

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* (CSR) DAN PERTUMBUHAN
PENJUALAN TERHADAP PROFITABILITAS
PERUSAHAAN**

**(Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek
Indonesia periode 2015-2019)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana**



Disusun oleh:
Kartika Tri Rahayu
NPM. 16.0102.0031

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG**

TAHUN 2020

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DAN PERTUMBUHAN
PENJUALAN TERHADAP PROFITABILITAS
PERUSAHAAN**

**(Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek
Indonesia periode 2015-2019)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana**

**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Magelang**



Disusun oleh :
Kartika Tri Rahayu
NIM,16.0102.0031

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG**

TAHUN 2020

SKRIPSI

PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN

(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar
di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Kartika Tri Rahayu

NPM 16.0102.0031

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal ..26 Agustus 2020.....

Susunan Tim Penguji

Pembimbing

Dr. Lilik Andriyani, S.E., M.Si

Pembimbing

Anissa Hakim Purwantini, S.E., M.Sc

Pembimbing II

Tim Penguji

Dr. Lilik Andriyani, S.E., M.Si

Ketua

Faqiatul Mariwa Waharini, S.E., M.Si

Sekretaris

Betari Maharani, S.E., M.Sc

Anggota

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana S1



Tanggal 1 SEP 2020

Dra. Marlina Kurnia, MM

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kartika Tri Rahayu

NPM : 16.0102.0031

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Akuntansi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP PROFITABILITAS
PERUSAHAAN
(Studi Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Periode 2015-2019)**

adalah benar-benar hasil karya Saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan Saya ini tidak benar, maka Saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Magelang, 2020

Pembuat pernyataan,



Kartika Tri Rahayu

NIM. 16.0102.0031

RIWAYAT HIDUP

Nama : Kartika Tri Rahayu
Jenis kelamin : Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir : Temanggung, 02 April 1995
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah : Dusun Pikatan, RT 001 RW 003, Desa Mudal
Kecamatan Temanggung, Kabupaten Temanggung
Alamat Email : Kartika.rahayu20@yahoo.com

Pendidikan Formal

Sekolah Dasar (-2004-2010) : SD Negeri 1 Mudal
SMP (-2010-2012) : SMP Negeri 1 Tembarak
SMK (2011-2013) : SMK Swadaya Temanggung
Perguruan Tinggi (2016-2020): S1 Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang

Magelang, 2020

Peneliti


Kartika Tri Rahayu

NPM. 16.0102.0031

MOTTO

“Jika kamu ingin hidup bahagia, terikatlah pada tujuan, bukan orang atau benda”

-Alberts Einstein-

“Sukses adalah saat persiapan dan kesempatan bertemu”

-Boby Unser-

“kesempatan bukanlah hal yang kebetulan. Kamu harus menciptakannya”

-Chris Grosser-

“Hanya Pendidikan yang bisa menyelamatkan masa depan, tanpa Pendidikan Indonesia tak mungkin bertahan”

-Najwa Shihab-

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr.Wb

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul “**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN (Studi pada Perusahaan Mnfaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019)**”.

Skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi program Strata (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Magelang.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar - besarnya kepada:

1. Ibu Lilik Andriyani, M.Si selaku dosen pembimbing 1 dan ibu Annisa Hakim Purwantini .S.E, M.Sc selaku pembimbing II yang telah mengorbankan waktu tenaga dan pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
2. Bapak Wawan Sadtyo N.S.E, M.Si, Ak, CA. selaku Ketua Program Studi Akuntansi dan Ibu Yulinda selaku Dosen Wali Kelas yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Yulinda selaku Dosen Pembimbing Akademik kelas Akuntansi Pararel.
4. Ibu Faqiatul Mariya Waharini, S.E., M.Si dan Ibu Betari Maharani, S.E., M.Sc selaku dosen penguji yang sudah banyak membantu memberikan saran terhadap perbaikan skripsi saya dan banyak membantu memberikan masukan di dalam perbaikan skripsi.
5. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dan semangatnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan.....	iii
Surat Pernyataan Keaslian Skripsi.....	iv
Motto.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel	vii
Daftar Gambar	vii
Daftar Lampiran	vii
Abstrak....	xiii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah... ..	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Kontribusi Penelitian.....	13
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS.....	 15
A. Telaah Teori.....	15
1. Teori Sinyal (<i>Signaling Theory</i>).....	15
2. Profitabilitas.....	19
3. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	20
4. Pertumbuhan Penjualan.....	25
B. Telaah Penelitian Sebelumnya.....	30
C. Perumusan Hipotesis.....	35

D. Model Penelitian	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Populasi dan Sampel.....	42
B. Data Penelitian.....	43
C. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel	44
D. Metode Analisis.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Sampel Penelitian	54
B. Statistik Deskriptif	55
C. Uji Asumsi Klasik.....	56
D. Analisis Regresi Berganda.....	49
E. Uji Hipotesis.....	50
F. Pembahasan.....	54
BAB V KESIMPULAN	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Keterbatasan Penelitian.....	74
C. Saran.....	74
Daftar Pustaka	76
Lampiran	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kinerja Perusahaan Manufaktur.....	8
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1 Kriteria Uji Autokorelasi (Uji Durbin – Watson)	50
Tabel 4.1 Sampel Penelitian.....	54
tabel 4.2 Uji Statistik Deskriptiv	48
tabel 4.3 <i>One Sample Kolmogrov – Sminov Test</i> (ROA)	49
tabel 4.4 <i>One Sample Kolmogrov – Sminov Test</i> (ROE)	49
tabel 4.5 Uji Multikolinieritas (ROA)	50
tabel 4.6 Uji Multikolinieritas (ROE)	50
tabel 4.7 Uji Gletser (ROA)	51
tabel 4.8 Uji Gletser (ROE).....	52
tabel 4.9 Uji Autokorelasi (ROA)	52
tabel 4.10 Uji Autokorelasi (ROE).....	53
tabel 4.11 Uji Regresi Linear Berganda (ROA).....	53
tabel 4.12 Uji Regresi Linear Berganda (ROE)	54
tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi (ROA).....	55
tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi (ROE)	55
tabel 4.15 Uji F (ROA).....	56
tabel 4.16 Uji F (ROE)	57
tabel 4.17 Uji t (ROA).....	58
Tabel 4.18 Uji t ROE).....	59
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Hipotesis.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	41
Gambar 3.1 Kurve Uji F	52
Gambar 3.2 Kurve Uji t Penerimaan Hipotesis.....	53
Gambar 4.1 Nilai Kritis Uji F (ROA)	63
Gambar 4.2 Nilai Uji Kritis Uji F (ROE).....	64
Gambar 4.3 Kurva Uji T variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> (ROA)	65
Gambar 4.4 Kurva Uji t Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> (ROE).....	65
Gambar 4.5 Kurva Uji t Variabel Pertumbuhan Penjualan (ROA).....	66
Gambar 4.6 Kurva Uji t Variabel Pertumbuhan Penjualan (ROE)	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Nama Perusahaan Manufaktur tahun 2015-2019	81
Lampiran 2 Hasil Perhitungan Variabel Penelitian.....	82
Lampiran 3 Uji Statistik Deskriptif	85
Lampiran 4 Uji Normalitas.....	72
Lampiran 5 Uji Multikoloni ROA.....	86
Lampiran 6 Uji Multikolonieritas (ROE)	87
Lampiran 7 Uji Autokorelasi (ROA).....	88
Lampiran 8 Uji Autokorelasi (ROE).....	90
Lampiran 9 Uji Heteroskedastisitas (ROA).....	76
Lampiran 10 Uji Heteroskedastisitas (ROE).....	76
Lampiran 11 Uji Koefisien Determinasi (ROA).....	77
Lampiran 12 Uji Koefisien Determinasi (ROE).....	77
Lampiran 13 Uji F (ROA).....	78
Lampiran 14 Uji F (ROE).....	78
Lampiran 15 Uji T (ROA).....	79
Lampiran 16 Uji T (ROE).....	79

ABSTRAK

PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN
(Studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019)

Oleh :

Kartika Tri Rahayu

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri yang menunjukkan efektivitas perusahaan, semakin tinggi laba yang dihasilkan maka perusahaan tersebut semakin efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas perusahaan. Profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Return On Asset* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE). Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2019. Berdasarkan metode pengambilan sampel dengan *purposive sampling* dengan periode penelitian 5 tahun diperoleh sampel sebanyak 13 perusahaan. Uji hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Sedangkan Pertumbuhan Penjualan (*GROWTH*) berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa *stakeholder* dan *shareholder* lebih mengandalkan informasi keuangan dibandingkan informasi non-keuangan seperti pengungkapan CSR dalam mengambil keputusan.

Kata kunci : *Corporate social responsibility* (CSR), Pertumbuhan Penjualan (*GROWTH*), Profitabilitas.

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Informasi mengenai kondisi keuangan perusahaan sangat diperlukan bagi suatu perusahaan, dengan tujuan untuk dapat digunakan sebagai pengambilan keputusan ekonomi, didukung oleh *Accounting Principles Board (APB) Opinion No.4* yang menyatakan tentang fungsi dari laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang bersifat finansil mengenai aktivitas ekonomi, dan digunakan untuk pengambilan keputusan ekonomi (Poneros et al., 2001). Tujuan pelaporan keuangan adalah menyediakan informasi kepada investor mengenai prospek kondisi keuangan perusahaan. Bagi investor hal ini terkait dengan *return* yang diharapkan dari dana yang diinvestasikan.

Manajemen pada perusahaan juga memiliki tanggung jawab untuk mengelola dana investor sehingga memberikan manfaat bagi mereka dan mencari sumber dana dari investor lain untuk mengembangkan bisnis. Perusahaan membuat laporan pertanggungjawaban di setiap tahunnya sebagai cerminan kinerja perusahaan ditahun itu kepada investor. Laporan tahunan juga berfungsi sebagai alat untuk menarik investor supaya menanamkan modalnya pada perusahaan. Dalam laporan tersebut terdapat laporan kinerja keuangan perusahaan. Laporan kinerja keuangan adalah gambaran dari kondisi keuangan suatu perusahaan pada periode tertentu. Penilaian kinerja keuangan dapat dilakukan melalui analisis rasio-rasio yang diantaranya ada analisis rasio profabilitas.

Profitabilitas yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Seorang manajer dituntut untuk menaikkan pendapatan, membiayai semua kegiatan perusahaan, menambah aset dan melunasi hutang perusahaan. Peningkatan profitabilitas adalah tugas yang penting bagi seorang manajer. Permasalahan likuiditas yang berkorelasi dengan permasalahan kesanggupan perusahaan untuk mencukupi kewajiban finansialnya yang harus segera dipenuhi menurut Sufiana dan Purnawati (2013).

