tiga kategori, yaitu: perusahaan besar (large firm), perusahaan menengah (medium-*size*) dan perusahaan kesil (small firm).Ukuran perusahaan dapat ditentukan dengan berbagai nilai seperti total aktiva, penjualan, modal, laba dan yang lainnya, nilai tersebut dapat menentukan besar kecilnya perusahaan. Menurut Moeljono (2005:133) indikator ukuran perusahaan dapat dilakukan menggunakan dua cara, yaitu:

1) **Ukuran perusahaan = Ln Total Aset**. Aset adalah harta kekayaan atau sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Semakin besar aset yang dimiliki, perusahaan dapat melakukan investasi dengan baik dan memenuhi permintaan produk. Hal ini semakin memperluas pangsa pasar yang dicapai dan akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan.
2) **Ukuran perusahaan = Ln Total Penjualan**. Penjualan adalah fungsi pemasaran yang sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu mendapatkan laba. Penjualan yang terus meningkat dapat menutup biaya yang keluar pada saat proses produksi. Hal ini laba perusahaan akan meningkat yang kemudian akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

Menurut Moeljono (2005:142)), pengukuran ukuran perusahaan dapat dilakukan dengan menghitung dari total aset, investasi, perputaran modal, alat produksi, jumlah pegawai, keluasan jaringan usaha, penguasaan pasar, output produksi, besaran nilai tambah, besaran pajak terbayarkan, dan seterusnya itu ternyata menjadi bayangan akan kenyataan bahwa korporasi memang identik dengan perusahaan besar.

Menurut Setiyadi (2007), ukuran perusahaan juga dapat ditentukan oleh beberapa indikator sebagai berikut:

1) **Tenaga kerja**, merupakan jumlah pegawai tetap dan honorer yang terdaftar atau bekerja di perusahaan pada suatu saat tertentu.
2) **Tingkat penjualan**, merupakan volume penjualan suatu perusahaan pada suatu periode tertentu.
3) **Total hutang**, merupakan jumlah hutang perusahaan pada periode tertentu.
4) **Total aktiva**, yang merupakan keseluruhan aktiva yang dimiliki perusahaan pada saat tertentu.

Ukuran perusahaan (size) merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis.Skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Perusahaan besar cenderung akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial.

Untuk melakukan pengukuran terhadap ukuran perusahaan Prasetyantoko (2008:45) mengemukakan bahwa “Aset total dapat menggambarkan ukuran perusahaan, semakin besar aset biasanya perusahaan tersebut semakain besar.” Selanjutnya, Torang (2012:234) menyatakan bahwa “Ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva”.Sementara

itu, untuk menghitung nilai total biasanya bernilai sangat besar dibandingkan dengan variabel keuangan lainnya, untuk itu variabel asset diperhalus menjadi log asset atau ln asset."

Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan.Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat.

2.4 Penelitian sebelumnya

Penelitian yang dilakukan oleh Putri (2015) dengan judul," Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan dan Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Sustainabilityreport.'Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan sustainability report.

Penelitan Rasmini (2015) dengan judul, " Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI." Berdasarkan hasil penelitianditemukanvariabel ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage dan tipe perusahaan berpengaruh terhadap kebijakkan pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Penelitian yang dilakukan oleh Santoso (2015) dengan Judul, "Analisis Pengaruh Manajemen Laba, Profitabilitas, Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan'.Hasil penelitian menunjukkan manajemen laba dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Leverage memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung

jawab sosial perusahaan

Triasturi (2013) dengan judul,"Pengaruh Protabilitas Dan Size Perusahaan Terhadap CSR'. Berdasarkan halis penelitian menunjukkan bahwa *Profitabilitas* (ROA) dan *Size* perusahaan (*Ln of totalasset)*tidakberpengaruh signifikan secara parsial terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan perbankan yang terdaftar diBEI

Kemudian penelitian dari Sofie. (2010) dengan judul, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pengungkapan Sosial Dalam Laporan Tahunan Bank Konvensional Dan Bank Syariah Di Indonesia."Hasil pengujian berdasarkan tes individu menunjukkan bahwa hanya ukuran perusahaan yang berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan social bank konvensional.

Tabel 2.2
Penelitian Sebelumnya

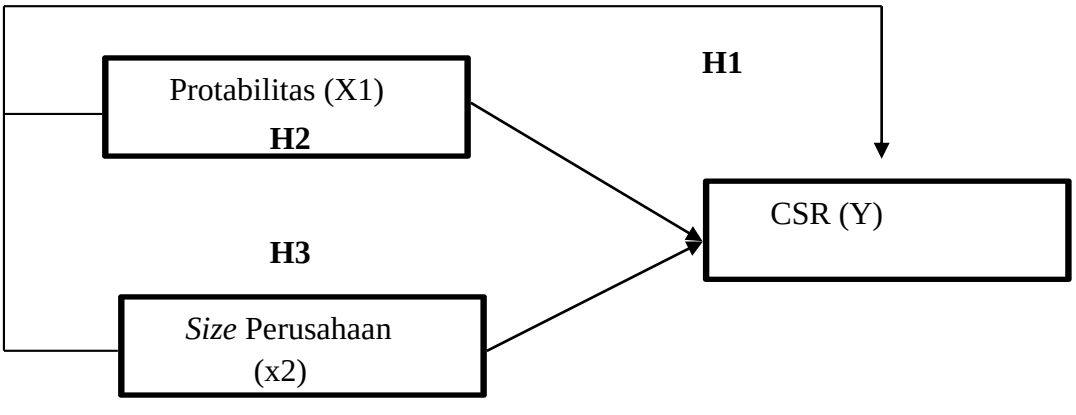
No	**Judul**	**Variebel**	**Metode Analisis**	**Hasil Penelitian**	**Perbandingan**	
					Persamaan	**Perbedaan**
1	Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan dan Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Sustainabilityreport Putri dan Marsono (2015)	Profitabilitas(X1), Likuiditas (X2), Leverage (X3), Aktivitas Perusahaan (X4), UkuranPerusahaan (X5), Komite audit (X6), Dewan direksi (X7), Dewan KomisarisIndependen (X8), Sustainability Report (Y)	ROA, current ratio, DER, inventory turnover, logaritma natural , content analysis	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan sustainability report.	Ukuran perusahaan	- Lokasi penelitian - Jumlah populasi dan sampel - variabel
2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility	Ukuran perusahaan, Profitabilitas, leverage, Tipe perusahaan	Total Aset, ROA, DER.	variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage dan tipe perusahaan berpengaruh	Pengungkapan Corporate Social	- Sampel dan populasi - Metode

	Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI Rasmini (2015)			terhadap kebijakkan pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)		
3	Analisis Pengaruh Manajemen Laba, Profitabilitas, Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Santoso (2015)	Manajemen Laba (X1), Profitabilitas (X2), Leverage(X3), Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Y)	TACt, ROA, DER, TJSi.	manajemen laba dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Leverage memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan	- Variabel	- Lokasi - Metode - Poulasi dan sampel
4	Pengaruh Protabilitas Dan Size Perusahaan Terhadap CSR Triasturi (2013)	Protabilitas (X1) Ukuran perusahaan (X2) CSR (X3)	ROA, *Ln of totalasset, CSR*	*Profitabilitas* (ROA) dan *Size* perusahaan (*Ln of totalasset)*tidakberpengaruh signifikan secara parsial terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan perbankan yang terdaftar diBEI	- Variable - Metode	- Lokasi - Pupulasi dan sampel
5	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pengungkapan Sosial Dalam Laporan Tahunan Bank	ukuran perusahaan, rasio likuiditas, rasio leverage, dan net profit margin.	Total asset, Current Ratio, DER, NPM	Hasil pengujian berdasarkan tes individu menunjukkan bahwa hanya ukuran perusahaan yang berpengaruh	Pengungkapan Sosia	-Variable -Lokasi -Populasi dan sampel

	Konvensional Dan Bank Syariah Di Indonesia Sofie.(2010)			signifikan terhadap pengungkapan social bank konvensional.		

