

PENGARUH *PROFITABILITAS*, UKURAN PERUSAHAAN DAN KEPEMILIKAN SAHAM PUBLIK TERHADAP *RETURN SAHAM* DENGAN *CSR* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN FARMASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2010 – 2014)

Hermanto

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul, Jakarta
Jalan Arjuna Utara No 9 Kebon Jeruk Jakarta
Hermanto@esaunggul.ac.id

Abstract

This study aims to examine the Influence Profitability, Company Size, Public Shares Ownership On Return Shares With Corporate Social Responsibility (CSR) As Variable Intervening At Pharmaceutical Company Year 2010-2014. The purpose of this research is to analyze the Influence of Profitability, Company Size, Public Ownership Share To Return Share With Corporate Social Responsibility (CSR) as Intervening Variable. The type of data is secondary data. The population of this study is the entire pharmaceutical industry listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) in 2010-2014. The sampling technique is purposive sampling. The results of hypothesis testing show CSR disclosure does not directly affect the stock return. The findings of this study are companies that conduct CSR and to expect responded by the investors

Keywords: *profitability, size, public ownership*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tentang Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Saham Publik Terhadap Return Saham Dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Farmasi Tahun 2010-2014. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Saham Publik Terhadap Return Saham Dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai Variabel Intervening. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Populasi penelitian ini adalah seluruh industry farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2010-2014. Teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan pengungkapan CSR tidak mempengaruhi secara langsung terhadap return saham. Temuan dari penelitian ini adalah perusahaan yang melakukan CSR dan mengungkapkannya mengharapkan direspon oleh para investor.

Kata kunci : profitabilitas, ukuran, kepemilikan publik

Pendahuluan

Kegiatan bisnis terutama yang bergerak di bidang pemanfaatan sumber daya alam baik secara langsung maupun yang tidak langsung tentu memberikan dampak pada lingkungan sekitarnya seperti masalah – masalah polusi, limbah, keamanan produk, dan tenaga kerja. Adanya dampak pada lingkungan tersebut mempengaruhi kesadaran masyarakat akan pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial atau yang dikenal dengan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Seluruh perusahaan di Indonesia semakin dituntut untuk memberikan informasi transparan atas aktivitas sosialnya,

sehingga pengungkapan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) diperlukan peran dari akuntansi pertanggung jawaban.

Adapula faktor-faktor yang mempengaruhi CSR antara lain *Profitabilitas*, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Saham Publik. Profitabilitas merupakan kemampuan yang dicapai oleh perusahaan dalam satu periode tertentu. Dasar penilaian profitabilitas adalah laporan keuangan yang terdiri dari laporan neraca dan rugi-laba perusahaan. Berdasarkan kedua laporan neraca dan rugi-laba perusahaan. Kedua laporan keuangan tersebut akan dapat ditentukan hasil analisis

sejumlah rasio dan selanjutnya rasio ini digunakan untuk menilai beberapa aspek tertentu dari operasi perusahaan.

Informasi keuangan yang disampaikan manajemen, oleh para investor digunakan untuk menganalisis kinerja manajemen dan kondisi perusahaan di masa yang akan datang guna mengurangi risiko investasi. Agar publik mau melakukan investasi pada perusahaan dan percaya terhadap rendahnya risiko investasi, maka perusahaan harus menampilkan keunggulan dan eksistensi perusahaan terhadap publik. Salah satu caranya adalah mengungkapkan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Semakin besar komposisi saham perusahaan yang dimiliki publik, maka dapat memicu melakukan pengungkapan secara luas termasuk pengungkapan CSR.

Motivasi penelitian ini adalah untuk mengetahui perusahaan-perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI dalam melakukan kegiatan CSR telah berjalan dengan baik, setiap limbah yang dihasilkan oleh perusahaan merupakan limbah kimia yang dapat merusak lingkungan. Tujuan penelitian adalah mengkaji hubungan *profitabilitas*, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik berpengaruh terhadap *return* saham dengan CSR sebagai variabel Intervening dan melakukan analisa atas hubungan tersebut atas kinerja perusahaan dalam melakukan pengungkapan CSR pada laporan *annual report*.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat dan lingkungan tempat beroperasi. Secara teoritik, CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *stakeholders* terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya. Sebuah perusahaan harus menjunjung tinggi moralitas. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang CSR adalah mengedepankan prinsip moral dan etis, yakni menanggapi suatu hasil terbaik, tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya.