Profitabilitas menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Profitabilitas sering digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan modal dalam suatu perusahaan dengan membandingkan antara laba dengan modal yang digunakan dalam operasi. Perusahaan selalu mengharapkan peningkatan pada profitabilitasnya, jika keuntungan perusahaan meningkat secara teratur maka perusahaan tersebut dapat mengelola aktiva secara efektif dan efisien sehingga mampu menghasilkan profitabilitas yang tinggi. Akan tetapi, keuntungan yang besar tidak menjamin atau bukan merupakan ukuran bahwa perusahaan tersebut dapat melangsungkan hidupnya secara kontinyu. Perusahaan dalam kaitanya untuk mempertinggi profitabilitas menemui beberapa permasalahan salah satunya adalah menyangkut masalah keseimbangan finansial. Keseimbangan finansial perusahaan dapat dicapai apabila perusahaan tersebut selama menjalankan fungsinya tidak menghadapi gangguan-gangguan finansial yaitu dengan jumlah modal yang dibutuhkan (Riyanto & Siroj, 2011).

Menurut Kasmir (2015) Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio profitabilitas juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya bahwa penggunaan rasio ini menunjukkan efektivitas perusahaan, semakin tinggi laba yang dihasilkan maka perusahaan tersebut semakin efektif. Rasio profitabilitas dapat diukur dengan beberapa indikator sebagai berikut ROE (*Return on Equity*) dan ROA (*Return on Asset*).

ROE (*Return on Equity*) merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan modal sendiri. Rasio ROE (*Return on Equity*) menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, begitu juga sebaliknya (Kasmir, 2015).

ROA (*Return On Asset*) merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROA juga merupakan suatu ukuran tentang efektifitas manajemen dalam mengelola investasinya (Kasmir, 2015).

Pada masa sekarang ini, agar suatu perusahaan dapat bertahan hidup maka harus memiliki kepedulian perusahaan ini diimplementasikan dengan CSR yang dilakukan perusahaan. Perusahaan yang baik tidak hanya dituntut untuk menghasilkan laba yang besar (*profit*). Melainkan juga memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*), hal ini perlu dilakukan karena dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya

perusahaan akan berinteraksi secara langsung maupun tidak langsung dengan lingkungannya. Hal tersebut sesuai dengan konsep *triple bottom line* menurut Elkington, (1998) dimana tanggung jawab sosial perusahaan mencakup 3 dimensi utama yaitu mencari keuntungan (*profit*) bagi perusahaan, memberdayakan masyarakat (*pople*), dan memelihara kelestarian alam bumi (*planet*).

Di Indonesia, wacana mengenai kesadaran dalam menjaga lingkungan dan tanggung jawab sosial telah diatur dalam UU Perseroan Terbatas No 40 pasal 74 tahun 2007 menyebutkan bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. UU No.40 Pasal 66 ayat 2c tahun 2007 juga menyebutkan bahwa perseroan wajib melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan. Batasan jelas tentang jumlah anggaran terlihat pada Peraturan Menteri Negara BUMN No. 4 tahun 2007, yakni 2% laba perusahaan harus disisihkan untuk PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan).Dapat diartikan bahwa ketika CSR semakin banyak yang diungkapkan, maka kepercayaan masyarakat akan tanggung jawab dari dampak yang disebabkan oleh aktivitas perusahaan juga semakin tinggi, sehingga perusahaan akan melakukan aktivitasnya / produksinya dengan lancar. Dengan begitu perusahaan akan menghasilkan laba yang maksimal atas kegiatan operasionalnya.

Salah satu perusahaan yang telah menerapkan CSR pada perusahaannya adalah dalam bidang korporasi, di bawah payung Yayasan Unilever Indonesia, telah menjalankan tanggung jawab perusahaannya dalam bidang : Program

pemberdayaan masyarakat / UKM (Program Pemberdayaan Petani Kedelai Hitam), program edukasi kesehatan masyarakat (Pola Hidup Bersih dan Sehat / PHBS). Pada tanggal 31 Maret 2008, PT. Unilever Indonesia melalui Yayasan Unilever Indonesia bersama mitra strategisnya diantaranya Badan Pengelola Lingkungan Hidup DKI Jakarta (BPLHD) kembali melanjutkan program Jakarta *Green and Clean* (JGC) di tahun 2008 ini sebagai salah satu bentuk kegiatan CSR. Gerakan Jakarta *Green and Clean* (JGC) ini salah satunya adalah mengelola sampah menjadi komoditi yang lebih produktif, misalnya sampah basah yang dahulu tidak berguna dapat diolah menjadi kompos yang dapat digunakan sendiri atau dapat dijual, sampah kering dapat diolah menjadi barang kerajinan.

Melalui berbagai Program CSR yang telah dilakukan oleh PT. Unilever Indonesia menunjukkan bahwa perusahaan tersebut sangat memperhatikan dan sangat peduli terhadap kesehatan serta kebersihan masyarakat Indonesia. Terbukti dengan suksesnya program JGC yang telah dibuat sejak tahun 2008 hingga kini program tersebut sangat membantu masyarakat dalam mengelola lingkungan sehat dan bersih. Tak hanya penanggulangan sampah dengan diadakannya program tersebut terciptanya tali silaturahmi antar warga serta meningkatkan pendapatan masyarakat. Diharapkan program ini bisa terus berlanjut bahkan lebih baik lagi. Sehingga kepercayaan masyarakat terhadap PT Unilever semakin tinggi.

Corporate Social Responsibility dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan, dimana dengan melakukan aktivitas CSR perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan sehingga reputasi perusahaan juga meningkat di mata masyarakat. Jadi masyarakat akan

berkeinginan untuk membeli produk perusahaan. Semakin laku produk perusahaan di pasaran maka laba (*profit*) yang dapat dihasilkan perusahaan akan semakin meningkat. Dengan meningkatnya *profit* akan dapat menarik investor, karena profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya (Kusumadilaga, 2010). Hal ini akan secara signifikan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan.

Disamping pentingnya *Corporate Social Responsibility* ini, manajemen perusahaan juga memiliki tanggung jawab untuk mengelola dana investor sehingga memberikan manfaat bagi mereka dan mencari sumber dana dari investor lain untuk mengembangkan bisnis. Perusahaan membuat laporan pertanggungjawaban di setiap tahunnya sebagai cerminan kinerja perusahaan ditahun itu kepada investor. Laporan tahunan juga berfungsi sebagai alat untuk menarik investor supaya menanamkan modalnya pada perusahaan. Dalam laporan tersebut terdapat laporan kinerja keuangan perusahaan. Laporan kinerja keuangan adalah gambaran dari kondisi keuangan suatu perusahaan pada periode tertentu. Penilaian kinerja keuangan dapat dilakukan melalui analisis rasio-rasio yang diantaranya ada analisis rasio profitabilitas.

Perusahaan yang terkadang melalaikan tuntutan tanggung jawab sosial tersebut dengan alasan bahwa *stakeholders* tidak memberikan kontribusi terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Giannarakis, et. al. (2016) menjelaskan bahwa pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan menjadi semakin penting dipihak pemangku kepentingan perusahaan, seperti investor dan manajer strategis. *Return on asset* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE)

digunakan sebagai proksi untuk kinerja keuangan dan profitabilitas, karena yang sering digunakan sebagai indikator keuangan. Hal ini juga dikarenakan awal dari budaya perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan yang dilihat dari untung atau rugi, sedangkan keikutsertaan perusahaan dalam tanggung jawab sosial justru dianggap menambah biaya karena harus mengeluarkan biaya ekstra untuk pengolahan limbah, perlindungan kesehatan dan keselamatan kerja serta lingkungan, *strict control* terhadap produk agar ramah lingkungan. Semuanya itu menambah biaya perusahaan yang akan mengurangi pembagian keuntungan (*dividen*) bagi investor (Ratnasari, 2016).

Adapun beberapa masalah sosial yang terlibat atau terkait merupakan karena masalah sosial dengan kepentingan berbagai pihak yang saling berhubungan atau berkaitan, masalah sosial yang saat ini menjadi sorotan berbagai pihak adalah munculnya isu tanggung jawab sosial dan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Seperti yang kita ketahui, beberapa perusahaan lokal yang menyebabkan pencemaran lingkungan dan sempat menjadi *Headline* di berita nasional seperti PT. Lapindo Brantas di Sidoarjo, Jawa Timur, P.T *Freeport* di Irian Jaya, dan *Newmont* Minahasa Raya di Buyat, Sulawesi, tahun 2006. Kejadian - kejadian ini telah membuka mata orang-orang Indonesia tentang betapa pentingnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut dan yang selanjutnya program CSR tahun 2016 PT. Holcim yang belum diberikan yang menyebabkan warga sekitar PT. Holcim melakukan demo dengan tujuh tuntutan realisasi program *Corporate Social Responsibility*. Diantaranya tidak adanya transparansi proses perekrutan tenaga kerja (Naker) sesuai dengan kesepakatan perusahaan yang awalnya akan

melibatkan 75% naker lokal dan 25% naker asing. Akibat dari kejadian 5 unjuk rasa masyarakat ini berimbas pada laba perusahaan turun pada tahun 2017. Di Indonesia sebagai negara yang terdiri dari perpaduan berbagai kebudayaan dan lingkungan, pemerintah sangat menyadari pentingnya untuk menjaga lingkungan tersebut khususnya untuk perusahaan yang kegiatannya sangat berkaitan erat dengan lingkungan.

Kedepannya perusahaan perlu memperhatikan CSR secara benar agar implementasinya bisa dirasakan secara langsung oleh perusahaan dan juga masyarakat luas. Artinya untuk jangka panjang CSR akan sangat berdampak banyak kepada perusahaan (Cahyono, 2011). Dalam mengukur kinerja perusahaan, peneliti menggunakan perhitungan kinerja keuangan yang diukur menggunakan *Return On Asset* (ROA) dan menggunakan *Return On Equity* (ROE). Rekap data kinerja keuangan perusahaan manufaktur tertera pada Tabel 1.1.

Tabel 1 .1

Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur

No	Emiten	Rasio	Tahun					Standar Rasio
			2015	2016	2017	2018	2019	
1	CPIN	ROA	7,42%	9,195%	10,18%	13,14%	18,73%	30%
		ROE	14,59%	15,72%	15,90%	15,51%	23,47%	40%
2	JPFA	ROA	3,06%	11,28%	5,25%	9,78%	22,06%	30%
		ROE	8,585	23,17%	11,31%	7,48%	16,46%	40%
3	MAIN	ROA	-1,57%	7,40%	1,20%	6,56%	14,99%	30%
		ROE	-4,01%	15,79%	2,86%	3,28%	7,51%	40%
4	SIPD	ROA	-16,11%	0,51%	-29,91%	10,16%	2,99%	30%
		ROE	-49,31%	1,14%	-44,85%	36,16%	8,63%	40%

Sumber: www.idx.co.id

Berdasarkan contoh data perusahaan manufaktur dari empat perusahaan adalah perusahaan sub sektor pakan ternak, mengambil empat perusahaan sub sektor pakan ternak karena di Indonesia saat ini perusahaan sub sektor pakan ternak mengalami pertumbuhan yang pesat dalam laba sehingga diambil empat perusahaan sebagai contoh perhitungan ukuran kinerja keuangan yaitu PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk, PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk, PT. Malindo Feedmill Tbk, dan PT. Searad Produce Tbk pada tahun 2015–2019, menunjukkan bahwa kinerja keuangan yang diukur menggunakan ROA dan ROE belum bisa maksimal dan masih dibawah standar meskipun perusahaan tersebut sudah menjalankan kewajibannya dalam melaporkan CSR sesuai dengan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Standar rasio pada pengukuran kinerja keuangan perusahaan adalah 30% untuk ROA dan 40% untuk ROE (Kasmir, 2008).