2.5 KerangkaPemikiran

Berdasarkan tinjauan pustaka, maka penelitian ini menjelaskan harga saham dipengaruhi oleh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan profitabilitas. Untuk membantu dalam memahami penelitian, diperlukan adanya kerangka pemikiran sebagai berikut Gambar 2.1 Skema Pemikiran



2.6 Hipotesis

Adapun hipotesis dalampenelitian ini adalah sebagai berikut.

H_1 : Protabilitas dan *size* perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap CRS pada perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019

H_2:Profitabilitas secara persialberpengaruh terhadap CSR pada perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019

H_3 :*Size* perusahaan secar persial berpengaruh terhadap CRS pada perusahaan

otomotif yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 DesainPenelitian

Desain penelitian ini merupakan kerangka kerja yang akan digunakan sehingga memudahkan penelitian dalam melakukan penelitiannya dikarenakan semua yang akan dilakukan telah terencana berdasarkan urutan penelitian ini.

3.1.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di situs resmi bursa efek Indonesia (www.idx.co.id) selama periode 3 tahun mulai pada tahu 2017-2019.Dipilihnya BEI sebagai tempat penelitian karena BEI merupakan bursa pertama di Indonesia, yang dianggap memiliki data yang lengkap dan telah terorganisasi dengan baik.

Objek penelitian ini adalah perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI selama periode 2017-2019 perusahaan otomotif yang diambil sebanyak 10 perusahaan.

3.1.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif (deskriptif) dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh protabilitas dan *size* perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019

3.1.3 Horizon Waktu

Horizon waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah *time serial Study* yaitu data yang dikumpulkan dua atau lebih titik waktu namun pada satu objek.

3.1.4 Unit Analisis

Unit analisi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019

3.2 Populasi danSampel

Menurut Sugiyono (2014:119), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019 yang berjumlah 13 perusahaan.

Table 3.1

Kriteria Penelitian

No	**Kriteria**	**Perusahaan Otomotif**			**Jumlah**
		2017	**2018**	**2019**	
1	Perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI dalam tahun 2017-2019	13	13	13	39
2	Perusahaan yang tidak melakukan publikasi laporan keuangan dan laporan tahunan (*annual report*) secara konsisten dan lengkap dari tahun 2017-2019	(1)	(2)	(2)	(5)

3	Perusahaan yang mengalami kerugian dan tidak memiliki kelengkapan informasi yang dibutuhkan terkait dengan indikator-indikatorperhitungan yang dijadikan variabel pada penelitian ini	(1)	(1)	(1)	(31)
Jumlah		11	10	10	31

Sampel adalah bagian dari populasi yang dianggap dapat mewakili populasinya. Pengambilan sampel perusahaan-perusahaan yang akan diteliti dipilih berdasarkan dengan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2014:122), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. yaitu sampel yang di pilihberdasarkankriteria yang sudah ditentukan. Karakteristik sampel meliputi hal-hal sebagai berikut :

1) Perusahan yang bergerak di industri otomotifdi BEI selama tahun 2017-2019.
2) Perusahaan yang telah melakukan publikasi laporan keuangan dan laporan tahunan (*annual report*) secara konsisten dan lengkap dari tahun2017-2019.
3) Perusahaan yang memiliki kelengkapan informasi yang dibutuhkan terkait dengan indikator-indikator perhitungan yang dijadikan variabel pada penelitian.

Adapun sampel dalam penelitin ini dapat dilihat pada table di bawah ini.

Table 3.2
Perusahaan Otomotif yang terdaftar di BEI

No	Nama Emiten	Kode Saham	Bidang Perusahaan
1.	Astra Internasional Tbk	ASII	Manufaktur, Otomotif
2.	Astro Otopart Tbk	AUTO	Manufaktur, Distribusi Komponen Otomotif
3.	United Tractors Tbk	UNTR	Manufaktur, Otomotif Ban Kendaraan
4.	Gajah Tunggal Tbk	GJTL	Manufaktur, Perusahaan Produsen Ban

5.	Indo Korsa Tbk	BRAM	Manufaktur, Otomotif
6.	Indospiring Tbk	INDS	Spareparts
7.	Multi Prima Sejahtera Tbk	LPIN	Manufaktur, Otomotif Suku Cadang Kendaraan
8.	indomobil Sukses Internasional Tbk	IMAS	Manufaktur, Otomotif Aki Motor Dan mobil
9.	Prima Alloy Steel Universal Tbk	PRAS	Manufaktur, Otomotif
10.	Selamat Sempurna Tbk	SMSM	Suku Cadang Kendaraan

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data adalah subjek darimana data diperoleh (Sugiono, 2014:172).Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data adalah laporan keunagan perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019.Peneliti mengambil data dari laporan tahunan yang dipublikasikan melalui Bursa Efek Indonesia yang dapat diakses melalui (www.idx.co.id).

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode studi dokumentasi.Studi dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, baik berbentuk tulisan, gambar maupun karya-karya monumental seseorang (Sugiono, 2014:240). Dokumen yang dimaksud adalah data berupa laporan tahunan dan laporan keberlanjutan yang telah dikeluarkan oleh perusahaan pada periode tahun 2017-2019

3.4 Definisi dan OperasionalVariabel

1. VariabelDependen

Menurut Sugiyono (2014:64), variabel dependen adalah variabel yang sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuan. Dalam bahasa Indonesia sering

disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.Dalam penelitian ini terdapat satu variabel devenden yaitu pengungkpan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dalam penelitian ini CRS yang terdata pada setiap akhir tahun per 31 Desember setiap tahunnya dimulai dari tahun2017-2019.

CSR dalam penelitian ini diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility i*(CSR). Instrumen pengukuran CSR yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrumen *Global Reporting Initiative* (GRI). Informasi CSR dikelompokan menjadi tiga kategori, yaitu : aspek ekonomi, aspek lingkungan dan aspeksosial.