Berdasarkan konsep Triple Bottom Line (John Elkington, 1997) atau faktor utama operasi dalam kaitannya dengan lingkungan dan manusia (*people, profit, and planet*),

program tanggung jawab sosial penting untuk diterapkan oleh perusahaan karena keuntungan perusahaan tergantung pada masyarakat dan lingkungan. Perusahaan tidak bisa begitu saja mengabaikan peranan *stakeholders* (konsumen, pekerja, masyarakat, pemerintah, dan mitra bisnis) dan *shareholders* dengan hanya mengejar profit semata. Jika perusahaan mengabaikan keseimbangan *Triple Bottom Line* maka akan terjadi gangguan pada manusia dan lingkungan sekitar perusahaan yang dapat menimbulkan reaksi seperti demo masyarakat sekitar atau kerusakan lingkungan sekitar akibat aktifitas perusahaan yang mengabaikan keseimbangan tersebut. Jadi, ada atau tidaknya sebuah peraturan yang mewajibkan sebuah perusahaan yang menjalankan program tanggung jawab sosial atau tidak sebenarnya tidak akan terlalu membawa perubahan karena jika perusahaan tidak menjaga keseimbangan antara *people, profit, dan planet* maka cepat atau lambat pasti akan timbul reaksi dari pihak yang dirugikan kepada perusahaan tersebut.

Melaksanakan program tanggung jawab sosial sangat penting dilakukan khususnya bagi perusahaan kecil atau *startup* (perusahaan yang baru berdiri) yang masih memulai langkahnya dalam pengembangan usahanya, karena dari program tanggung jawab sosial ini secara tidak langsung perusahaan tersebut memperkenalkan diri kepada masyarakat dan konsumen sehingga nantinya konsumen mengetahui dan mengenal perusahaan tersebut.

Adapun beberapa perusahaan suatu perusahaan melakukan program tanggung jawab sosial adalah sebagai berikut:

- a. Alasan Sosial, perusahaan melaksanakan CSR untuk memenuhi tanggung jawab sosial dan ikut menjaga kesejahteraan ekonomi masyarakat
- b. Alasan Ekonomi, motif perusahaan dalam melakukan CSR tetap berujung pada motif mencari keuntungan. Perusahaan melakukan program CSR untuk menarik simpati masyarakat dengan membangun image positif yang pada akhirnya tetap bertujuan untuk meningkatkan profit
- c. Alasan Hukum, adanya peraturan pemerintah tentang adanya pelaksanaan CSR, sehingga mendorong perusahaan melaksanakan CSR.
- d. Moralitas, perusahaan harus memperhatikan nilai-nilai moral dan

keagamaan yang dianggap baik oleh masyarakat sekitar

- e. Penurunan Kepentingan Sendiri, perusahaan harus bertanggung jawab terhadap pihak-pihak yang berkepentingan, perusahaan akan dihargai karena tindakan tanggung jawab mereka baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Terdapat manfaat yang didapatkan dan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, ada empat dari manfaat aktivitas CSR, yaitu

- a. *Brand Differentiation*, dalam persaingan pasar yang semakin kompetitif, CSR bisa memberikan cara perusahaan yang khas, baik dan etis di mata publik sehingga menciptakan *customer loyalty*.
- b. *Human Resources*, program CSR dapat membantu dalam perekrutan karyawan baru, yang memiliki kualifikasi tinggi
- c. *License to operate*, perusahaan yang menjalankan CSR dapat mendorong pemerintah dan publik memberik "izin" bisnis, karena dianggap memenuhi standar operasi dan kepedulian terhadap masyarakat luas.
- d. *Risk Management*, manajemen resiko merupakan isu sentral

Dengan melaksanakan CSR secara konsisten dalam jangka panjang akan menumbuhkan rasa berterima masyarakat terhadap kehadiran perusahaan. Kondisi inilah yang akan memberikan keuntungan ekonomi bisnis kepada perusahaan yang bersangkutan. CSR tidaklah harus dipandang sebagai tuntutan represif dari masyarakat, melainkan sebagai kebutuhan dunia usaha.