Kasus berikutnya yang muncul di berita nasional adalah dari PT. Petrokimia Gresik yang terpaksa menghentikan operasi pabrik amonia dan ureanya untuk beberapa bulan PT Petrokimia Gresik yang terpaksa menghentikan produksi pupuk urea sejak 23 November 2006. Langkah diambil menyusul terganggunya pasokan gas akibat ledakan pipa gas milik PT Pertamina di Kilometer 38 Tol Porong - Gempol di areal semburan lumpur PT Lapindo Brantas di Sidoarjo, Jawa Timur tahun 2006. Peristiwa tersebut berakibat pada kinerja keuangan yang menurun. Program CSR sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap tanggung jawab sosialnya merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan agar peristiwa tersebut tidak sampai terjadi.

Pertumbuhan (*Growth*) adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi dalam perusahaan. Pada umumnya, perusahaan yang tumbuh dengan cepat memperoleh hasil yang positif dalam era persaingan. Pertumbuhan cepat juga memaksa sumberdaya manusia yang dimiliki untuk secara optimal memberikan kontribusinya, agar pertumbuhan cepat tidak memiliki arti pertumbuhan biaya yang kurang terkendali. Maka dalam mengelola pertumbuhan, perusahaan harus memiliki pengendalian operasi dengan penekanan pada pengendalian biaya. Pertumbuhan aset menggambarkan pertumbuhan aktiva perusahaan yang akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan yang meyakini dalam menciptakan laba bersih.

Pertumbuhan penjualan dan profitabilitas dapat berubah-ubah dari waktu ke waktu. Demikian pula yang terjadi pada perusahaan manufaktur sebagai contoh mengambil 3 contoh taun perusahaan manufaktur pada tahun 2015, pertumbuhan penjualan menurun menjadi 10,07% dibanding tahun 2014. Tahun 2016 pertumbuhan penjualan meningkat menjadi 10,06% namun tahun berikutnya (2017) turun lagi menjadi 2,73%. Kondisi yang sama tahun 2015 kembali turun menjadi 8%. Tahun 2016 profitabilitas meningkat menjadi 10,45%, namun pada tahun 2017 profitabilitas kembali turun menjadi 8,01%. Jadi jelas bahwa peningkatan dan penurunan pertumbuhan penjualan diikuti peningkatan dan penurunan profitabilitas.

Penelitian-penelitian sebelumnya mengenai pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur di bursa efek Indonesia tahun 2013-2017. Penelitian Tanod, et. al. (2019) yang menganalisis tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas (ROA dan

ROE) menyimpulkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap ROA dan ROE. Penelitian oleh Parengkuan (2017) yang menganalisis pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan hasil menunjukkan CSR tidak berpengaruh terhadap ROA. Penelitian Gantino (2016) yang menganalisis tentang pengaruh CSR pada kinerja keuangan perusahaan (ROE, ROA, dan PBV) menyimpulkan bahwa CSR berpengaruh positif pada kinerja keuangan yang diukur dengan ROE, ROA dan PBV. Hasil penelitian tersebut tidak konsisten dengan penelitian Arshad et al. (2015) yang menganalisis tentang pengaruh CSR pada kinerja keuangan perusahaan (ROA dan Tobin's Q) menyimpulkan bahwa CSR berpengaruh negatif pada ROA, tetapi berpengaruh positif pada Tobin's Q. Parengkuan (2017) juga menyimpulkan CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan (ROA).

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tanod, et. al. (2019) yang menganalisis tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas (ROA dan ROE) menyimpulkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap ROA dan ROE. Perbedaan **pertama** dengan penelitian sebelumnya adalah peneliti menambahkan variabel bebas yaitu pertumbuhan penjualan dalam penelitian. Alasan peneliti menambahkan variabel tersebut adalah pertumbuhan penjualan mempunyai hubungan terhadap profitabilitas dimana adalah karena pertumbuhan penjualan merupakan kriteria penting untuk menilai profitabilitas perusahaan dan merupakan indikator utama atas aktivitas perusahaan (Andrayani dan Nurendah, 2013). Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang strategis bagi perusahaan karena pertumbuhan penjualan ditandai dengan peningkatan *market share* yang

akan berdampak pada peningkatan penjualan dari perusahaan sehingga akan meningkatkan profitabilitas dari perusahaan (Pagano dan Schivardi, 2003).

Perbedaan **kedua** adalah penelitian ini menggunakan periode terbaru yaitu periode 2015 - 2019 untuk penelitian sebelumnya menggunakan periode 2013 - 2017. Alasan peneliti mengambil 5 (lima) periode untuk diteliti karena tahun tersebut dipilih supaya hasil yang didapatkan merupakan hasil yang sesuai dengan keadaan saat ini, karena menggunakan data-data yang terbaru.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji secara empiris adakah pengaruh pengungkapan dari CSR (*Corporate Social Responsibility*) dan Pertumbuhan Penjualan terhadap profitabilitas khususnya pada perusahaan manufaktur. Meskipun penelitian ini telah cukup banyak dilakukan, akan tetapi hasil dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan tersebut berbeda-beda dan dari penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terdapat perbedaan mengenai periode terbaru pada tahun perusahaan manufaktur dan adanya tambahan variabel independen yaitu pertumbuhan penjualan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, perumusan pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap *Return On Assets* (ROA)?
2. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap *Return On Equity* (ROE)?

3. Apakah pengaruh pertumbuhan penjualan perusahaan berpengaruh terhadap *Return On Assets* (ROA)?
4. Apakah pengaruh pertumbuhan penjualan perusahaan berpengaruh terhadap *Return On Equity* (ROE)?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Menguji secara empiris pengungkapan CSR terhadap *Return On Assets* (ROA).
2. Menguji secara empiris pengungkapan CSR terhadap *Return On Equity* (ROE).
3. Menguji secara empiris pertumbuhan penjualan terhadap *Return On Assets* (ROA).
4. Menguji secara empiris pertumbuhan penjualan terhadap *Return On Equity* (ROE).

D. Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat/kegunaan antara lain :

1. Hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan mengenai pentingnya pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi atau pengembangan atas teori-teori yang telah ada dan menambah wawasan dalam melakukan penelitian dengan topik CSR, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas.

3. Bagi perusahaan, dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial untuk diungkapkan di dalam laporan perusahaan dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial dan perusahaan dapat mengetahui kebijakan yang harus diambil untuk kelangsungan usaha.
4. Bagi investor, akan memberikan informasi yang dapat memberikan pertimbangan mengenai aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi selain dari aspek fundamental.
5. Bagi masyarakat, akan memberikan kesadaran bahwa masyarakat dapat berperan sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan juga semakin meningkatkan kesadaran mereka akan hak-hak yang harus diperoleh.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Tinjauan Pustaka

1. Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal dicetuskan pertama kali oleh Michael (1973) dalam penelitiannya yang berjudul *Job Market Signalling*. Teori ini melibatkan dua pihak, yakni pihak dalam seperti manajemen yang berperan sebagai pihak yang memberikan sinyal dan pihak luar seperti investor yang berperan sebagai pihak yang menerima sinyal tersebut. Spence mengatakan bahwa dengan memberikan suatu isyarat atau sinyal, pihak manajemen berusaha memberikan informasi yang relevan yang dapat dimanfaatkan oleh pihak investor. Kemudian, pihak investor akan menyesuaikan keputusannya sesuai dengan pemahamannya terhadap sinyal tersebut.

Teori ini dikembangkan kembali oleh Ross (1977), memaparkan bahwa pihak eksekutif perusahaan yang memiliki informasi lebih baik mengenai perusahaannya akan terdorong untuk menyampaikan informasi tersebut kepada investor. Informasi tersebut biasanya dalam bentuk laporan keuangan tahunan yang berisi mengenai informasi keadaan perusahaan, catatan masa lalu maupun keadaan perusahaan, dan juga dapat mencerminkan kinerja suatu perusahaan. *Signaling Theory* sendiri menyatakan dimana sebuah informasi perusahaan hendaknya juga dapat diberitakan kepada pihak eksternal seperti pemberitahuan laporan keuangan sehingga terjadi asimetri informasi antara perusahaan dan masyarakat. Pelaksanaan CSR berkaitan erat dengan yang namanya keselarasan informasi. Artinya perusahaan dalam hal ini

melaporkan kinerjanya dari hasil laporan yang dipublikasikan. Laporan yang dihasilkan tersebut harus sesuai dengan kenyataan, maka informasi yang didapat masyarakat akan sesuai dengan yang dimiliki perusahaan (Pramana dan Yadnyana, 2016).

Teori sinyal sendiri memberi penjelasan dimana perusahaan hendaknya melakukan hubungan timbal balik kepada pihak eksternal perusahaan secara merata dan baik, sehingga manfaat yang didapat dapat dirasakan juga secara bersama-sama. Dimana teori sinyal menjelaskan akan pentingnya sebuah informasi yang merata antar atasan dan bawahan pada suatu perusahaan. Informasi yang merata akan membawa keselarasan dalam bekerja karena dengan mendapatkan informasi yang sama maka karyawan dan masyarakat tidak akan salah paham nantinya satu sama lainnya. *Signaling Theory* dalam hubungannya dengan CSR yaitu menjelaskan bagaimana seharusnya sinyal-sinyal keberhasilan atau kegagalan manajemen (*agent*) disampaikan kepada pemilik modal (*principle*). Penyampaian laporan keuangan ini dapat dianggap sebagai sinyal, yang berarti bahwa apakah karyawan telah berbuat sesuai dengan pekerjaannya serta apakah telah melaksanakan kegiatan-kegiatan sosial yang memberi manfaat tentunya kepada perusahaan dan lingkungan sekitar (Pramana dan Yadnyana, 2016).

Signaling Theory mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain.

Teori sinyal menjelaskan bahwa pemberian sinyal dilakukan oleh manajer untuk mengurangi asimetri informasi. Secara garis besar *signaling theory* erat kaitanya dengan ketersediaan informasi. Teori sinyal dikembangkan dalam ilmu ekonomi dan keuangan untuk memperhitungkan kenyataan bahwa orang dalam (*insiders*) perusahaan pada umumnya memiliki informasi yang lebih baik dan lebih cepat dibandingkan dengan investor luar. Oleh karena itu sebagai pengelola, manajer berkewajiban memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik. Sinyal yang diberikan dapat dilakukan melalui pengungkapan informasi akuntansi seperti laporan keuangan.