Pengukuran CSR ini dilakukan melalui *content analisysis* dalam mengukur variety dari CSR. Pendekatan ini pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi, yaitu setiap kategori informasi pengungkapan CSR dalam instrumen penelitian diberi skor 1 jika kategori informasi yang diungkapkan ada dalam laporan tahunan, dan nilai 0 jika kategori informasi tidak diungkapkan didalam laporan tahunan. Selanjutnya, skor dari setiap kategori informasi *sustainability report* dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan.

Rumus perhitungan CSR mengacu pada penelitian Sayekti dan Wondabio (2007); Silalahi (2014) sebagai berikut :

$$CSR = \frac{\sum n}{78}$$

Keterangan :

CSRI = *Corporate Social Responsibility* Index

n = Jumlah item pengungkapan yang dipenuhi

78 = Total seluruh item GRI

2. VariabelIndependen

Menurut Sugiyono (2014:64), variabel independen adalah Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecendent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengungkpan profitabilitas dan size perusahaan.Pengukuran protabilitas yaitu efektifitas manajemen yang tercermin dalam imbala atas hasil investasi melalui kegiatan perusahaan.Protabilitas dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}} X100\%$$

*Siz*e perusahaan dapat diukur ditentukan dengan berbagai nilai seperti asset perusahaan dan, total penjualan nilai tersebut dapat menentukan besar kecilnya perusahaan.Semakin besar aset yang dimiliki, perusahaan dapat melakukan investasi dengan baik dan memenuhi permintaan produk.Begitu juga dengan penjualan yang terus meningkat dapat menutup biaya yang keluar pada saat proses produksi. *Size* perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut.

***SIZE*= ln of total asset**

Operasionalisasi variabel menjelaskan mengenai variabel yang diteliti, konsep,

indikator, satuan ukuran, serta skala pengukuran yang akan dipahami dalam operasionalisasi variabel penelitian. Sesuai dengan judul yang dipilih, maka dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu:

1. Pengungkapan Profitabilitas perusahaan Corporate Social Responsibility (X1) dan size (X2) sebagai variabel independen(X)
2. Corporate Social Responsibility (Y)

Table 3.3
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala	Referensi
1	Dependen				
	Corporate social responsibility	Komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi jangka panjang terhadap satu isu tertentu di masyarakat atau lingkungan untuk dapat menciptakan lingkungan yang lebih baik.	• Ekonomi • Lingkungan • Social $CSRI_i = \frac{\sum x_{yi}}{n_i}$	Rasio	Yasir (2017)
2	Indenpenden				
	Protabilitas	Pengukuran efektivitas manajemen yang tercermin pada imbalan atas hasil investasi melalui kegiatan perusahaan	• Laba • Penjualan ROA= Laba bersih / Total aset X100%	Rasio	Kasmir (2014)
	Size Perusahaan	Skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis.	Total asset • Total penjualan ***SIZE*= ln of total asset**	Rasio	Riyanto (2013)

3.5 Metode AnalisisData

Metode analisis yang digunakan adalah linear berganda yang bertujuan untuk

menguji dan menganalisis, baik secara bersama-sama maupun secara parsial pengaruh protabilitas dan *size* perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019 yang diolah dengan program Statistic Package For Social Science Versi 21 (SPSS).

Penelitian ini dilakukan dengan dua variable bebas dan satu variable terikat.Variable bebas dalam penelitian ini adalah protabilitas dan *size* perusahaan, sedangkan variable terikat dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility*.Rumus persamaan regresi linear berganda sebagai berikut.

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y	=	*Corporate SocialResponsibility*
A	=	Konstanta
X_1	=	Protabilitas
X_2	=	*size* Perusahaan
b_1-b_2,	=	koefisien regresi
E	=	*error* (penggangu)

3.6 Pengujian Hipotesis

Untuk menguji pengaruh protabilitas dan *size* perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*pada perusahaan otomotif yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahu 2017-2019 yaitu dengan cara uiji parsial dan uji simultan.

Untuk menguji pengaruh variable independen ($X_{1,}X_2$)secara simultan dan parsial terhadap variable dependen (Y) dilakukan langkah-langkah sebagai berikut.

Menentukan kriteia penerimaan dan penolakan hipotesis secara simultan, kriteria penerimaan dan penolakan jika,

Hipotesis 1 :$\beta_1 \neq 0$: Hipotesis diterima

Hipotesis 2 :$\beta_2 \neq 0$: Hipotesis diterima

Hipotesis 3 : jika sekurang-kurangnya ada satu satu$\beta_{1=}$ (i-1,2) $\neq$ 0 Hipotesis diterima

Menentukan hipotesis secara simultan sebagai berikut.

H_1 : $\beta_{1\ (i=1,2)} \neq 0$: Protabilitas dan *size* perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*pada perusahaan otomotif yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahu 2017-2019

$\beta_{1\ (i=1,2)}= 0$: Protabilitas dan *size* perusahaansecara simultan tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*pada perusahaan otomotif yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahu 2017-2019

Menentukan hipotesis secara parallel sebagai berikut

H_2 : $\beta_1 \neq 0$: Protabilitas perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*pada perusahaan otomotif yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahu 2017-2019

$\beta_1= 0$: Protabilitas perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*pada perusahaan otomotif yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahu 2017-2019

H_3 : $\beta_2 \neq 0$: *Size* perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*pada perusahaan otomotif yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahu 2017-2019

$B_2= 0$: *Size* perusahaansecara parsial tidak berpengaruh terhadap

*Corporate Social Responsibility*pada perusahaan otomotif yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahu 2017-2019

Untuk mengetahu seberapa variable dependen dapat dijelaskan oleh variable independen secara bersama-sama digunakan uji koefisien determinasi (R^2). Nilai koefisien determinasi terletak dalam interval $0 \leq R^2 \leq 1$.Apabila R^2 semakin mendekati 1, semakin besar proposi sumbangan variable independen secara bersama-sam dalam menjelaskan variable dependen. Sebaliknya, apabila R^2 semakin mendekati 0 berarti semakin kecil proposi sumbangan variable independen secara bersama-sama dalam menjelaskan variabel

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1. Deskiripsi Data

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dan sizeperusahaan secara simultan dan persial berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan otomotif yang terdaftar diBEI pada tahun 2017-2019. Dalam penelitian ini menggunakan laporan keuangan perusahaan otomotif melalui website resmi bursa efek Indonesia tahun 2017-2019.

Jumlah perusahaan pertambangan yang listed di BEI tahun 2017 sampai 2019 sebanyak 21 perusahaan. Sedangkan perusahaan otomotif yang memenuhi kriteria untuk dijadikan sebagai sampel adalah sebanyak 10 perusahaan. Penelitian ini menggunakan periode selama 1 tahun pengamatan, sehingga jumlah sampel yang digunakan untuk menganalisis data adalah sebanyak 10 perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Analisis dalam penelitian ini menggunakan metode adalah linear berganda yang bertujuan untuk menguji dan menganalisis, baik secara bersama-sama maupun secara parsial pengaruh protabilitas dan *size* perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019 yang diolah dengan program SPSS (*Stastistical Product and Service Solutions*) 22.0 *for Windows Evolution Version*.