Legitimacy Theory

Teori legitimasi (*Legitimacy Theory*) berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Teori ini menyatakan bahwa organisasi adalah bagian dari masyarakat sehingga harus memperhatikan norma-norma sosial masyarakat karena kesesuaian dengan norma sosial dapat membuat perusahaan semakin legitimate.

Menurut Dowling dan Pfeffer dalam Ghozali dan Chariri (2007), legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis

perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan.

Ghozali dan Chariri (2007) menyatakan bahwa hal yang mendasari teori legitimasi adalah kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Shocker dan Sethi dalam Ghozali dan Chariri (2007) memberikan penjelasan tentang konsep kontrak sosial, yaitu: "semua institusi sosial tidak terkecuali perusahaan beroperasi di masyarakat melalui kontrak sosial, baik eksplisit maupun implisit, dimana kelangsungan hidup pertumbuhannya didasarkan pada hasil akhir yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas dan distribusi manfaat ekonomi, sosial atau politik kepada kelompok sesuai dengan power yang dimiliki."

Deegan, Robin dan Tobin (2002) menyatakan bahwa legitimasi perusahaan akan diperoleh, jika terdapat kesamaan antara hasil dengan yang diharapkan oleh masyarakat dari perusahaan, sehingga tidak ada tuntutan dari masyarakat. Perusahaan dapat melakukan pengorbanan sosial sebagai refleksi dari perhatian perusahaan terhadap masyarakat.

Teori legitimasi menjadi landasan bagi perusahaan untuk memperhatikan apa yang menjadi harapan masyarakat dan mampu menyelaraskan nilai-nilai perusahaannya dengan norma-norma sosial yang berlaku di tempat perusahaan tersebut melangsungkan kegiatannya.

Perusahaan dapat melakukan investasi lingkungan sebagai salah satu bentuk perhatian masyarakat terhadap lingkungan dan masyarakat. Menurut Dowling dan Pfeffer (1975), ketika ada perbedaan antara nilai-nilai yang dianut perusahaan dengan nilai-nilai masyarakat, maka perusahaan akan berada pada posisi terancam. Perbedaan ini dinamakan Legitimacy Gap dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk melanjutkan kegiatan usahanya. Perusahaan harus memantau dan mengevaluasi ketika menemukan kemungkinan munculnya gap tersebut.

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan dapat bertahan apabila masyarakat disekitar perusahaan merasa bahwa perusahaan melakukan aktivitas bisnisnya sesuai dengan sistem nilai yang dimiliki masyarakat (Gray et.al., 1987 dalam Rahma Yuliani, 2003). Perusahaan besar akan

melakukan aktivitas sosial yang lebih banyak agar mempunyai pengaruh terhadap pihak-pihak internal maupun pihak eksternal salah satunya masyarakat yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan. Menurut Sembiring (2005), secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Perusahaan besar dengan aktivitas operasi yang besar akan lebih memperhatikan kegiatan sosial sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas. Hal ini diperlukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) dan Rizkia Anggita Sari (2012) menemukan pengaruh positif ukuran perusahaan (size) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. (Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, kepemilikan institusional dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social respobility*, Lusiana Ale; 3)

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)

Dalam keterkaitan profitabilitas Amran dan Devi (2008) dalam Eka (2011) menyatakan bahwa suatu perusahaan yang memiliki profit besar harus aktif melakukan CSR. Dengan profitabilitas yang tinggi, akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan serta melakukan program CSR. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan informasi sosial, Zaleha (2005) dalam Aulia (2010). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Theodora (2011) juga menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

H₁ : *Profitabilitas* berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)

Keterkaitan ukuran perusahaan dengan pengungkapan sosial perusahaan telah ditunjukkan dalam beberapa penelitian empiris dalam Achmad (2007) Teori legitimasi memiliki alasan tentang hubungan ukuran dan pengungkapan. Perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar

terhadap masyarakat, memiliki lebih banyak pemegang saham yang punya perhatian terhadap program sosial yang dilakukan perusahaan dan laporan tahunan merupakan alat yang efisien untuk mengkomunikasikan informasi ini (Cowen *et Al.*, 1987) dalam Achmad (2007).