Laporan keuangan dapat digunakan untuk mengambil keputusan bagi para investor, laporan keuangan merupakan bagian terpenting dari analisis fundamental perusahaan. Pemeringkatan perusahaan yang telah *go-public* lazimnya didasarkan pada analisis rasio keuangan. Analisis ini dilakukan untuk mempermudah interpretasi terhadap laporan keuangan yang telah disajikan oleh manajemen (Kretarto, 2001:53). Kualitas keputusan investor dipengaruhi oleh kualitas informasi yang diungkapkan perusahaan dalam laporan keuangan. Kualitas informasi tersebut bertujuan untuk mengurangi asimetri informasi yang timbul ketika manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa mendatang dibanding pihak eksternal perusahaan. Informasi yang berupa pemberian peringkat obligasi perusahaan yang dipublikasikan diharapkan dapat menjadi sinyal kondisi keuangan perusahaan tertentu dan menggambarkan kemungkinan yang terjadi terkait dengan utang yang dimiliki.

Laporan keuangan digunakan oleh berbagai pihak, termasuk manajemen perusahaan itu sendiri. Namun yang paling berkepentingan dengan laporan keuangan sebenarnya adalah para pengguna eksternal (diluar manajemen). Para pengguna internal (para manajemen) memiliki kontak langsung dengan entitas atau perusahaannya dan mengetahui peristiwa - peristiwa signifikan yang terjadi, sehingga tingkat ketergantungannya terhadap informasi akuntansi tidak sebesar para pengguna eksternal. Situasi ini akan memicu munculnya suatu kondisi yang disebut sebagai asimetri informasi (*information asymmetry*), yaitu suatu kondisi di mana ada ketidakseimbangan perolehan informasi antara pihak manajemen sebagai penyedia informasi (*prepaper*) dengan pihak pemegang saham dan *stakeholder* pada umumnya sebagai pengguna informasi (*user*). Adanya asimetri informasi memungkinkan adanya konflik yang terjadi antara principal dan agent untuk saling mencoba memanfaatkan pihak lain untuk kepentingan sendiri.

Hubungan teori signal dengan profitabilitas perusahaan ialah pengungkapan yang semakin luas akan memberikan sinyal positif kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan (*stakeholder*) maupun para pemegang saham perusahaan (*shareholder*). Semakin luas informasi yang disampaikan kepada *stakeholder* dan *shareholder* maka akan semakin memperbanyak informasi yang diterima mengenai perusahaan. Hal ini akan menimbulkan kepercayaan *stakeholder* dan *shareholder* kepada perusahaan. Kepercayaan itu ditunjukkan *stakeholder* dengan diterimanya produk-produk perusahaan sehingga akan meningkatkan laba perusahaan.

Berdasarkan definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa teori sinyal merupakan pengungkapan sebuah informasi kepada publik yang nantinya akan bermanfaat bagi para pemegang kepentingan atau *stakeholder* untuk pengambilan keputusan. Pengungkapan ini bertujuan untuk menyelesaikan adanya asimetri informasi yang terjadi antara perusahaan dan investor. Dengan demikian teori sinyal akan mengurangi terjadinya asimetri informasi antara perusahaan dengan *stakeholder*.

2. Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau dari pendapatan investasi (Kasmir, 2016) Menurut Putri (2014) rasio profitabilitas untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan. Faser (dalam Putri, 2014) rasio profitabilitas (efisiensi dan kinerja keseluruhan) yaitu rasio untuk mengukur kinerja perusahaan secara keseluruhan dan efisiensi dalam pengelolaan aktiva, kewajiban dan kekayaan yang terdiri dari *gross profit margin*, *operating profit margin*, *net profit margin*, *cash flow margin*, ROA, ROE dan *Cash Return On Asset* (2008, p.61). Sedangkan menurut Pearce dan Robinson (dalam Putri, 2014) profitabilitas merupakan hasil bersih dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dipilih oleh manajemen suatu organisasi.

Profitabilitas menunjukkan kemampuan dari modal yang di investasikan dalam keseluruhan aset untuk menghasilkan keuntungan bagi dari modal yang di

investasikan dalam keseluruhan aset untuk menghasilkan keuntungan bagi investor. Menurut Kasmir (2016) tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, yaitu:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu;
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri;
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri;

3. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility merupakan mekanisme bagi suatu perusahaan untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder*, yang melebihi tanggung jawab sosial di bidang hukum (Darwin, 2014). Konsep tanggung jawab sosial perusahaan sudah mulai dikenal sejak tahun 1979 yang secara umum diartikan sebagai organisasi yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa yang baik bagi masyarakat, tetapi juga mempertahankan kualitas lingkungan sosial maupun fisik, dan juga memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan komunitas dimana mereka berada. CSR bukan hanya merupakan kegiatan karikatif perusahaan dan

kegiatannya tidak hanya bertujuan untuk memenuhi hukum dan aturan yang berlaku. Lebih dari itu CSR diharapkan memberikan manfaat dan nilai guna bagi pihak–pihak yang mempunyai kepentingan dengan perusahaan.

Pengungkapan CSR akan meningkatkan profit bagi perusahaan dan kinerja keuangan yang lebih baik karena banyak perusahaan-perusahaan besar yang mengungkapkan program CSR menunjukkan keuntungan yang nyata terhadap peningkatan nilai saham sehingga menarik minat investor untuk menanamkan modalnya. Bagi investor dan pemilik perusahaan hal ini akan memberikan keuntungan (Suciwati, 2016). Model piramida CSR harus difahami sebagai satu kesatuan, sebab CSR merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *Triple Bottom Line*, yaitu *profit*, *people* dan *planet* (3P). *Profit*, perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang. *People*, perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga setempat. *Planet*, perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. Beberapa program CSR yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan permukiman, pengembangan pariwisata (Porter & Kramer, 2002).

Corporate social responsibility merupakan tanggung jawab sosial atau sebuah organisasi perusahaan terhadap dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatannya kepada masyarakat dan lingkungan (Budiana et al., 2011) CSR diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. Laporan tersebut merupakan pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh, serta kinerja organisasi dalam konteks pembangunan berkelanjutan. *Sustainability Reporting* harus menjadi dokumen strategis yang berlevel tinggi, yang menempatkan isu, tantangan, dan peluang *Sustainability Development* menuju kepada *core business* perusahaan (Hery, 2012:140).

Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*) yang merupakan pengungkapan informasi di luar persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku. Setiap unit atau pelaku ekonomi selain berusaha memenuhi kepentingan pemegang saham dan mengonsentrasikan diri pada pencapaian laba juga mempunyai tanggung jawab sosial, dan hal itu perlu diungkapkan dalam laporan tahunan. Pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat sukarela (*voluntary*), belum diaudit (*unaudited*), dan tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu (*unregulated*).

Menurut Kurnianto dan prastiwi (2010) ada sepuluh pihak yang mempunyai kepentingan berbeda dan cara pandang yang berbeda terhadap perusahaan. Sepuluh pihak yang dimaksud adalah *stockholder*, *creditors*, *employees*, *customers*, *suppliers*, *goverments*, *unions*, *competitors*, *local communities* dan *general public*.

Kepentingan yang dimaksud bisa saja klaim secara ekonomi maupun klaim non ekonomi. Kurnianto dan prastiwi (2010) mengelompokkan tanggung jawab sosial ke dalam empat kelompok yaitu sebagai berikut :

- 1) *Economis Responsibility* secara ekonomi tanggung jawab perusahaan adalah menghasilkan barang dan jasa untuk masyarakat dengan harga yang wajar dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.
- 2) *Legal Resposnsibility* dimanapun perusahaan beroperasi tentu saja tidak akan lepas dari peraturan dan undang-undang yang berlaku di tempat tersebut terutama peraturan yang mengatur kegiatan bisnis. Peraturan tersebut terutama yang berkaitan dengan pengaturan lingkungan dan perlindungan konsumen.
- 3) *Ethical Responsibility* perusahaan yang didirikan tidak hanya patuh dan taat pada hukum yang berlaku namun juga harus memiliki etika.
- 4) *Discrestionary responsibility*, tanggung jawab ini sifatnya sukarela seperti berhubungan dengan masyarakat, menjadi warga negara yang baik, dan lain-lain. Kurnianto dan prastiwi (2010) mengatakan bahwa dalam pelaporan CSR terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, dan kinerja sosial. Kinerja sosial di dalamnya termasuk kepuasan pelanggan, karyawan, penyedia modal dan sektor publik. Kinerja lingkungan di dalamnya termasuk bahan baku, energi, air keragaman hayati, emisi sungai sampah, pemasok dan jasa, pelaksanaan dan angkutan.

Kurnianto dan prastiwi (2010) mengidentifikasikan hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan yaitu:

1. Lingkungan, meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam dan pengungkapan lain yang berhubungan dengan lingkungan.
2. Energi, meliputi konservasi energi dan efisiensi energi.
3. Praktik bisnis yang wajar meliputi pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas dan tanggung jawab sosial.
4. Sumber daya manusia, meliputi aktivitas di dalam suatu komunitas dalam kaitan dengan kesehatan, pendidikan, dan seni.
5. Produk meliputi keamanan, pengurangan polusi dan lain-lain.

Pelaksanaan tanggung jawab sosial oleh perusahaan diharapkan tidak hanya bertujuan untuk keuntungan jangka pendek saja, tetapi juga jangka panjang, yaitu memberikan kontribusi bagi upaya peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitar. Manfaat yang diperoleh dari aktivitas CSR dilihat dari sisi perusahaan, yaitu:

- 1) Mengurangi risiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan.
- 2) CSR dapat berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis.
- 3) Keterlibatan dan kebanggaan karyawan. Karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi yang baik, yang secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Kebanggaan ini pada akhirnya akan menghasilkan loyalitas sehingga mereka merasa lebih

termotivasi untuk bekerja lebih keras demi kemajuan perusahaan. Hal ini akan berujung pada peningkatan kinerja dan produktivitas.

- 4) CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholder*-nya.

4. Pertumbuhan Penjualan

Rasio pertumbuhan (*growth ratio*) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya. Dalam rasio pertumbuhan, salah satu rasio yang dapat dianalisis adalah pertumbuhan penjualan (Kasmir, 2011). Pertumbuhan penjualan akan memberikan gambaran informasi berupa persentase peningkatan atau penurunan penjualan dari tahun ke tahun, sehingga perusahaan dapat mengetahui seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh melalui pertumbuhan penjualan.

Menurut Hanafi, (2007), perusahaan dengan ukuran besar memiliki profitabilitas lebih besar untuk memenangkan persaingan atau bertahan dalam industri. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka kecenderungan mengguakan modal asing juga akan semakin besar. Hal ini disebabkan karena perusahaan besar membutuhkan dana yang besar pula untuk menunjang operasionalnya, dan salah alternatif pemenuhanya adalah dengan modal asing apabila modal sendiri tidak mencukupi.