4.1.2 Statistik Deskripsi

Berdasarkan data terdahulu pada bab 3 telah dibahas mengenai rancangan pembuktian untuk mengetahui hipotesis kerja (Ha) ini yaitu pengaruh *Protabilitas* dan *Size perusahaan* terhadap pada perusahaan otomotif yang terdapat di Bursa Efek Indonesia. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis statistik deskriptif dengan menggunakan software *SPSS versi 22.0* dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan pengujian analisis regresi berganda. Prosedur dimulai dengan memasukkan variabel-variabel penelitian yaitu variabel bebas *Protabilitas, Size perusahaan* dan *Growth Oppotunity* dan variabel terikat *Corporate Social Responsibility* . Adapun data penelitian dapat disajikan pada halaman berikut ini.

Tabel 4.1

Deskripsi Variabel Penelitian Rasio Perusahaan Sampel ROA

Statistics

ROA

N	Valid	30
	Missing	0
Mean		8,35313
Median		5,07400
Std. Deviation		13,170914
Minimum		,056
Maximum		71,602

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat dilihat nilai terendah, tertinggi, rata-rata, dan standar deviasi dari variabel yang diteliti dengan jumlah populasi sasaran yaitu 10, dan observasi penelitian 30 observasi. Pada variabel independen *Protabilitas* (X_1), yaitu pengukuran kemampuan perusahaan menghasilkan laba pada masa lalu. Analisis ini kemudian dapat diproyeksikan ke masa depan untuk melihat kemampuan perusahaan menghasilkan laba pada masa yang akan datang. Berdasarkan Tabel 4.1 di dapat dilihat bahwa nilai terendah variabel *Protabilitas* 0,056 yang diperoleh oleh PT. Indomobil Sukses Internasional Tbk tahun 2018. Sedangkan nilai tertinggi adalah sebesar 71,602 yang diperoleh oleh PT. Multi Prima Sejahtera Tbk pada tahun 2017.

Tabel 4.2

Deskripsi Variabel Penelitian Rasio Perusahaan Sampel*Size* Perusahaan

Size Perusahaan

N	Valid	30
	Missing	0
Mean		16,28193
Median		15,87350
Std. Deviation		1,734780
Minimum		14,249
Maximum		19,679

Pada variabel independen selanjutnya, yaitu variabel *Size perusahaan* (X_2) yang menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinyatakan dengan total aktiva atau total penjualan bersih. Semakin besar total aktiva maupun penjualan maka

semakin besar pula ukuran suatu perusahaan. Berdasarkan Tabel 4.2 dapat dilihat bahwa nilai terendah variabel *Size perusahaan* adalah sebesar 14,249 yang dimiliki oleh PT. Prima Alloy Steel Universal Tbk pada tahun 2017. Sedangkan nilai tertinggi sebesar 19,679 yang dimiliki oleh PT. Astra Internasional Tbk pada tahun 2019.

Tabel 4.3

Deskripsi Variabel Penelitian Rasio Perusahaan Sampel CSR

Statistics

CSR

N	Valid	30
	Missing	0
Mean		,70397
Median		,72200
Std. Deviation		,101911
Minimum		,532
Maximum		,835

Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu variabel *Corporate Social Responsibility* (Y), yaitu tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyaraat umum dan lingkungan. Berdasarkan Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa nilai *Corporate Social Responsibility* terendah adalah sebesar 0,532 yang dimiliki oleh PT. Astro Otopart Tbk selama rentang rahun 2017-2019. Sedangkan nilai tertinggi adalah sebesar 0,835 yang dicapai oleh PT. United Tractors Tbk pada tahun 2019.

4.1.3 Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian pengaruh *Protabilitas* dan *Size perusahaan* terhadap *Corporate Social Responsibility*, baik secara bersama-sama maupun secara parsial menggunakan metode analisis regresi linear berganda.Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 22.0 *for Windows Evolution Version*, hasil regresi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara rinci dapat dilihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.4
Hasil Regresi Pengaruh Variabel Independen
Terhadap Variabel Dependen

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	113,774	16,247		7,003	,000
	ROA	,446	,129	,189	3,457	,000
	Size Perusahaan	2,740	,977	,466	2,806	,009

a. Dependent Variable: CSR

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan hasil output komputer melalui program SPSS, maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = 113,774 + 0,446\ X_1 + 2,740\ X_2}$$

Dari persamaan regresi di atas dapat dijelaskan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Koefisien konstanta atau ketetapan yang diperoleh dari variabel bebas dan variabel terikat adalah sebesar 113,774. Artinya bila mana variabel *Corporate*

Social Responsibility (Y) dianggap konstan, maka besarnya pengaruh dari *Protabilitas, Size perusahaan* dan *Growth Oppotunity* adalah sebesar 113,774 dalam satuan skala.

2. Besarnya koefisien variabel *Protabilitas*sebesar 0,446 artinya setiap kenaikan 1 poin perubahan dalam variabel *Protabilitas* secara relatif akan meningkatkan nilai Corporate Social Responsibility sebesar 0,446 dengan asumsi variabel *Size perusahaan* dianggap konstan.
3. Besarnya koefisien variabel *Size perusahaan* sebesar 2,740 artinya setiap kenaikan 1 poin perubahan dalam variabel *Size perusahaan*secara relatif akan meningkatkan nilai Corporate Social Responsibility sebesar 2,740 dengan asumsi variabel *Return On Asset* dianggap konstan.

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa dari 2 (dua) variabel independent yang diteliti, variabel yang paling besar memberi pengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* adalah variabel *Size perusahaan* (X_2) dengan nilai koefisien sebesar 2,740.

4.1.3.1 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan

Pengujian simultan dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikatyang ditentukan berdasarkan rancanagan pengujian hipotesis yang telah jelas sebelumnya. Pengukuran besarnya pesentase pengaruh variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas dapat menggunakan koefesien determinasi. Nilai koefesien determinasi dapat dilihat dari nilai R *square* tabel 4.4 menunjukkan R *square* dalam penelitian ini.

Tabel 4.5

Tabel Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,539[a]	,291	,238	8,90881

a. Predictors: (Constant), Size Perusahaan, ROA*Sumber : Data diolah, 2021*

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat besarnya koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,291. Artinya bahwa *Protabilitas* (X_1) dan *Size perusahaan* (X_2) mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* sebesar 29,10%. Sedangkan selebihnya sebesar 70,90%, dipengaruhi oleh faktor-faktor variabel lain di luar dari pada yang menjadi variabel penelitian ini.

Uji simultan dilakukan dengan cara komputerisasi menggunakan program SPSS versi 22.0, yang bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yaitu *Protabilitas* (X_1) dan *Size perusahaan* (X_2) mempunyai pengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*, seperti terlihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.6

Analisis of Variance (Anova)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	877,704	2	438,852	5,529	,010[b]
	Residual	2142,907	27	79,367		
	Total	3020,611	29			

a. Dependent Variable: CSRb. Predictors: (Constant), Size Perusahaan, ROA

Pengujian dilakukan dengan Anova yang membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} Tabel 4.4 menunjukkan F_{hitung} sebesar 5,529 sedangkan F_{tabel} pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ adalah sebesar 3,354. Dari perhitungan tersebut memperlihatkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ (5,529 > 3,354). Besarnya nilai F_{hitung} daripada F_{tabel}, ini dikarenakan besarnya pengaruh *protabilitas* (X_1) dan *Size perusahaan* (X_2) terhadap *Corporate Social Responsibility*, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variable *protabilitas* (X_1) dan *Size perusahaan* (X_2), secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* secara signifikan.