H₂ : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Pengaruh Kepemilikan Saham Publik Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)

Perusahaan *go public* dan telah terdaftar dalam BEI adalah perusahaan-perusahaan yang memiliki proporsi kepemilikan saham oleh publik, yang artinya bahwa semua aktivitas dan keadaan perusahaan harus dilaporkan dan diketahui oleh publik sebagai salah satu bagian pemegang saham. Akan tetapi tingkat kepemilikan sahamnya berbeda-beda satu sama lain. Penelitian oleh Hasibuan (2001) dalam Eka (2011) menjelaskan bahwa semakin tinggi rasio/tingkat kepemilikan publik dalam perusahaan diprediksi akan melakukan tingkat pengungkapan yang lebih luas.

H₃ : Kepemilikan Saham Publik berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Return Saham

CSR merupakan kegiatan sosial untuk menanggulangi kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh limbah dari perusahaan tersebut, investor akan menginvestasikan uang mereka kepada perusahaan apabila perusahaan tersebut mempunyai record yang bagus di beberapa tahun sebelumnya dan perusahaan yang memiliki nama *brand* yang cukup terkenal.CSR akan direspon oleh investor apabila perusahaan tersebut melakukan CSR dengan baik dan benar.

H₄ : *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap *Return Saham*

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan kausalitas, kausalitas merupakan prinsip sebab akibat yang ilmu dan pengetahuan yang dengan sendirinya bisa diketahui tanpa membutuhkan pengetahuan dan perantaraan ilmu yang lain

dan pasti antara segala kejadian,serta bahwa setiap kejaian memperoleh kepastian dan keharusan kekhususan eksistensinya dari sesuatu atau berbagai hal lainnya yang mendahudulinya,merupakan hal-hal yang diterima tanpa ragu dan tidak memerlukan sanggahan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebanyak 47 Perusahaan, Sampel merupakan bagian yang bertindak sebagai perwakilan dari populasi sehingga hasil penelitian yang berhasil diperoleh dari sampel dapat digeneralisasikan

pada populasi. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode Purposive Sampling dengan kriteria yang konsisten selama tahun 2010-2014 dengan jumlah sampel 45. Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data pada penelitian ini yaitu Studi Pustaka dan studi dokumentasi.

Variabel Dependen

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *return* saham yaitu data perusahaan berupa pengembalian dari investasi. Skala pengukurannya adalah rasio:

$$\text{Return Saham: } \frac{\text{Harga Saham Closing April } t + 1 - \text{Harga Saham Closing April } t}{\text{Harga Saham Closing April } t + 1}$$

Variabel Independen

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam tujuan untuk meningkatkan nilai pemegang saham. *Proxy* variabel profitabilitas adalah ROA yaitu laba bersih sebelum pajak dibagi dengan total asset, skala pengukuran adalah rasio:

$$\text{ROA} = \left(\frac{\text{Earning Before Interest and Tax}}{\text{Total Asset}} \right)$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang besar memiliki total asset yang besar mampu mengoptimalkan kinerja perusahaan dengan asset yang dimilikinya. Skala pengukuran adalah rasio:

$$\text{Size} = \left(\frac{\text{Total Asset } t - \text{Total Asset } t-1}{\text{Total Asset } t-1} \right)$$

Kepemilikan Publik

Kepemilikan Saham Publik saham yang dimiliki masyarakat publik dan pengertian publik disini adalah pihak individu yang berada diluar lingkaran manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan manajemen perusahaan. Kepemilikan saham public diukur dengan membagi antara jumlah saham yang dimiliki oleh masyarakat (*public*) dengan total saham. Skala pengukuran adalah rasio.

$$\text{KSP} = \left(\frac{\text{Jumlah Saham Publik}}{\text{Total Saham}} \right)$$

Hasil Analisis

Analisis Deskriptif

Distribusi statistik deskriptif untuk masing-masing variabel terdapat pada table 1 sebagai berikut:

Tabel 1
Analisis Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	45	0.04	0.34	0.1231	0.08062
Size	45	0.06	0.15	0.0933	0.02132
K_S_P	45	0.04	0.2	0.1069	0.03777
CSR	45	0.03	0.12	0.0631	0.01649
RS	45	0.01	0.57	0.1987	0.16196
Valid N (listwise)	45				