Penjualan memiliki pengaruh yang strategis bagi sebuah perusahaan, karena penjualan yang dilakukan harus didukung dengan harta atau aktiva dan bila penjualan ditingkatkan maka aktiva pun harus ditambah (Weston & Brigham, 1991). Dengan mengetahui penjualan dari tahun sebelumnya, perusahaan dapat

mengoptimalkan sumber daya yang ada. Pertumbuhan penjualan (*growth*) memiliki peranan yang penting dalam manajemen modal kerja. Dengan mengetahui seberapa besar pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat memprediksi seberapa besar profit yang akan didapatkan.

5. Hubungan profitabilitas dengan CSR

Profitabilitas merupakan indikasi dari keberhasilan suatu perusahaan, meskipun tidak semua perusahaan membuat keuntungan sebagai tujuan utamanya, tetapi akan membutuhkan usaha untuk mempertahankan keuntungan (El Sayed Zaki & Othman, 2011). Rasio profitabilitas termasuk pengembalian ROA, ROE, dan lain-lain yang merupakan pengukuran yang jelas untuk profitabilitas. Pelaksanaan CSR memberikan banyak manfaat antara lain menurunkan biaya operasional perusahaan, meningkatkan volume penjualan dan pangsa pasar, menarik calon investor melalui citra positif yang tercipta dan lain sebagainya. Reputasi perusahaan menjadi perhatian penting bagi calon investor. Reputasi tersebut dapat dinilai dari profitabilitas perusahaan, sehingga reputasi perlu dijaga untuk mendukung keberlangsungan hidup perusahaan. Dengan melakukan kegiatan CSR diharapkan mampu mencapai tujuan utama perusahaan dalam mencari laba tanpa mengabaikan kepentingan *stakeholders* dan kelestarian lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab atas dampak yang telah ditimbulkan akibat kegiatan operasional perusahaan (Rosdwianti et al., 2016).

Pertumbuhan atas penjualan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk dan atau jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat

pertumbuhan penjualan (Sukadana & Triaryati, 2018) dengan mengetahui seberapa besar pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat memprediksi seberapa besar profit yang akan didapatkan (Nugroho dan Pangestuti, 2011). Penjualan harus dapat menutupi biaya sehingga dapat meningkatkan profit (Weston & Brigham, 1991). Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang strategis bagi perusahaan karena pertumbuhan penjualan ditandai dengan peningkatan *market share* yang akan berdampak pada peningkatan penjualan dari perusahaan sehingga akan meningkatkan profitabilitas dari perusahaan (Putra dan Badjra, 2015).

Penelitian ini menggunakan variabel profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Equity* (ROE) dan *Return On Asset* (ROA). Penjelasan proksi atau pengukurannya adalah sebagai berikut:

1). *Return On Equity* (ROE)

Return On Equity merupakan alat yang lazim digunakan oleh investor dan pemimpin perusahaan untuk mengukur seberapa besar keuntungan yang didapat dari modal sendiri yang dimiliki oleh perusahaan. ROE merupakan alat yang paling sering dipakai investor dalam pengambilan keputusan investasi. Bagi investor, analisis ROE menjadi penting karena dengan analisis tersebut dapat mengetahui keuntungan yang diperoleh dari sebuah investasi yang ditanamkan. Bagi perusahaan, analisis ini menjadi penting karena merupakan faktor penarik bagi investor untuk melakukan investasi.

Menurut pendapat Harahap (2008:305) *Return On Equity* merupakan suatu pengukuran dari penghasilan (*income*) yang tersedia bagi para pemilik perusahaan

(baik pemegang saham biasa maupun pemegang saham preferen) atas modal yang mereka investasikan di dalam perusahaan. Menurut Sawir (2009:20) ROE adalah rasio yang memperlihatkan sejauh manakah perusahaan mengelola modal sendiri (*net worth*) secara efektif, mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang telah dilakukan pemilik modal sendiri atau pemegang saham perusahaan.

ROE (*Return On Equity*) membandingkan laba bersih setelah pajak dengan ekuitas yang telah diinvestasikan pemegang saham perusahaan (Horne dan Wachowicz, 2005:225). Pengertian *Return On Equity* (ROE) menurut Kasmir (2012:204) adalah rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Sedangkan Fahmi, (2011), ROE adalah rasio yang digunakan untuk mengkaji sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimiliki untuk mampu memberikan laba atas ekuitas.

Menurut Tandelin (2019:315), ROE umumnya dihitung menggunakan ukuran kinerja berdasarkan akuntansi dan dihitung sebagai laba bersih perusahaan dibagi dengan ekuitas pemegang saham biasa. Menurut Lestari dan Sugiharto (2007:196) angka ROE dapat dikatakan baik apabila (lebih dari) $> 12\%$. ROE menunjukkan rentabilitas modal sendiri atau yang sering disebut rentabilitas usaha. Standar rata-rata industri untuk ROE ini adalah 40% (Kasmir, 2008:205).

Dengan demikian, rasio ini menghubungkan antara laba bersih yang diperoleh dari operasi perusahaan dengan jumlah modal sendiri yang dimiliki. Apabila ROE semakin tinggi, maka suatu perusahaan memiliki peluang untuk memberikan pendapatan yang besar bagi para investor.

2) *Return On Asset* (ROA)

Return on Asset adalah salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktivitas yang digunakan untuk aktivitas perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Dalam analisis laporan keuangan, rasio ini paling sering disoroti, karena mampu menunjukkan keberhasilan perusahaan menghasilkan keuntungan. ROA mampu mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada masa lampau untuk kemudian diproyeksikan di masa yang akan datang. Aset atau aktiva yang dimaksud adalah keseluruhan harta perusahaan, yang diperoleh dari modal sendiri maupun dari modal asing yang telah diubah perusahaan menjadi aktiva-aktiva perusahaan yang digunakan untuk kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut Weston dan Brigham (2001) rasio laba bersih terhadap total aktiva mengukur pengembalian atas total aktiva (ROA) setelah bunga dan pajak. Menurut Wachowics (2005:235) ROA mengukur efektivitas keseluruhan dalam menghasilkan laba melalui aktiva yang tersedia, daya untuk menghasilkan laba dari modal yang diinvestasikan. ROA dihitung dengan menggunakan rumus laba bersih setelah pajak dibagi dengan total aktiva. Bambang (2001:336) menyebut istilah ROA dengan *Net Earning Power Ratio (Rate of Return on Investment/ROI)* yaitu kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan bersih. Keuntungan bersih yang beliau maksud adalah keuntungan bersih sesudah pajak.

Menurut Brigham (2010) pengembalian atas total aktiva (ROA) dihitung dengan cara membandingkan laba bersih yang tersedia untuk pemegang saham biasa

dengan total aktiva. Subramanyam dan Wild (2010) mengungkapkan bahwa semakin besar nilai ROA, menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin baik pula, karena tingkat pengembalian investasi semakin besar. Nilai ini mencerminkan pengembalian perusahaan dari seluruh aktiva (atau pendanaan) yang diberikan pada perusahaan. Sedangkan menurut Kasmir (2012:201) ROA adalah rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Selain itu, ROA memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan. Menurut Ika Lestari dan Sugiharto (2007:196) angka ROA dapat dikatakan baik apabila $>2\%$.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa ROA atau ROE adalah mengukur perbandingan antara laba bersih setelah dikurangi beban bunga dan pajak (*Earning After Taxes/EAT*) yang dihasilkan dari kegiatan pokok perusahaan dengan total aktiva (*assets*) yang dimiliki perusahaan untuk melakukan aktivitas perusahaan secara keseluruhan dan dinyatakan dalam persentase. Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen perusahaan dalam memperoleh keuntungan secara keseluruhan. Semakin tinggi rasio yang didapatkan, maka semakin baik produktivitas *asset* dalam memperoleh keuntungan bersih. Selanjutnya akan meningkatkan daya tarik perusahaan kepada investor. Peningkatan daya tarik perusahaan menjadikan perusahaan tersebut semakin diminati investor, karena tingkat pengembalian akan semakin besar.

B. Telaah Penelitian Sebelumnya

Penelitian terdahulu secara ringkas disajikan dalam Tabel 2.1.

Tabel 2.1

Hasil Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Nugroho & Pangestuti, 2011)	Variabel Independen : <i>Current ratio</i> (CR), Pertumbuhan penjualan (<i>Growth</i>), <i>Working Capital</i> (WCT), ukuran perusahaan (<i>Size</i>), dan <i>Leverage</i> Variabel Dependen : Profitabilitas Perusahaan.	Variabel <i>current ratio</i> (CR), pertumbuhan penjualan (<i>Growth</i>), <i>working capital turnover</i> (WCT), ukuran perusahaan (<i>Size</i>), dan <i>leverage</i> mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel ROA.
2.	(Ratnawati & Sinarjadi, 2015)	Variabel Independen : Struktur Modal DER, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan. Variabel Dependen : Profitabilitas Perusahaan.	Struktur Modal DER dan Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh terhadap ROA sedangkan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap ROA.
3.	Arshad, et. al. (2015)	Variabel Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel Dependen : Kinerja keuangan perusahaan diproksikan dengan <i>Return On Assets</i> (ROA), dan <i>Tobin's Q</i> .	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan <i>Return On Assets</i> (ROA), dan berpengaruh positif terhadap <i>Tobin's Q</i> .
4.	Pramana dan Yadnyana (2016)	Variabel Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel Dependen : Kinerja keuangan perusahaan diproksikan dengan <i>Return On Assets</i> (ROA) dan kinerja pasar diproksikan dengan CAR.	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan <i>Return On Assets</i> (ROA) dan kinerja pasar yang diproksikan dengan CAR.

Tabel 3.1 Lanjutan

Hasil Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
5.	Giannarakis, et. al., (2016)	Variabel Independen : CSR Variabel Dependen : Kinerja keuangan perusahaan diproksikan dengan ROA.	<i>Corporate social Responsibility</i> CSR berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan <i>Return On Assets</i> (ROA).
6.	Sari, et. al. (2016)	Variabel Independen : CSR Variabel Dependen : Kinerja keuangan diproksikan dengan ROA, dan nilai perusahaan diproksikan dengan Tobin's Q.	CSR berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan pada perusahaan multinasional di Indonesia dan berpengaruh positif signifikan pada perusahaan multinasional di Malaysia.
7.	Gantino (2016)	Variabel Independen : CSR Variabel Dependen : Kinerja keuangan perusahaan diproksikan dengan ROE, ROA, dan PBV.	<i>Corporate social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan ROE, ROA, dan PBV.
8.	Limbong dan Chabachib (2016)	Variabel independent : perputaran persediaan dan pertumbuhan penjualan Variabel dependen : profitabilitas perusahaan.	Perputaran persediaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

Tabel 4.1 Lanjutan
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
9.	Parengkuan (2017)	Variabel Independen : <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Variabel Dependen : Kinerja keuangan.	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.
10.	Sondakh, et. al. (2015)	Variable Independen : <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Variabel Dependen : Kinerja Keuangan Perusahaan diproksikan dengan ROE.	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> berpengaruh negative terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan ROE.
11.	Conesa, et. al. (2017)	Variabel Independen : <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Variabel Dependen : Kinerja perusahaan dan kinerja inovasi.	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan dan kinerja inovasi, dan kinerja inovasi memediasi hubungan antara CSR dan kinerja perusahaan.
12.	Prasetyo dan Meiranto (2017)	Variabel Independen : CSR Variabel Dependen : Kinerja keuangan.	CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan (ROA dan ROE) dan tidak berpengaruh signifikan terhadap EPS.
13.	Anggarsari dan seno aji (2018)	Variabel Independen : Ukuran perusahaan, leverage, likuiditas, perputaran modal kerja dan pertumbuhan penjualan Variabel Dependen: Profitabilitas perusahaan.	ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap profitabilitas, sedangkan <i>leverage</i> , likuiditas, perputaran modal kerja dan pertumbuhan penjualan tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.