Dengan demikian terbukti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari *protabilitas* (X_1), *Size perusahaan* (X_2) dan *Growth Oppotunity* (X_3) terhadap *Corporate Social Responsibility* (Y) pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2019.

4.1.3.2 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji-t)

Uji parsial dalam penelitian ini diolah menggunakan program SPSS versi 22.0, yang bertujuan untuk menguji kemaknaan parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel}, pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$. Hasil perhitungan yang diperlihatkan pada tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4.7

Uji Parsial (t-test)

No	Variabel Independen	t	Sig.
1.	*Protabilitas* (X_1)	3.475	0.000
2.	*Size perusahaan* (X_2)	2.806	0.009

Sumber : Data diolah, 2021

Pada tabel di atas menunjukkan variabel-variabel faktor-faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (Y) pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019, secara parsial, mempengaruhi *Corporate Social Responsibility*.

1. Pengaruh *Protabilitas* terhadap*Corporate Social Responsibility*

   Variabel *Protabilitas* (X_1) diperoleh t_{hitung} (3,475) dan t_{tabel} (2,042). Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan signifikansi sebesar 0,000 atau *Protabilitas* (X_1) di bawah $\alpha = 5\%$.

2. Pengaruh *Size perusahaan*terhadap*Corporate Social Responsibility*

   Variabel *Size perusahaan* (X_2) diperoleh t_{hitung} (2,806) dan t_{tabel} (2,042). Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan signifikansi sebesar 0,009 atau *Size perusahaan* (X_2) di bawah $\alpha = 5\%$. Sehingga hal ini dapat diartikan secara parsial variabel *Size perusahaan* (X_2) berpengaruh secara signifkan terhadap *Corporate Social Responsibility* (Y) perusahaan otomotif di Bursa Efek Indonesia (2017-2019).

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Protabilitas *dan Size* perusahaan terhahadap*Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ (5,529 > 3,354). Besarnya nilai F_{hitung} daripada F_{tabel}, ini dikarenakan besarnya pengaruh *protabilitas* (X_1) dan *Size perusahaan* (X_2) terhadap *Corporate Social Responsibility*, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variable *protabilitas* (X_1) dan *Size perusahaan* (X_2), secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* secara signifikan.

Hasil hitposis menunjukkan Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa dari 2 (dua) variabel independent yang diteliti, variabel yang paling besar memberi pengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* adalah variabel *Size perusahaan* (X_2) dengan nilai koefisien sebesar 2,740. Mengacu pada syarat tersebut, hasil penelitian ini menolak H_0 (Hipotesis nol) atau menerima Ha (Hipotesis alternatif). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Protabilitas dan *Size perusahaan* (X_2)secara bersamaa-sama berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan otomotif yang terdapat di Bursa Efek Indonesia peridoe 2017-2019.

Dengan demikian terbukti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari *protabilitas* (X_1), *Size perusahaan* (X_2) dan *Growth Oppotunity* (X_3) terhadap *Corporate Social Responsibility* (Y) pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2019.

4.2.2 Pengaruh *Protabilitas* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan Tabel 4.2 nilai koefisien regresi pengaruh *Protabilitas* (X_1), terhadap *Corporate Social Responsibility* (Y) 0,446. Nilai koefisien regresi sebesar 0,446 menunjukkan bahwa koefisien *Protabilitas (ROA)* (X_1), terhadap *Corporate Social Responsibility* tidak sama dengan nol ($\beta_i \neq 0$). Berdasarkan rancangan pengujian hipotesis, syarat untuk menyatakan bahwa *Protabilitas* (X_1), berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (Y) apabila ($\beta_i \neq 0$).

Protabilitas adalah rasio perbandingan *Net Income* dengan total aset. *Protabilitas* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan aset yang dimiliki pada masa lalu. Dan kemudian dianalisis untuk memproyeksikan kemampuan perusahaan menghasilkan laba di masa mendatang. Semakin tinggi keuntungan yang diterima perusahaan, maka berpengaruh pada tingginya ketersediaan dana pada perusahaan yang dialokasikan untuk tanggung jawab sosial perusahaan.

Earning yang tinggi sangat diharapkan oleh perusahaan yang akan mempengaruhi besarnya CSR yang akan dilakukan oleh perusahaan. Sebaliknya, Kecilnya earning perusahaan akan berdampak pada kinerja perusahan yang kurang baik, sehingga tanggung jawab sosial perusahaan juga menurun dikarenakan terbatasnya dana yang tersedia.

Hasil penelitian tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yudhanto dan Aisjah (2013), diaman dalam peneltiiannya pada perusahaan manufaktur, profitabilitas (*Return On Assets*) berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

4.2.3 Pengaruh *Size perusahaan* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat dilihat bahwa nilai koefisien regresi yang diperoleh dari pengaruh *Size perusahaan* (X_2) terhadap *Corporate Social Responsibility* (Y) perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019 adalah sebesar 2,740. Nilai koefisien regresi sebesar 2,740 menunjukkan bahwa koefisien regresi *Size perusahaan* (X_2) terhadap *Corporate Social Responsibility* tidak sama dengan nol ($\beta_2 \neq 0$). Berdasarkan rancangan pengujian hipotesis, syarat untuk menyatakan bahwa *Size perusahaan* (X_2) berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (Y) apabila ($\beta_2 \neq 0$). Pengaruh tersebut juga bersifat positif dan signikan (0,000).

Mengacu pada syarat tersebut, hasil penelitian ini menolak H_0 (Hipotesis nol) atau menerima Ha (Hipotesis alternatif). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *Size perusahaan* (X_2) berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan otomotif yang terdapat di Bursa Efek Indonesia peridoe 2017-2019.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh mengenai *Size perusahaan* terhadap *Dividend Payout Ratio* pada perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI Tahun 2017-2019 menyatakan bahwa *Size perusahaan* berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,009 lebih kecil dari nilai signifikan 0,05. Berdasarkan hasil yang telah diperoleh maka H0 ditolak.

Size perusahaan merupakan ukuran perusahaan, size menunjukkan dasar teori pada pengaruh dari ukuran (size) terhadap CSR sangat kuat. Perusahaan besar akan mampu mempertahankan tanggung jawab sosialnya dan memperlihatkan keberadaan dan kepeduliaanya terhadap lingkungan dengan lebih mudah dibandingkan dengan perusahaan yang kecil. Oleh karena itu, perusahaan dengan ukuran yang lebh besar

diperkirakan akan memiliki kemampuan menghasilkan earning yang lebih besar, sehingga akan mampu melakukan kegiatan sosial sebagai tanggung jawabnya terhadap masyarakat dan lingkungan.