- a. Dari hasil deskriptif diatas, dapat diketahui bahwa variabel ROA perusahaan Farmasi selama tahun pengamatan memiliki nilai

rata-rata sebesar 0,1231 (12,31%), dengan nilai pengungkapan terendah sebesar 0,04 (4,0%), nilai pengungkapan tertinggi

sebesar 0,34 (34 %), dan standar deviasi sebesar 0,1231 (12,31%). *Profitabilitas* ini diukur menggunakan ROA, hal ini menunjukkan bahwa tingkat Return On Assets perusahaan sektor ini baik, karena menurut Lestari dan Sugiharto (2007; 196) angka ROA dapat dikatakan baik apabila > 2%.

- b. Ukuran Perusahaan dari sampel yang diperoleh nilai minimum sebesar 0,06 (6%), maksimum 0,15 (15%) dan rata – rata 0,0933 (9,33%) dan Standar Deviasi sebesar 0,02132 (2,13%). Berarti pada Perusahaan di bidang Farmasi dari sampel yang diamati menunjukkan bahwa perusahaan sektor tersebut memiliki kenaikan setiap tahunnya 9% sehingga perusahaan tersebut ialah perusahaan kecil.
- c. Kepemilikan Saham Publik dari data sampel diperoleh nilai minimum sebesar 0,04 (4%), maksimum 0,20 (20%) dan rata – rata 0,1069 (10,69%) dan standar deviasi 0,03777 (3,77%) . Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan sektor farmasi bahwa

perusahaan farmasi mempunyai saham yang beredar untuk investor.

- d. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari data sampel yang diperoleh nilai minimum sebesar 0,03 (3%), maksimum 0,12 (12%), dan rata – rata 0,0640(6,31%) dan standar deviasi 0,01649 (1,64%) . Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan melakukan kegiatan sosial hanya beberapa kegiatan saja dan hampir semua perusahaan farmasi melakukan kegiatan sosial tersebut.
- e. *Return Saham* dari data sampel diperoleh nilai minimum sebesar 0,01 (1%), maksimum 0,57(57%), dan rata – rata 0,1987 (19,87%) dan standar deviasi 0,16196 (16,19%). Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan farmasi mempunyai *return* saham yang sangat besar, dengan besarnya tingkat pengembalian saham pada perusahaan farmasi maka bisa dikatakan perusahaan farmasi telah mempunyai potensi yang sangat besar di pasar saham.

Uji Normalitas Data

Tabel 2
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		LN_ROA	Size	K_S_P	CSR	RS
N		34	34	34	34	34
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-2.3041	0.0926	0.1097	0.0621	0.1882
	Std. Deviation	0.63523	0.01928	0.03881	0.01409	0.15121
Most Extreme Differences	Absolute	0.18	0.143	0.179	0.163	0.204
	Positive	0.153	0.143	0.16	0.157	0.204
	Negative	-0.18	-0.092	-0.179	-0.163	-0.137
Kolmogorov-Smirnov Z		1.051	0.833	1.047	0.951	1.187
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.219	0.492	0.223	0.326	0.12

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari hasil tabel 2, data penelitian normal, yaitu data mempunyai (Asymp. Sig) > 0.05 maka data terdistribusi normal.

Pengujian Hipotesis

Uji Simultan (*F Test*)

Dapat diketahui bahwa dari tabel menunjukkan hasil dari pengujian terhadap hipotesis, dan berikut hasil uraiann atas pengujian hipotesis pengaruh *Profitabilitas*, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik terhadap CSR Hipotesis adalah H_{01} :

Tidak terdapat pengaruh secara signifikan simultan antara tipe Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Saham Publik Terhadap CSR. H_{a1} : Terdapat pengaruh secara signifikan simultan antara tipe Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Saham Publik Terhadap CSR. Dari hasil tabel 3 nilai signifikan dari pengujian tersebut adalah 0,048 nilai lebih kecil dari 0,05% (5%). Dapat disimpulkan bahwa H_{a1} diterima.