Tabel 5.1 Lanjutan
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	
14.	Wijayanti (2018)	Variabel independent: likuiditas, perputaran modal kerja, pertumbuhan penjualan Variabel dependen: profitabilitas perusahaan.	Likuiditas tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan, Perputaran Modal Kerja, dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas.	
15.	Yoon dan Chung (2018)	Variabel Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel Dependen : Kinerja keuangan perusahaan diproksikan dengan ROA dan Tobin's Q.	<i>corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan perusahaan dan Internal CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.	
16.	Maqbool dan Zameer (2018)	Variabel Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel Dependen : Kinerja Keuangan.	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.	
17.	Pratiwi, et. al. (2020)	Variable independent: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel dependen: profitabilitas diproksikan dengan ROA dan ROE.	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.	
18.	Tanod, et. al. (2019)	Variable independent: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel dependen: profitabilitas diproksikan dengan ROA dan ROE.	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh terhadap profitabilitas.	

Sumber: Jurnal penelitian terdahulu

C. Perumusan Hipotesis

Hipotesis dari penelitian yang akan dilakukan berdasarkan permasalahan dan tujuan yang ingin dicapai diuraikan sebagai berikut:

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Return On Equity* (ROA)

Profitabilitas menunjukkan kemampuan dari modal yang di investasikan dalam keseluruhan aset untuk menghasilkan keuntungan bagi dari modal yang di investasikan dalam keseluruhan aset untuk menghasilkan keuntungan bagi investor. Menurut Kasmir (dalam Ratnasari, 2016). Profitabilitas dalam penelitian ini diproksi melalui *Return on Asset* (ROA). Menurut Hanafi, (2014) *Return On Asset* (ROA) adalah salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktivitas yang digunakan untuk aktivitas operasi perusahaan, dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

Teori sinyal menyatakan bahwa pihak eksekutif perusahaan memiliki informasi lebih baik mengenai perusahaannya akan terdorong untuk menyampaikan informasi tersebut kepada calon investor agar harga saham perusahaannya meningkat (Ross, 1977). Penyampaian laporan keuangan juga dapat dianggap sebagai sinyal, yang berarti bahwa apakah karyawan telah berbuat sesuai dengan pekerjaan serta apakah telah melaksanakan kegiatan-kegiatan sosial yang memberikan manfaat tentunya kepada perusahaan dan lingkungan sekitar (Pramana & Yadnyana, 2016).

Jika dikaitkan dengan pelaksanaan CSR, ROA juga sangat berpengaruh karena dengan adanya pengungkapan CSR para pemangku kepentingan (*stakeholder*) akan mengetahui dan akan melirik kepada perusahaan tersebut. Maka timbal baliknya

perusahaan akan mempunyai aset yang lebih banyak yang akan digunakan untuk operasional perusahaan dan mendapatkan pendapatan yang lebih tinggi. ROA menunjukkan seberapa besar efektivitas perusahaan dalam menggunakan asetnya. Semakin tinggi ROA, maka semakin efektif penggunaan aktiva tersebut (Putra & Badjra, 2015)

Berdasarkan penelitian Yoon dan Chung (2018); Sari, et. al. (2016); Gantino (2016); Pramana dan Yadnyana (2016); Giannarakis, et. al. (2016); menemukan hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan yang diukur menggunakan *Return On Asset*. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1a: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *Return On Asset* (ROA).

2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return on Equity* (ROE)

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba pada periode tertentu. Laba sering kali menjadi salah satu ukuran kinerja perusahaan. Dimana ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi berarti kinerjanya baik dan sebaliknya. Laba perusahaan selain merupakan indikator kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban bagi para penyandang dananya juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Laba juga sering dibandingkan dengan kondisi keuangan lainnya, seperti penjualan, aktiva, dan ekuitas. Perbandingan ini sering disebut rasio profitabilitas yang antara lain terdiri dari (Horne & Wachowicz, 2009).

Biaya *Corporate Social Responsibility* (CSR) pasti akan mengurangi laba yang diperoleh dari suatu perusahaan, namun sebenarnya biaya CSR tersebut memiliki prospek untuk meningkatkan pendapatan. Menurut Gantino (2016), saat ini CSR telah dijadikan sebagai salah satu strategi oleh perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan yang akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Citra perusahaan merupakan suatu respon konsumen terhadap keseluruhan penawaran dan telah ditetapkan sebagai kepercayaan, gagasan, dan kesan masyarakat terhadap sebuah organisasi. Memiliki citra baik bagi suatu perusahaan akan berdampak bagi keberlangsungan jalannya kegiatan perusahaan terutama pada kinerja keuangan (Pramana dan Yadnyana, 2016).

Teori Sinyal mengisyaratkan bahwa perusahaan (agen) yang mempublikasikan informasi-informasi terkait dengan kegiatan CSR kepada publik (*principal*), maka sinyal positif tersebut akan diterima oleh para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Kualitas keputusan investor dipengaruhi oleh kualitas informasi yang diungkapkan perusahaan dalam laporan keuangan. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain. Melalui teori sinyal, perusahaan hendaknya melakukan hubungan timbal balik kepada pihak eksternal perusahaan secara merata dan baik, sehingga manfaat yang didapat tersebut dapat dirasakan juga secara bersama-sama (Pramana dan Yadnyana, 2016).

Jika dikaitkan dengan pelaksanaan CSR, ROE sangat berpengaruh karena investor bisa mengetahui dana yang ditanamkan di perusahaan apakah penggunaannya untuk operasional sudah maksimal atau belum (Fahmi, 2011).

Perusahaan yang telah menerapkan kebijakan formal berupa pelaporan CSR akan memberikan sinyal positif bagi pasar, sehingga perusahaan yang memberikan informasi baik terhadap *stakeholders* akan memberikan sinyal positif terhadap perusahaan tersebut (Drever, et. al., 2007). *Stakeholder* dan *shareholder* akan lebih mempercayakan modal yang mereka tanamkan kepada perusahaan, sehingga perusahaan akan lebih mudah untuk menggunakan modal tersebut untuk aktivitas perusahaan dalam rangka meningkatkan laba (Gantino, 2016).

Berdasarkan penelitian Kleysia N. Tanod, et. al., (2019), menemukan hasil bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap profitabilitas yang diukur dengan *Return On Assets* sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Gantino, (2016); Putra (2015); dan Suciwati, et. al. (2016) menemukan hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan yang diukur menggunakan *Return On Equity*. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1b: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *Return On Equity* (ROE).

3. Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap *Return On Assets* (ROA)

Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas Perusahaan manufaktur tidak akan berjalan tanpa adanya sistem penjualan yang baik. Penjualan merupakan ujung tombak dari sebuah perusahaan.

Signaling theory juga menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak internal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi tersebut adalah karena terdapat asimetri

informasi antara perusahaan dan pihak investor karena pihak perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang dibandingkan dengan pihak luar, (Minar Simanungkalit, 2015).

Kaitannya pertumbuhan penjualan dengan *signaling*, manajemen melakukan kebijakan akrual yang mengarah pada persistensi laba. Motivasi *signaling* mendorong manajemen menyajikan laporan laba yang dapat mencerminkan laba sesungguhnya. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain. Teori sinyal menjelaskan bahwa pemberian sinyal dilakukan oleh manajer untuk mengurangi asimetri informasi. Manajer memberikan informasi melalui laporan keuangan bahwa mereka menerapkan berbagai kebijakan agar dapat meningkatkan laba yang tinggi, karena prinsip ini mencegah perusahaan melakukan tindakan membesar-besarkan laba dan membantu pengguna laporan keuangan dengan menyajikan data yang tepat. Asumsi utama dari teori sinyal ini memberikan ruang bagi investor untuk mengetahui bagaimana keputusan yang akan diambilnya berkaitan dengan nilai perusahaan tersebut.

Perusahaan yang meningkatkan pertumbuhan penjualan dengan menggunakan aset mereka secara efisien serta mengarah pada penggunaan sumber daya yang optimal dapat diartikan bahwa perusahaan tersebut dapat mempertahankan posisi ekonomi dan kelangsungan hidupnya memberikan dampak positif terhadap ROA. Ketika jumlah barang yang dijual semakin besar, maka biaya rata-rata per-satuan produk akan semakin kecil sehingga ROA yang dihasilkan suatu perusahaan akan meningkat. Dengan demikian, pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap

profitabilitas. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2a: Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap *Return On Assets* (ROA).

4. Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap *Return On Equity* (ROE)

Penjualan merupakan kriteria penting untuk menilai profitabilitas perusahaan dan merupakan indikator utama atas aktivitas perusahaan (Andrayani, 2013). Pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu (Kennedy et. al., 2013). Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang strategis bagi perusahaan karena pertumbuhan penjualan ditandai dengan peningkatan *market share* yang akan berdampak pada peningkatan penjualan dari perusahaan, sehingga akan meningkatkan profitabilitas dari perusahaan (Pagano dan Schivardi, 2003).

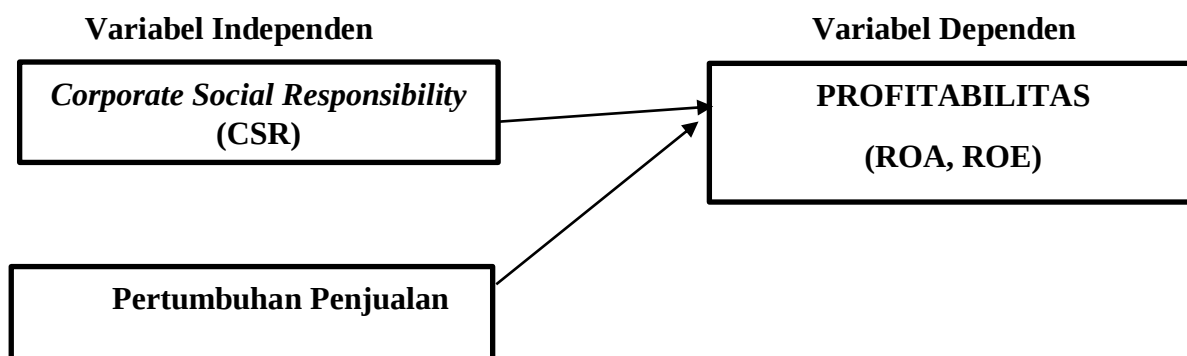
Teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (*investor, kreditor*) dalam kaitanya dengan pertumbuhan penjualan teori sinyal memberikan informasi kepada *stakeholder* tentang bagaimana pertumbuhan penjualan perusahaan dengan penjualan yang baik tentu perusahaan akan mendapatkan laba informasi yang diberikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi Menurut Jogiyanto (2000).