Size perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap CSR. Artinya semakin besar *Size perusahaan* maka CSR yang dibagikan semakin besar pula. Suatu perusahaan yang telah mapan memiliki akses yang mudah untuk melakukan kegiatan sosial dan melakukan pengungkapan CSR karena risiko yang dana perusahaan-perusahaan besar dipastikan juga besar. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Ahmed dan Javid (2012) dan Lopolusi (2013) yang menunjukkan bahwa *size perusahaan* berpengaruh positif terhadap CSR.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengolahan dan analisis data dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan *software* SPSS versi 22 maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Protabilitas berpengaruh terhadap Berdasarkan rancangan pengujian hipotesis, syarat untuk menyatakan bahwa *Protabilitas* (X_1), berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (Y) apabila ($\beta_i \neq 0$). Nilai koefisien regresi sebesar 0,446 menunjukkan bahwa koefisien *Protabilitas (ROA)* (X_1), terhadap *Corporate Social Responsibility* tidak sama dengan nol ($\beta_i \neq 0$). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *protabilitas* (X_1) berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan otomotif yang terdapat di Bursa Efek Indonesia peridoe 2017-2019.
2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Size perusahaan* (X_2) berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (Y) apabila ($\beta_2 \neq 0$). Pengaruh tersebut juga bersifat positif dan signikan (0,000). Nilai koefisien regresi sebesar 2,740 menunjukkan bahwa koefisien regresi *Size perusahaan* (X_2) terhadap *Corporate Social Responsibility* tidak sama dengan nol ($\beta_2 \neq 0$). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *Size perusahaan* (X_2) berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan otomotif yang terdapat di Bursa Efek Indonesia peridoe 2017-2019.
3. Berdasarkan Uji F menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ (5,529 > 3,354). Besarnya nilai F_{hitung} daripada F_{tabel}, ini dikarenakan besarnya pengaruh *protabilitas* (X_1) dan *Size perusahaan* (X_2) terhadap *Corporate Social Responsibility*, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa

variable *protabilitas* (X_1) dan *Size perusahaan* (X_2), secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* secara signifikan.

Dengan demikian terbukti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari *protabilitas* (X_1), *Size perusahaan* (X_2) dan *Growth Oppotunity* (X_3) terhadap *Corporate Social Responsibility* (Y) pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2019.

5.2 Saran

Berdasarkan keterbatasan dalam penelitian ini, maka penulis mengajukanbeberapa saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut :

1. Penelitian selanjutnya dapat memperluas jumlah sampel tidak hanya menggunakan perusahaan Otomotif yang memiliki pengaruh terhadap CSR tetapidapat mencakup seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Penelitian selanjutnya juga perlu mengikuti perkembangan dan memperbaharui item-item yang dapat digunakan dalam menilai *Corporate Social Responsibility*.
3. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan atau menambah variabel penelitian dalam pengukuran profitabilitasdan *size* perusahaan yang belum digunakan dalam penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

Amran, Azlan dan Susela Devi, (2008). "*The Impact of Government and Foreign Affiliate Influence on Corporate Social Reporting in Malaysia*". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 23. No. 4, p, 386- 404.

Barus, Riantri dan Maksum. 2011. "Faktor-Faktoryang Mempengaruhi Pengung kapanInformasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Laporan Tahunan dan Pengaruhnya terhadap Harga Saham (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". *Tesis.* Program Studi Akuntansi.Universitas Sumatera Utara.

Bursa Efek Indonesia, Laporan Tahunan 2013, 2014, 2015, 2016 dan 2017. (diakses di http://www.idx.co.id)

Brigham, Eugene F dan Houston. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Buku dua, Edisi 11. Terjemahan oleh Ali Akbar Yulianto. Jakarta: Salemba Empat

Crowther, David. 2008. *The Maturing of Corporate Social Responsibility:ADevelopmental Process*. De Montfort University

Deriyarso, Irvan.2014.*Pengaruh Protabilitas Tehrhadap Nilai Perusahaan dengan Corperatif Sosial Respontability sebagai Moderating*. urnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Vol.14 No.2 Maret 2014

Fahmi, irham. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Cetakan ke-2. Bandung: Alfabeta.

Hery. 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Bumi Aksara, Jakarta.

Kasmir, 2014. *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi Pertama, Cetakan Ketujuh.Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

Moeljono, Djokosantoso. 2005. Budaya Organisasi Dalam Tantangan. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta

Munawir, 2010. *Analisa Laporan Keuangan*, Edisi Keempat. Cetakan KeempatBelas, Yogyakarta: Penerbit Liberty.

Mulyani, L. dan Pitaloka, E. 2017. Pengaruh Return On Equity, Earning Per Share (EPS), dan Debt To Equity Ratio Terhadap Price Earning Ratio (PER) pada PT Indofood Sukses Makmur. Tbk periode 2012-2014.*Jurnal Widyakala.* Vol.4, No.1 Maret 2017

Prasetyantoko, A. 2012. Bencana Finansial, Stabilitas Sebagai Barang Publik, Jakarta : Kompas Media Nusatara.

Putra, Eka Nanda. (2006). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang,Dipublikasikan.

Raymond. 2017. Pengaruh Likuiditas Dan Solvabilitas Terhadap Profitabilitas pada PT. Indosat Tbk.*Skripsi*.Universitas Putera Batam.

Riyanto, Bambang. 2013. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaa**n***. Yogyakarta: BPFE.

Said, Achmad Lamo. 2015. *Corporate Social Responsibility dalam Perspektif governance*. Yogyakarta: V Budi Utama.

Setiyadi. 2007. *Pengaruh Company Size, Profitability dan Institutional Ownership terhadap CSR Disclousure*. Jurnal Ekonomi Universitas Padjajaran Bandung.

Scott, William R. (1997). *Financial Accounting Theory*. New Jersey : Prentice Hall.

Solihin, Ismail. 2009. *Corporate Social Responsibility from Charity to Sustainability*. Jakarta : Salemba Empat.

Sugiyanto, 2008. *Pasar Modal*, cetakan kedua , Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,Kualitatif DanR&D.* Bandung: Alfabeta.

Syamsudin, Lukman. 2009. *Manajemen Keuangan Perusahaan : konsep aplikasi dalam: perencanaan, pengawasan, dan pengambilan keputusan*. Jakarta : Rajawali Pers.