Tabel 3
Uji Simultan
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	0.001	3	0	2.954	.048 ^b
Residual	0.005	30	0		
Total	0.007	33			

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), LN_ROA, Size, K_S_P

Uji Parsial

Tabel 4
Uji Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	0.073	0.015		4.961	0		
1 Size	0.189	0.117	-0.259	1.612	0.118	0.997	1.003
K_S_P	0.091	0.058	-0.25	1.554	0.131	0.996	1.004
LN_ROA	0.007	0.004	-0.32	-1.99	0.056	0.998	1.002

a. Dependent Variable: CSR

Dapat diketahui bahwa dari tabel 4 menunjukkan hasil dari pengujian terhadap hipotesis, berikut adalah hasil uraiannya:

1. Pengujian Hipotesis Pengaruh *Profitabilitas* terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hipotesis: *Profitabilitas* (LN_ROA) memiliki nilai signifikan 0,056, dapat disimpulkan bahwa tingkat signifikan tersebut melebihi 0,05 (5%) yang berarti Ha2 ditolak. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa *Profitabilitas* tidak mempengaruhi CSR.
2. Pengujian Hipotesis Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hipotesis : Ukuran Perusahaan (Size) memiliki nilai signifikan 0,118 dapat disimpulkan bahwa tingkat signifikan tersebut melebihi 0,05 (5%) yang berarti Ha3 ditolak. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak dapat mempengaruhi CSR.
3. Pengujian Hipotesis Pengaruh Kepemilikan Saham Publik terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hipotesis: Kepemilikan

Saham Pubik memiliki nilai signifikan 0,131 dapat disimpulkan bahwa tingkat signifikan tersebut lebih dari 0,05 (5%) yang berarti Ha4 ditolak. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa Kepemilikan Saham Publik tidak mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR).

4. Pengujian Hipotesis *Corporate Social Responsibility* terhadap Return Saham. Hipotesis: *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai signifikan 0,007 dapat disimpulkan bahwa tingkat signifikan tersebut kurang dari 0,05 (5%) yang berarti Ha5 diterima. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* dapat mempengaruhi Return Saham.

Ho5 : Tidak terdapat pengaruh positif signifikan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Return Saham (RS). Ha5: Terdapat pengaruh positif signifikan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Return Saham (RS). *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai signifikan 0,007 dapat disimpulkan bahwa tingkat

signifikan tersebut kurang dari 0,05 (5%) yang berarti H_0 diterima. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social*

Responsibility dapat mempengaruhi *Return Saham*.

Tabel 5
Uji Parsial dengan menggunakan variabel intervening
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	0.515	0.114		4.508	0		
1 CSR	-5.19	1.798	-0.455	-2.887	0.007	1	1

a. Dependent Variable: RS

Analisis Jalur

Corporate Social Responsibility (CSR) memediasi Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Saham Publik dan Return Saham.

Pengaruh tidak langsung = $-0,829 \times -0,455$

= 0,377

Pengaruh Langsung = 0,739

Berdasarkan hasil diatas dengan mengabaikan nilai minus (-) maka dapat dilihat nilai pengaruh tidak langsung sebesar $0,377 < 0,739$ yang berarti bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam penelitian ini tidak berfungsi sebagai variabel intervening yang dapat mediasi antar variabel independen profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan saham public dengan variabel dependen yaitu Return Saham.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Return Saham menunjukkan taraf signifikan 0,007 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikan 0,05 dan nilai $\beta = -5,190$. Maka hipotesis kelima diterima. Penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh negatif *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Return Saham. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan CSR dan mengungkapkannya mengharapkan direspon oleh para investor. Karena investor cenderung tertarik dengan perusahaan yang lebih menginformasikan pengungkapan CSR pada laporan keuangannya dikarenakan investor menganggap perusahaan yang lebih menginformasikan adalah perusahaan yang

baik dan perusahaan tidak akan mendapatkan tekanan dari masyarakat atau publik. Tetapi dengan perusahaan lebih menginformasikan pengungkapan CSR akan membuat deviden bagi investor akan berkurang karena dalam mengungkapkan informasi dibutuhkan biaya yang lebih. Hal ini didukung oleh penelitian Tomas Setya Wahyu Budi (2013) bahwa CSR berpengaruh terhadap Return Saham.

Dari hasil penelitian ini pada pengujian path analysis menunjukkan hasil pengaruh tidak langsung $0,377 < 0,739$ pengaruh langsung, maka dapat dikatakan bahwa CSR tidak dapat memediasi Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik terhadap Return Saham karena dengan melihat pengungkapan CSR pada perusahaan farmasi sudah dapat melihat keadaan perusahaan yang baik dan dapat merespon keadaan tersebut.