Return on Equity menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan profit yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan (Sartono, 2012:124). Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan tinggi akan memengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan. Namun, pada kenyataannya tingkat pertumbuhan yang tinggi tidak selalu menandakan keuntungan (ROE) yang diperoleh perusahaan juga tinggi. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2b: Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap *Return On Equity* (ROE).

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

D. Model Penelitian



Gambar 1.1
Model Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek / subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini, populasi yang diteliti adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019. Periode pengamatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah 5 tahun, yaitu meliputi laporan tahunan periode 2015-2019.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013:116). Penelitian ini menggunakan *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel tidak dipilih secara acak dengan metode *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Tujuan pemilihan sampel secara *purposive*, yaitu untuk memperoleh sampel yang *representatif* (mewakili) berdasarkan kriteria yang ditentukan (Jogiyanto, 2017:98). Dalam penentuan sampel diperlukan untuk menghindari timbulnya kesalahan dalam penentuan sampel penelitian, yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap hasil analisis. Adapun kriteria yang ditetapkan dalam penentuan sampel adalah:

- a. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015-2019.
- b. Perusahaan manufaktur yang menerbitkan dengan lengkap laporan tahunan selama periode 2015-2019.
- c. Perusahaan yang menerapkan kebijakan triple bottom line dalam annual report pada periode 2015-2019.
- d. Perusahaan yang menyajikan angka-angka dalam laporan keuangan dengan nilai rupiah.
- e. Perusahaan yang laporan keuangannya memiliki laba secara berturut-turut minimal 2 tahun selama periode pengamatan.

B. Data Penelitian

1. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data sekunder. Data penelitian ini berupa laporan keuangan, laporan tahunan, dan data saham. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Website Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id, untuk mendapatkan data CSR, pertumbuhan penjualan, ROE dan ROA, dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan manufaktur tahun 2015-2019.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan adalah teknik dokumentasi, yaitu dengan mengambil data-data yang dipublikasikan oleh perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI melalui situs (www.idx.co.id).

C. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel

1. Variabel Penelitian

Variabel dependen (variabel terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013). Variabel independen (variabel bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen (Y) adalah Profitabilitas (diukur menggunakan indikator ROE dan ROE). Variabel independen (X) adalah *Corporate Social Responsibility* dan Pertumbuhan Penjualan.

2. Pengukuran Variabel

a. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Variabel Independen dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility*. Dalam penelitian ini CSR dihitung menggunakan CSR index dimana dengan pemenuhan 78 item pengungkapan yang ditetapkan pada *Sustainable Reporting Guidelines* (SRG) yang dikeluarkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) (globalreporting.org, 2016). Penilaian dilakukan dengan memberikan skor angka 1 pada item SRG yang diungkapkan. Atau memberikan skor 0 untuk informasi yang tidak diungkapkan. Pendekatan untuk menghitung besarnya pengungkapan CSR adalah *Corporate Social Responsibility Indexs* (CSRI) mengacu pada pendekatan yang digunakan oleh Daniel & Ratnasari (2019), Adapun rumus perhitungan CSRI adalah:

$$CSRI_j = \sum X_{ij}$$

Nj
(Sumber : *globalreporting.org*, 2016)
Keterangan:

CSRI_j = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

n_j = Jumlah item untuk perusahaan j, $n_j \leq 78$

X_{ij} = Dummy variabel: 1 = jika item I diungkapkan; 0 = jika item tidak

Diungkapkan, dengan demikian, $0 \leq \text{CSRI}_j \leq 1$

b. Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan profit. Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan menggunakan ROA dan ROE dengan menggunakan rumus seperti berikut:

1) *Return On Equity* (ROE)

Menurut Kasmir (2012:204) *Return On Equity* (ROE) adalah rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Menurut (Tandelilin, 2010), ROE umumnya dihitung menggunakan ukuran kinerja berdasarkan akuntansi dan dihitung sebagai laba bersih perusahaan dibagi dengan ekuitas pemegang saham biasa. Menurut Lestari dan Sugiharto (2007:196) angka ROE dapat dikatakan baik apabila (lebih dari) $> 12\%$. Sedangkan menurut Kasmir (2008:205) standar rata-rata industri untuk ROE ini adalah 40% .

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

(Sumber: kasmir 2012)

2) *Return On Asset* (ROA)

Menurut Kasmir (2012) *Return On Asset* (ROA) adalah rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Menurut

Brigham dan Houston (2001), pengembalian atas total aktiva (ROA) dihitung dengan cara membandingkan laba bersih yang tersedia untuk pemegang saham biasa dengan total aktiva. Menurut Lestari dan Sugiharto (2007:196) angka ROA dapat dikatakan baik apabila $> 2\%$. Sedangkan menurut Kasmir (2008:205) standar rata-rata industri untuk ROE ini adalah 30%.

$$\text{Return On Assets (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total aset}}$$

(Sumber: kasmir 2012)

c. Pertumbuhan penjualan

Kasmir (2016:107) mendefinisikan pertumbuhan penjualan adalah menunjukan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan.

$$\text{Net sales Growth Ratio} = \frac{\text{Net Sales}_t - \text{Net Sales}_{t-1}}{\text{Net Sales}_{t-1}} \times 100\%$$

(Sumber: kasmir 2016)

Keterangan:

Net Salest: Penjualan bersih perusahaan pada tahun t

Net Salest - 1: Penjualan bersih perusahaan pada tahun t - 1

D. Metode Analisis

1. Statistik Deskriptif

Menurut Ghazali (2018) statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, *kurtosis* dan *skewness* (kemencengan distribusi). Statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel,

grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan *modus*, *median*, *mean* (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan prosentase. standar deviasi mengukur rata-rata penyimpangan masing-masing item data terhadap nilai yang diharapkan (Jogiyanto, 2017:196). Analisis akan dilakukan dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistik versi 25.0.

2. Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan pengujian asumsi klasik yang bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang ada agar dapat menentukan model analisis yang tepat dan untuk mendapatkan model penelitian yang valid. Pengujian ini dilakukan karena merupakan persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi yang berbasis *Ordinary Least Square*. Gantino (2016) uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji kelayakan model regresi yang selanjutnya akan digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Pengujian terhadap penyimpangan asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018:161). Uji normalitas berfungsi untuk mengetahui sebaran data normal atau tidak. Cara untuk melakukan uji normalitas data dengan jumlah data lebih dari atau sama dengan 50 maka menggunakan analisis *Kolmogorov-*

Smirnov Test, dengan hipotesis: (1) Uji H_0 : skor pengukuran berdistribusi normal, dan (2) H_a : skor pengukuran tidak berdistribusi normal. Kriteria yang digunakan (Ghozali, 2018:178): 1) Apabila nilai signifikansi (Asymp. Sig. (2-tailed)) $> 0,05$ artinya berdistribusi normal 2) Apabila nilai signifikansi (Asymp. Sig. (2-tailed)) $< 0,05$ artinya berdistribusi tidak normal, apabila asumsi normalitas data residual tidak terpenuhi atau data berdistribusi tidak normal, maka dapat dibenahi dengan mentransformasi variabel dependen dan independen menjadi bentuk logaritma natural (Ln) atau dengan *screening* data (Ghozali, 2018:175).

b. Uji Multikoleniaritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya yaitu *variance inflation factor* (VIF). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah jika nilai *tolerance* ≤ 0.10 atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$ dapat dikatakan dalam data tersebut terdapat multikolinearitas (Ghozali, 2018).

c. Uji Heteroskedastisitas

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

disebut Heteroskedastisitas, untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di *studentized*. Dasar analisisnya adalah jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018:138).

Selain menggunakan grafik *scatterplot*, penelitian ini juga melakukan pengujian dengan menggunakan Uji Gletser (Gujarati, 2003) yang dikutip oleh Ghozali (2018:142). Uji ini dilakukan dengan mentransformasi nilai residual kedalam bentuk Absolut (ABS) yang kemudian diregresikan sebagai variabel dependen. Gejala heteroskedastisitas terjadi sebagai akibat ketidaksamaan data, terlalu bervariasi data yang diteliti. Kriteria sebagai berikut: 1) Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ artinya tidak ada heteroskedastisitas. 2) Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ artinya ada heteroskedastisitas.

d. Uji autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Hal ini sering ditemukan pada data 45 runtut waktu (*time series*), karena sampel atau observasi tertentu cenderung dipengaruhi oleh observasi sebelumnya, untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi dengan cara melakukan uji Durbin-Watson (*DW test*) (Ghozali,2018).

Tabel 6.1

Uji Autokorelasi (Uji Durbin - Watson)

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	tolak	$0 \leq d \leq dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No decision	$dl < d < du$
Tidak ada autokorelasi negatif	tolak	$4-dl \leq d \leq 4$
Tidak ada autokorelasi negatif	No decision	$4-dl < d < 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi positif atau negatif	Tidak ditolak	$du \leq d \leq 4 - du$

3. Analisis Regresi Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk penelitian yang memiliki lebih dari satu variabel independen. Menurut Ghozali (2018), analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil dari analisis regresi linear berganda akan menguji seberapa besar pengaruh pengungkapan CSR dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas perusahaan. Persamaan regresi

linier berganda dalam penelitian ini dinyatakan dalam bentuk formula sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1.CSR + \beta_2.GROWTH + e$$

$$ROE = \alpha + \beta_1CSR + \beta_2.GROWTH + e$$

$$ROA = \alpha + \beta_1CSR + \beta_2.GROWTH + e$$

Keterangan:

Y = Profitabilitas

CSR = *Corporate Social Responsibility*

Growth = Pertumbuhan Penjualan

A = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien regresi dari variabel independen

E = *Error*

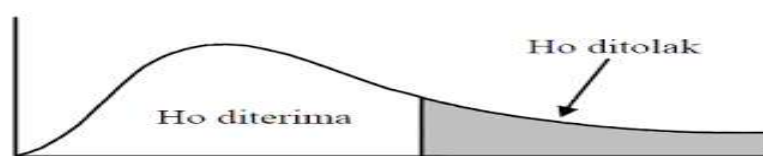
4. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sebaliknya, nilai koefisien determinasi yang kecil menandakan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas (Ghozali, 2018:97).