Tandelilin. 2010. *Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi*. Edisi pertama.Yogyakarta : Kanisius

Triastuti, Heni. 2014. *Pengaruh Profitabilitas Dan Size Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibilit*. Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Vol.13 No.1 Maret 2013

Torang, Syamsir. 2012. Metode Riset Struktur dan Perilaku Organisasi. Bandung : Alfabeta

Yasir, Muhammad Yusuf. 2017. *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS)*. Perpustakaan Nasional. Kencana

Lampiran 1

Rasio Return On Asset (ROA)

dalam jutaan rupiah

No	Kode	Tahun	Laba Bersih	Total Aset	Skor	Rasio
1	ASII	2.019	19.464.000	351.958.000	0,055	5,53
		2.018	22.623.000	344.711.000	0,066	6,56
		2.017	18.490.000	295.830.000	0,063	6,25
2	AUTO	2.019	739.672	16.015.709	0,046	4,62
		2.018	610.985	15.889.648	0,038	3,85
		2.017	551.046	14.762.309	0,037	3,73
3	UNTR	2.019	9.043.173	111.713.375	0,081	8,09
		2.018	12.057.482	116.281.017	0,104	10,37
		2.017	7.020.246	82.262.093	0,085	8,53
4	GJTL	2.019	359.801	18.856.075	0,019	1,91
		2.018	186.364	19.711.478	0,009	0,95
		2.017	141.289	18.191.176	0,008	0,78
5	BRAM	2.019	218.792	3.912.790	0,056	5,59
		2.018	324.590	4.149.600	0,078	7,82
		2.017	350.560	4.149.600	0,084	8,45
6	INDS	2.019	101.465	2.834.422	0,036	3,58
		2.018	110.686	2.482.337	0,045	4,46
		2.017	83.366	2.156.796	0,039	3,87
7	LPIN	2.019	299.185	3.249.162	0,092	9,21
		2.018	329.585	3.015.964	0,109	10,93
		2.017	1.919.777	2.681.164	0,716	71,60
8	IMAS	2.019	170.000	44.699.000	0,004	0,38
		2.018	23.000	41.044.000	0,001	0,06
		2.017	110.000	32.003.000	0,003	0,34
9	PRAS	2.019	44.781	1.657.127	0,027	2,70
		2.018	7.358	1.635.543	0,004	0,45
		2.017	16.596	1.542.243	0,011	1,08
10	SMSM	2.019	578.000	3.107.000	0,186	18,60
		2.018	557.000	2.801.000	0,199	19,89
		2.017	499.000	2.443.000	0,204	20,43

Lampiran 2

Rasio Size Perusahaan

dalam jutaan rupiah

No	Kode	Tahun	Total Aset	Rasio
1	ASII	2.019	351.958.000	19,679
		2.018	344.711.000	19,658
		2.017	295.830.000	19,505
2	AUTO	2.019	16.015.709	16,589
		2.018	15.889.648	16,581
		2.017	14.762.309	16,508
3	UNTR	2.019	111.713.375	18,531
		2.018	116.281.017	18,572
		2.017	82.262.093	18,225
4	GJTL	2.019	18.856.075	16,752
		2.018	19.711.478	16,797
		2.017	18.191.176	16,716
5	BRAM	2.019	3.912.790	15,180
		2.018	4.149.600	15,239
		2.017	4.149.600	15,239
6	INDS	2.019	2.834.422	14,857
		2.018	2.482.337	14,725
		2.017	2.156.796	14,584
7	LPIN	2.019	3.249.162	14,994
		2.018	3.015.964	14,919
		2.017	2.681.164	14,802
8	IMAS	2.019	44.699.000	17,615
		2.018	41.044.000	17,530
		2.017	32.003.000	17,281
9	PRAS	2.019	1.657.127	14,321
		2.018	1.635.543	14,307
		2.017	1.542.243	14,249
10	SMSM	2.019	3.107.000	14,949
		2.018	2.801.000	14,845
		2.017	2.443.000	14,709

Lampiran 4

REKAPAN RASIO KEUANGAN

No	Kode	Tahun	ROA	Size	CSR
1	ASII	2019	5,530	19,679	0,595
		2018	6,563	19,658	0,646
		2017	6,250	19,505	0,684
2	AUTO	2019	4,618	16,589	0,532
		2018	3,845	16,581	0,532
		2017	3,733	16,508	0,532
3	UNTR	2019	8,095	18,531	0,835
		2018	10,369	18,572	0,595
		2017	8,534	18,225	0,595
4	GJTL	2019	1,908	16,752	0,722
		2018	0,945	16,797	0,684
		2017	0,777	16,716	0,797
5	BRAM	2019	5,592	15,180	0,810
		2018	7,822	15,239	0,810
		2017	8,448	15,239	0,810
6	INDS	2019	3,580	14,857	0,785
		2018	4,459	14,725	0,785
		2017	3,865	14,584	0,785
7	LPIN	2019	9,208	14,994	0,785
		2018	10,928	14,919	0,785
		2017	71,602	14,802	0,785
8	IMAS	2019	0,380	17,615	0,570
		2018	0,056	17,530	0,570
		2017	0,344	17,281	0,671
9	PRAS	2019	2,702	14,321	0,785
		2018	0,450	14,307	0,646
		2017	1,076	14,249	0,646
10	SMSM	2019	18,603	14,949	0,722
		2018	19,886	14,845	0,823
		2017	20,426	14,709	0,797

Lampiran 5

SPSS OUT PUT

Frequencies

Statistics

ROA

N	Valid	30
	Missing	0
Mean		8,35313
Median		5,07400
Std. Deviation		13,170914
Minimum		,056
Maximum		71,602

Statistics

Size Perusahaan

N	Valid	30
	Missing	0
Mean		16,28193
Median		15,87350
Std. Deviation		1,734780
Minimum		14,249
Maximum		19,679

Statistics

CSR

N	Valid	30
	Missing	0
Mean		,70397
Median		,72200
Std. Deviation		,101911
Minimum		,532
Maximum		,835

Regression

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Size Perusahaan, ROA[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: CSR

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,539[a]	,291	,238	8,90881

a. Predictors: (Constant), Size Perusahaan, ROA

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	877,704	2	438,852	5,529	,010[b]
	Residual	2142,907	27	79,367		
	Total	3020,611	29			

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), Size Perusahaan, ROA

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	113,774	16,247		7,003	,000
	ROA	,446	,129	,189	3,457	,000
	Size Perusahaan	2,740	,977	,466	2,806	,009

a. Dependent Variable: CSR

No	Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
1.	*Protabilitas* (X_1)	30	0,056	71,602	8,35313	13,170914
2.	*Size perusahaan* (X_2)	30	14,249	19,679	16,28193	15,87350
3.	*Corporate Social Responsibility* (Y)	30	0,532	0,835	0,70397	0,72200

Nama Variabel	**B**	**Standar Error**	**t_{hitung}**	**t_{tabel}**	**Sig**
Konstanta (a)	113,774	16,247	7,003	2,042	0,000
Protabilitas	0,446	0,129	3,475	2,042	0,000
Size perusahaan	2,740	0,977	2,806	2,042	0,009

Lampiran 6

Nilai F Tabel Pada Tingkat Keyakinan 95%

DF 2	DF 1					
	1	2	3	4	5	6
1	161,446	199,499	215,707	224,583	230,160	233,988
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,329
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,688	3,581
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599

DF 2	DF 1					
	1	2	3	4	5	6
51	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286
52	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283
53	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	2,279
54	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275
55	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272
56	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	2,269
57	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	2,266
58	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263
59	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,260
60	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257
61	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254
62	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251
63	3,996	**3,145**	2,753	2,520	2,363	2,249
64	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361	2,246
65	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358	2,244
66	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356	2,242
67	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354	2,239
68	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237
69	3,982	3,132	2,739	2,507	2,350	2,235
70	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233