Ha : Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Saham Publik terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji F menunjukkan nilai yang signifikan 0,048 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka hipotesis pertama diterima artinya profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Artinya semakin tinggi profitabilitas, semakin banyak perusahaan yang high profile, dan semakin banyak saham yang dimiliki perusahaan maka perusahaan cenderung lebih mendapatkan

perhatian dan pengawasan dari investor maupun publik, maka dari itu perusahaan perlu informasi yang lebih luas seperti mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk mengurangi tekanan dari masyarakat ataupun publik.

H₁ : Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Hasil pengujian secara parsial mengenai variabel rasio Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) bahwa profitabilitas memiliki nilai signifikan sebesar 0,056 yang berarti lebih besar dari 0,005% (5%) maka hipotesis kedua ditolak. Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh positif Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR), artinya perusahaan dengan tingkat Profitabilitas tinggi cenderung tidak akan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dikarenakan jika semakin luas pengungkapan CSR akan mengurangi tingkat laba/keuntungan perusahaan tersebut.

Hal ini konsisten dengan penelitian dari Hackston dan Milne (1996) dan Belkaoui dan Karpik (1989) melaporkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh pengungkapan CSR. Akan tetapi hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian Rani Widiyarsari Eko Putri (2014) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Hasil penelitian ini berkaitan dengan hasil penelitian dari Sembiring dalam Agatha, yang menyatakan bahwa hasil penelitian ini tidak mendukung teori, bahwa perusahaan dengan profitabilitas tinggi akan melakukan pengungkapan CSR yang lebih banyak. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang cukup tinggi belum tentu lebih banyak melakukan aktivitas kegiatan sosial, karena perusahaan lebih berorientasi pada laba (keuntungan) semata. Manajemen perusahaan lebih tertarik untuk memfokuskan pengungkapan informasi keuangan saja dan menganggap bahwa tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang kesuksesan memperoleh laba keuntungan tersebut.

Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, karena pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tergantung dari kesadaran manajemen perusahaan, bukan dari

kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan juga mampu menghasilkan profit yang tinggi, perusahaan akan cenderung menganggap bahwa pengungkapan CSR akan meningkatkan biaya-biaya sehingga perusahaan kurang dapat bersaing dengan perusahaan yang lainnya.

H₂ : Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan hasil pengujian variabel Ukuran Perusahaan secara parsial memiliki nilai signifikan sebesar 0,118 yang berarti lebih besar dari tingkat signifikan 0,05. Maka hipotesis ketiga ditolak. Artinya ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) artinya semakin besar ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR.

Hal ini konsisten dengan penelitian dari Arief dan Kurnia (2008) membuktikan ukuran tidak berpengaruh terhadap CSR. Akan tetapi hal tidak konsisten dengan penelitian dari Rizkia Anggita (2012), yang menyatakan semakin besar asset yang dimiliki perusahaan maka semakin luas pengungkapan CSR dan membuktikan hubungan positif dan signifikan antara ukuran perusahaan dengan CSR.

H₃ : Pengaruh Kepemilikan Saham Publik terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan hasil pengujian variabel Kepemilikan Saham Publik secara parsial memiliki nilai signifikan sebesar 0,131 yang berarti lebih besar dari tingkat signifikan 0,05. Maka hipotesis keempat ditolak. Artinya kepemilikan saham publik tidak berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) artinya semakin besar ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR.

Hal ini diduga adanya perbedaan kepentingan di antara pemegang saham publik dimana ada pihak yang lebih menyukai pelaksanaan CSR dan ada pihak lain yang tidak terlalu menyukai CSR, mengingat banyak biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan berkenaan dengan CSR tersebut. Pihak kedua ini memandang alangkah lebih baiknya jika biaya-biaya tersebut digunakan untuk melakukan investasi atau ekspansi maupun dibagikan dalam bentuk dividen ke pemegang saham ketimbang digunakan untuk pelaksanaan CSR.