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dengan kelayakan model yang dihasilkan dengan menggunakan uji kelayakan model pada tingkat α sebesar 5%. Jika nilai signifikansi uji $F < 0,05$ maka model yang digunakan dalam penelitian layak dan dapat dipergunakan untuk analisis berikutnya, begitupun sebaliknya (Ghozali, 2018:179)



Gambar 2.1
Uji F

c. Uji t

Uji parsial atau uji *t-test* pada dasarnya untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Tahap-tahap pengujian uji t (Ghozali, 2018:179) yaitu:

a) Menentukan H_0 dan H_a

1. H_0 : hipotesis yang hendak diuji apakah suatu parameter sama dengan nol.

$$H_0 : b_i = 0$$

2. H_a : hipotesis alternative apakah suatu parameter tidak sama dengan nol.

$$H_a : b_i \neq 0$$

- b) Menentukan signifikansi $\alpha : 0,05\%$
- c) Kesimpulan :
1. P value $< 0,05$, maka H_0 ditolak atau variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
 2. P value $> 0,05$, maka H_0 diterima atau variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.



Gambar 3.2

Kurve Uji T Penerimaan Hipotesis Positif

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Tujuan utama penelitian ini adalah menganalisis dan menguji secara empiris pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Pertumbuhan Penjualan (*Growth*) terhadap Profitabilitas Perusahaan yang diproksikan dengan *Return On Asset* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE). Informasi pengukuran variabel diperoleh dari laporan tahunan pada website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI), yaitu www.idx.co.id (CSR, *Growth*, ROA dan ROE). Sampel penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019. Sampel yang diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling* diperoleh sebanyak 13 perusahaan, sehingga jumlah sampel keseluruhan selama 5 tahun adalah 65 data observasi.

Hasil penelitian membuktikan bahwa Pertumbuhan Penjualan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas yang diukur menggunakan ROA dan ROE pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI, sedangkan hasil penelitian dari pengungkapan CSR membuktikan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas yang diukur menggunakan ROA dan ROE. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR oleh perusahaan ternyata tidak direspon secara signifikan, oleh *stakeholder* dan *shareholder* yang lebih mengandalkan informasi keuangan dibandingkan informasi non-keuangan seperti pengungkapan CSR dalam mengambil keputusan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa CSR yang diukur dengan ROA dan ROE tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan sedangkan pertumbuhan penjualan yang diukur dengan ROA dan ROE berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.

B. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian, antara lain:

1. Dalam penelitian ini hanya terdiri dari dua variabel independent yaitu *corporate social responsibility* dan pertumbuhan penjualan, hal ini mengindikasikan nilai *adjusted R square* dalam pengujian koefisien determinasi variabel independen dengan dependen mempunyai kemampuan yang relatif kecil yaitu sebesar 22% dan 23%.
2. Adanya unsur subyektivitas untuk penilaian setiap item pengungkapan CSR. Hal ini dikarenakan setiap peneliti memiliki perbedaan dalam menganalisis dan menginterpretasi item pengungkapan pada laporan tahunan perusahaan.
3. Rasio yang digunakan dalam penelitian ini ROA dan ROE, sedangkan pengukuran profitabilitas mempunyai banyak rasio.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan, maka saran yang diberikan dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian selanjutnya dapat menambah variabel independen lain yang diduga berpengaruh terhadap profitabilitas, seperti menambahkan variabel *leverage*. Penelitian yang dilakukan oleh Gunde, et. Al. (2017) yang menganalisis bahwa pengaruh *leverage* terhadap profitabilitas yang diukur menggunakan *Debt to equity ratio* berpengaruh signifikan.
2. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan rasio pengukuran rasio profitabilitas yang lain atau menambahkan rasio pengukuran yang lain seperti *Net Profit Margin* (NPM). NPM ini memberikan gambaran terakhir tentang seberapa menguntungkan perusahaan setelah semua biaya, termasuk bunga dan pajak, telah diperhitungkan. Dimana menurut Bastian dan suhardjono (2006) yang menyatakan semakin besar NPM, maka profitabilitas akan semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Ha., Arshad, D., Marchallina, L., & Marchalina, L. (2015). Entrepreneurial orientation, strategic improvisation, talent management and firm performance. *Journal of Business Economics and Finance*, 4(1).
- Andrayani, I. P., & Nurendah, Y. (2013). Prosedur Penjualan Sepeda Motor Pada Dealer Honda Pt. Sanprima Sentosa Bogor. *Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan*.
- Anggarsari, L., & Seno Aji, T. (2018). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, likuiditas, perputaran modal kerja dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas (sektor industri barang dan konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2013-2016). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(4).
- Arshad, M. G., Aness, F., & Ullah, M. R. (2015). The Impact of Corporate Social Responsibility on Firm Financial Performance. *International Journal of Linguistics, Social and Natural Sciences*, Vol. 1 (No. 1), pp. 33–39.
- Azheri, B. (2011). Corporate social responsibility: Dari voluntary menjadi mandatory. *RajaGrafindo Persada*.
- Brigham, E. (2013). F dan Joel F. Houston. 2001. *Manajemen Keuangan*, 23–27.
- Budiana, I. N., Sudana, D. N., & Suwatra, I. I. W. (2013). Pengaruh Model Creative Problem Solving (Cps) Terhadap Kemampuan Berpikir Kritis Siswapada Mata Pelajaran IPA Siswa Kelas V SD. *MIMBAR PGSD Undiksha*, 1(1).
- Daniel, D., & Ratnasari, M. (2019). Pengungkapan Csr Dan Cerminan Abnormal Return Perusahaan. *Journal of Management and Business Review*, 16(1), 110–128. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v16i1.152>
- El Sayed Zaki, M., & Othman, W. (2011). Role of hepatitis E infection in acute on chronic liver failure in Egyptian patients. *Liver International*, 31(7), 1001–1005.
- Gantino, R. (2016). Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2008-2014. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 3(2), 19–32.
- Giannarakis, G., Konteos, G., Zafeiriou, E., & Partalidou, X. (2016). The impact of corporate social responsibility on financial performance. *Investment Management and Financial Innovations*, 13, Iss. 3 (contin. 1), 171–182.
- Hanafi, M. (n.d.). M., & Halim.(2007). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Jayanti, E. D. (2015). Pengaruh Return On Investment (Roi), Earning Per Share (Eps), Dan Price Earning Ratio (Per) Terhadap Harga Saham Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2011-2013. *STIE PERBANAS SURABAYA*.

- Kasmir, S. E. (2011). MM (2010). *Pengantar Manajemen Keuangan*.
- Kurnianto, E. A., & Prastiwi, A. (2010). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan “(Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2005-2008). *E-Jurnal Akuntansi Universitas Diponegoro*.
- Kusumadilaga, R. (2010). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Perpustakaan FE UNDIP*.
- Limbong, D. T. S., & Chabachib, M. (2016). Analisis Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Perusahaan *Real Estate* dan Properti yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2014). *Diponegoro Journal of Management*, 5(4), 1–14. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17880>
- Nugroho, E., & Pangestuti, I. R. D. (2011). Analisis Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, Perputaran Modal Kerja, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar pada BEI pada Tahun 2005–2009). *Universitas Diponegoro*.
- Pagano, P., & Schivardi, F. (2003). Firm size distribution and growth. *Scandinavian Journal of Economics*, 105(2), 255–274.
- Parengkuan, W. E. (2017). Pengaruh corporate social responsibility (csr) terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia melalui pojok bursa feb – unsrat The Influence of Corporate Social Responsibility (CSR) to Manufacture Financial Perf. *564 Jurnal EMBA*, 5(2), 564–571.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2002). The competitive advantage of corporate philanthropy. *Harvard Business Review*, 80(12), 56–68.
- Pramana, I. G. A., & Yadnyana, I. K. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility pada Kinerja Perusahaan Manufaktur. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 16(3), 1965–1988.
- Prasetyo, A., & Meiranto, W. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013-2015. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(3), 260–371.
- Pratiwi, A., Nurulrahmatia, N., & Muniarty, P. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di BEI. *Owner*, 4(1), 95. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i1.201>

- Putra, A. A. W. Y., & Badjra, I. B. (2015). Pengaruh leverage, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(7).
- Putri, F. (2014). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi pada Indeks SRI-KEHATI yang Listing di BEI Periode 2010-2012). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 13(1), 83743.
- Ratnasari, L. (2016). Pengaruh Leverage, likuiditas, Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas pada perusahaan otomotif di BEI. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(6).
- Ratnawati, A., & Sinarjadi, I. (2015). Analisis Struktur Modal, Tingkat Pertumbuhan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Tambah Ekonomi. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 7(1), 13–28.
- Riyanto, B., & Siroj, R. A. (2011). Meningkatkan kemampuan penalaran dan prestasi matematika dengan pendekatan konstruktivisme pada siswa sekolah menengah atas. *Jurnal Pendidikan Matematika*, 5(2).
- Rosdwianti, M. K., Dzulkirom, A. R., & Zahroh, Z. A. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap profitabilitas perusahaan (studi pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2013-2014). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38(2), 16–22.
- Ross, S. A. (1977). The determination of financial structure: the incentive-signalling approach. *The Bell Journal of Economics*, 23–40.
- Sari, W. A., Handayani, S. R., & Nuzula, N. F. (2016). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan (Studi Komparatif pada Perusahaan Multinasional yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan Bursa Malaysia Tahun 2012-2015). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 39(2), 74–83.
- Shintya, M. N., Situmorang, M., & Iryani, L. D. (2007). Analisis Pengaruh Leverage Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Online Mahasiswa (Jom) Bidang Akuntansi*, 23(39870423), 946–952. <https://doi.org/10.13989/j.cnki.0517-6611.2015.10.011>
- Sondakh, F., Tommy, P., & Mangantar, M. (2015). Urrrent Ratio, Debt to Equity Ratio, Return on Asset, Return on Equity Pengaruhnya Terhadap Harga Saham Pada Indeks Lq 45 Di Bei Periode 2010-2014. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2).
- Subramanyam, K. R., & Wild, J. J. (2010). *Analisis laporan keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suciwati, P. (2016). Ardina (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility

- Terhadap Kinerja Keuangan (Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Di Bei Tahun 2010-2013). *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12(2).
- Sufiana, N., & Purnawati, N. K. (2013). Pengaruh Perputaran Kas, perputaran piutang dan perputaran persediaan terhadap profitabilitas. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 2(4).
- Sukadana, I. K. A., & Triaryati, N. (2018). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Food and Beverage BEI. *Jurnal. Universitas Udayana*.
- Sumarlin, A. J. M., & Syariati, A. (2019). Analisis Diskriminan Dalam Memprediksi Kinerja Perbankan Di Indonesia. *Jurnal Magister Manajemen Unram* Vol, 8(3).
- Tanod, Kleysia N, Nangoi, Grace B, Suwetja, I. G. (2019). Kleysia N. Tanod,dkk. *Riset Akuntansi Going Concern*, 14(1), 101–109.
- Weston, J. F., & Brigham, E. F. (1991). *Fundamentals of Financial Management*. Jakarta: Erland.
- Wijayanti, S. A. (2018). Analisis Pengaruh Likuiditas, Perputaran Modal Kerja, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi pada Perusahaan Food and Beverages yang Terdaftar di BEI). *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.