21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474
27	4,210	**3,354**	2,960	2,728	2,572	2,459
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409
32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399
33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380
35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	2,356
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	2,330
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	2,324
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,319
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308
46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	2,304
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	2,299

71	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231
72	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229
73	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227
74	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226
75	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224
76	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222
77	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220
78	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219
79	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217
80	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216
81	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214
82	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213
83	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211
84	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210
85	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209
86	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207
87	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206
88	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205
89	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203
90	3,948	3,099	2,707	2,474	**2,317**	2,202
91	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194

48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295
49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,290
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286

98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191

NILAI T TABEL

DF	Tingkat Keyakinan			
	99%	97,5%	95%	90%
1	63,656	25,452	12,706	6,314
2	9,925	6,205	4,303	2,920
3	5,841	4,177	3,182	2,353
4	4,604	3,495	2,776	2,132
5	4,032	3,163	2,571	2,015
6	3,707	2,969	2,447	1,943
7	3,499	2,841	2,365	1,895
8	3,355	2,752	2,306	1,860
9	3,250	2,685	2,262	1,833
10	3,169	2,634	2,228	1,812
11	3,106	2,593	2,201	1,796
12	3,055	2,560	2,179	1,782
13	3,012	2,533	2,160	1,771
14	2,977	2,510	2,145	1,761
15	2,947	2,490	2,131	1,753
16	2,921	2,473	2,120	1,746
17	2,898	2,458	2,110	1,740
18	2,878	2,445	2,101	1,734
19	2,861	2,433	2,093	1,729
20	2,845	2,423	2,086	1,725
21	2,831	2,414	2,080	1,721
22	2,819	2,405	2,074	1,717
23	2,807	2,398	2,069	1,714

DF	Tingkat Keyakinan			
	99%	97,5%	95%	90%
51	2,676	2,310	2,008	1,675
52	2,674	2,308	2,007	1,675
53	2,672	2,307	2,006	1,674
54	2,670	2,306	2,005	1,674
55	2,668	2,304	2,004	1,673
56	2,667	2,303	2,003	1,673
57	2,665	2,302	2,002	1,672
58	2,663	2,301	2,002	1,672
59	2,662	2,300	2,001	1,671
60	2,660	2,299	2,000	1,671
61	2,659	2,298	2,000	1,670
62	2,657	2,297	1,999	1,670
63	2,656	2,296	1,998	1,669
64	2,655	2,295	1,998	1,669
65	2,654	2,295	1,997	1,669
66	2,652	2,294	1,997	1,668
67	2,651	2,293	1,996	1,668
68	2,650	2,292	1,995	1,668
69	2,649	2,291	1,995	1,667
70	2,648	2,291	1,994	1,667
71	2,647	2,290	1,994	1,667
72	2,646	2,289	1,993	1,666
73	2,645	2,289	1,993	1,666

24	2,797	2,391	2,064	1,711		74	2,644	2,288	1,993	1,666
25	2,787	2,385	2,060	1,708		75	2,643	2,287	1,992	1,665
26	2,779	2,379	2,056	1,706		76	2,642	2,287	1,992	1,665
27	2,771	2,373	2,052	1,703		77	2,641	2,286	1,991	1,665
28	2,763	2,368	2,048	1,701		78	2,640	2,285	1,991	1,665
29	2,756	2,364	2,045	1,699		79	2,639	2,285	1,990	1,664
30	2,750	2,360	2,042	1,697		80	2,639	2,284	1,990	1,664
31	2,744	2,356	2,040	1,696		81	2,638	2,284	1,990	1,664
32	2,738	2,352	2,037	1,694		82	2,637	2,283	1,989	1,664
33	2,733	2,348	2,035	1,692		83	2,636	2,283	1,989	1,663
34	2,728	2,345	2,032	1,691		84	2,636	2,282	1,989	1,663
35	2,724	2,342	2,030	1,690		85	2,635	2,282	1,988	1,663
36	2,719	2,339	2,028	1,688		86	2,634	2,281	1,988	1,663
37	2,715	2,336	2,026	1,687		87	2,634	2,281	1,988	1,663
38	2,712	2,334	2,024	1,686		88	2,633	2,280	1,987	1,662
39	2,708	2,331	2,023	1,685		89	2,632	2,280	1,987	1,662
40	2,704	2,329	2,021	1,684		90	2,632	2,280	1,987	1,662
41	2,701	2,327	2,020	1,683		91	2,631	2,279	1,986	1,662
42	2,698	2,325	2,018	1,682		92	2,630	2,279	1,986	1,662
43	2,695	2,323	2,017	1,681		93	2,630	2,278	1,986	1,661
44	2,692	2,321	2,015	1,680		94	2,629	2,278	1,986	1,661
45	2,690	2,319	2,014	1,679		95	2,629	2,277	1,985	1,661
46	2,687	2,317	2,013	1,679		96	2,628	2,277	**1,985**	1,661
47	2,685	2,315	2,012	1,678		97	2,627	2,277	1,985	1,661
48	2,682	2,314	2,011	1,677		98	2,627	2,276	1,984	1,661
49	2,680	2,312	2,010	1,677		99	2,626	2,276	1,984	1,660

50	2,678	2,311	2,009	1,676		100	2,626	2,276	1,984	1,660

Nilai-Nilai r Product Moment Pada Keyakinan 95%

n	Nilai kritis	n	Nilai kritis
1	0,997	51	0,279
2	0,997	52	0,279
3	0,997	53	0,279
4	0,495	54	0,279
5	0,878	55	0,266
6	0,811	56	0,266
7	0,754	57	0,266
8	0,707	58	0,266
9	0,666	59	0,266
10	0,632	60	0,254
11	0,602	61	0,254
12	0,576	62	0,254
13	0,553	63	0,254
14	0,534	64	0,254
15	0,514	65	0,244
16	0,497	66	0,244
17	0,482	67	0,244
18	0,468	68	0,244
19	0,456	69	0,244
20	0,444	70	0,235
21	0,433	71	0,235
22	0,423	72	0,235
23	0,413	73	0,235
24	0,404	74	0,235

25	0,396	75	0,235
26	0,388	76	0,227
27	0,381	77	0,277
28	0,374	78	0,227
29	0,367	79	0,277
30	0,361	80	0,220
31	0,355	81	0,220
32	0,349	82	0,220
33	0,344	83	0,220
34	0,339	84	0,220
35	0,334	85	0,213
36	0,329	86	0,213
37	0,325	87	0,213
38	0,320	88	0,213
39	0,316	89	0,213
40	0,312	90	0,207
41	0,308	91	0,207
42	0,304	92	0,207
43	0,301	93	0,207
44	0,297	94	0,207
45	0,294	95	0,202
46	0,291	**96**	**0,202**
47	0,288	97	0,202
48	0,284	98	0,202
49	0,281	99	0,202
50	0,279	100	0,194