Akibat perusahaan berusaha mengakomodir keinginan kedua pihak inilah maka diduga kepemilikan saham publik tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Dugaan lainnya adalah disebabkan kepemilikan saham publik yang terdiri dari gabungan beberapa pemegang saham retail (skala kecil) dimana mereka kurang bisa menjalankan fungsi monitoring dan tidak bisa terlalu menekan ke perusahaan dalam kaitannya dengan pengungkapan CSR (Rahman dan Widyasari, 2008).

Berdasarkan uraian di atas, dapat dikatakan bahwa kegiatan CSR yang dilakukan sebagai tanggung jawab sosial, tidak dipengaruhi oleh besarnya kepemilikan saham publik. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Novita dan Djakman (2008) dan Santoso (2011).

H₄ : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Return Saham

Hasil pengujian secara parsial mengenai variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Return Saham menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar 0,007 yang berarti lebih kecil dari 0,05 (5%) dengan $\beta = -5,190$. Maka hipotesis kelima diterima. Penelitian ini menunjukkan terdapat Return Saham, artinya *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Return Saham, artinya perusahaan yang melakukan kegiatan CSR dan mengungkapkannya mengharapkan direspon oleh para investor. Karena investor cenderung tertarik dengan perusahaan yang lebih menginformasikan pengungkapan CSR pada laporan keuangannya. Dikarenakan investor menganggap perusahaan yang lebih menginformasikan adalah perusahaan yang baik dan perusahaan tidak akan mendapatkan tekanan dari masyarakat atau public. Tetapi dengan perusahaan yang lebih menginformasikan CSR akan membuat deviden bagi investor menjadi berkurang karena dalam mengungkapkan informasi membutuhkan biaya yang lebih. Hal ini didukung oleh penelitian Tomas Setya Wahyu Budi (2013) bahwa CSR berpengaruh terhadap CSR.

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah perusahaan yang melakukan kegiatan CSR dan mengungkapkannya mengharapkan direspon

oleh para investor. Karena investor cenderung tertarik dengan perusahaan yang lebih menginformasikan pengungkapan CSR pada laporan keuangannya. Dikarenakan investor menganggap perusahaan yang menginformasikan CSR adalah perusahaan yang baik dan perusahaan tidak akan mendapatkan tekanan dari masyarakat atau public atas kegiatan perusahaan tersebut. Tetapi dengan perusahaan yang lebih menginformasikan CSR akan membuat deviden bagi investor menjadi berkurang karena dalam mengungkapkan informasi membutuhkan biaya yang lebih.

Daftar Pustaka

- Andreas Togu, (2016), Pengaruh *Profitabilitas*, Ukuran Perusahaan Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap *Return Saham* Dengan Csr Sebagai Variabel Intervening, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul, Jakarta Indonesia
- Anggraini, Novia. (2014). "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012)", Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Esa Unggul
- Anizza Putri, Giovani. (2013). "Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Harga Saham (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa efek Indonesia Periode 2009-2011)". Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Annisa, Siti, (2014) "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2012)." Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Esa Unggul
- Ganerse, I Made Brian Pengaruh *Profitabilitas*, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Return Saham Perusahaan

F&B Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Udayana, Bali, Indonesia

- Hermanto, (2013). Pengaruh Roe, Per, Der, Dan Wctt Terhadap Pembagian Deviden Pada Perusahaan *Go Public* Di Bursa Efek Indonesia, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul, Jakarta Indonesia
- Lestari, Maharani Ika dan Toto Sugiharto. (2007). Kinerja Bank Devisa Dan Bank Non Devisa Dan Faktor - Faktor Yang Mempengaruhinya. Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitek & Sipil). 21 - 22 Agustus, Vol.2. Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma.
- Nur, Marzully, (2012). "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori High Profile yang Listing di Bursa Efek Indonesia)." Universitas Negeri Yogyakarta
- Setiawan, Budi. (2016). "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Return Saham Dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2014." Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa Unggul
- Veronica "Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2014". Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Esa Unggul
- Yulianthini, Ni Nyoman, Ni Luh Lina Mariani, Fridayana Yudiaatmaja "Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Return Saham", Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Indonesia
- Yuniarni, Sheilla "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di BEI Tahun 2010 – 2012" , Hal 14 – 17
- Zulfa, Ingga, (2013). "Pengaruh Rentabilitas, Likuiditas, Kecukupan Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Perbankan yang Listing di Bursa Efek Indonesia." Universitas Negeri Padang