

**PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR
SUBSEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen*



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Oleh:

ZIHAN FERA
NPM : 1505160765

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Jum'at, tanggal 15 Maret 2019, pukul 08.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan, dan seterusnya.

MEMUTUSKAN

Nama : **ZIHAN FERA**
NPM : **1506160743**
Prodi : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUBSEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

Dinyatakan : **(B/A) Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

Tim Penguji

Penguji I

Penguji II

Ir. Satria Tirtayasa, M.M., Ph.D

Jasman Syarifuddin, SE., M.Si

Pembimbing

UMSU
SRI FITRI WARYUNI, S.E., M.M

Panitia Ujian

Ketua

Sekretaris

H. Januri, SE, MM, M.Si

Ade Gunawan, SE., M.Si



PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini disusun oleh :

Nama Mahasiswa : ZIHAN FERA
NPM : 1505160765
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN
Judul Skripsi : PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUBSEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Disetujui dan telah memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam Ujian Mempertahankan Skripsi.

Pembimbing

Medan, Maret 2019


SRI FITRI WAHYUNI, S.E., M.M

Diketahui/Disetujui

Oleh :

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMSU

Dekan
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMSU


JASMAN SARIPUDDIN, S.E., M.Si.


H. JANURI, S.E., M.M., M.Si.

SURAT PERNYATAAN PENELITIAN/SKRIPSI

Nama : **ZIHAN FERA**
NPM : **1505160765**
Konsentrasi : **Keuangan**
Fakultas : **Ekonomi (Akuntansi Perpajakan/Manajemen/FESP/**
Perguruan Tinggi : **Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

Menyatakan Bahwa ,

1. Saya bersedia melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi atas usaha saya sendiri , baik dalam hal penyusunan proposal penelitian, pengumpulan data penelitian, dan penyusunan laporan akhir penelitian/skripsi
2. Saya bersedia dikenakan sanksi untuk melakukan penelitian ulang apabila terbukti penelitian saya mengandung hal-hal sebagai berikut
 - Menjiplak /plagiat hasil karya penelitian orang lain
 - Merekayasa data angket, wawancara, obeservasi, atau dokumentasi.
3. Saya bersedia dituntut di depan pengadilan apabila saya terbukti mamalsukan stempel, kop surat, atau identintas perusahaan lainnya.
4. Saya bersedia mengikuti sidang meja hijau secepat-cepatnya 3 bulan setelah tanggal dikeluarkannya surat "Penetapan Proyek Proposal / Makalah/Skripsi dan Penghunjukan Dosen Pembimbing " dari Fakultas Ekonomi UMSU.

Demikianlah Pernyataan ini saat perbuat dengan kesadaran sendiri

Medan.....**10 DES.**2018

Pembuat Pernyataan



ZIHAN FERA

NB :

- Surat Pernyataan asli diserahkan kepada Program Studi Pada saat Pengajuan Judul.
- Foto Copy Surat pernyataan dilampirkan di proprosal dan skripsi.

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Universitas/PTS : UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS
Jenjang : Strata Satu (S-1)

Ketua Program Studi : JASMAN SARIPUDDIN, S.E., M.Si.
Dosen Pembimbing : SRI FITRI WAHYUNI S.E., M.M

Nama Mahasiswa : ZIHAN FERA
NPM : 1505160765
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN
Judul Skripsi : PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUBSEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

TANGGAL	DESKRIPSI BIMBINGAN SKRIPSI	PARAF	KETERANGAN
23 Feb 2019	- Perbaiki Uji Asumsi Klasik - Regresi Linier - Uji Hipotesis - Uji F		
01 Mar 2019	- Pembahasan - Penambahan Teori - Penambahan jurnal		
06 Mar 2019	- Kesimpulan disesuaikan dengan pembahasan. - Perbaiki Tulisan		
09 Mar 2019	- Perbaiki Saran - pembahasan disesuaikan dengan Teori		
11 Mar 2019	Ace Skripsi		

Dosen Pembimbing



SRI FITRI WAHYUNI S.E., M.M

Medan, Maret 2019

Diketahui /Disetujui

Ketua Program Studi Manajemen,



JASMAN SARIPUDDIN, S.E., M.Si.

ABSTRAK

ZIHAN FERA (1505160765) PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUBSEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel bebas *Return On Asset*, *Return On Equity* dan *Net Profit Margin* mempengaruhi *Corporate Social Responsibility*.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang berjumlah 18 perusahaan. Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, sehingga sampel yang diperoleh berjumlah 7 perusahaan. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda yang sebelumnya di uji dengan uji asumsi klasik. Kemudian dilakukan uji t dan uji f, dan koefisien determinasi. Pengelolaan data dalam penelitian ini menggunakan program software SPSS versi 16 *for windows*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *Return on Asset* berpengaruh negativ signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*, *Return On Equity* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* dan *Net Profit Margin* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Secara simultan *Return On Asset*, *Return On Equity* dan *Net Profit Margin* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility, Return On Asset, Return On, Net Profit Margin.

KATA PENGANTAR



Assalammua'laikum wr. wb

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan banyak nikmat dan karunia-nya kepada kita semua sehingga kita dapat berfikir dan merasakan segalanya. Satu dari sekian banyak nikmat-nya adalah mempunyai penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini sebagaimana mestinya, dimana merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana (S1) di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU). Serta tak lupa pula shalawat beriring salam haribahkan kepada Nabi kita Rasulullah Muhammad SAW yang telah membawa risalah kepada umat manusia dan membawa manusia dari alam kegelapan menuju ke alam yang terang benderang.

Dalam menyelesaikan Skripsi ini, tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak, baik berupa dorongan, semangat maupun pengertian yang diberikan kepada penulis selama ini. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan Skripsi ini.

1. Untuk yang teristimewa Ayahanda Abu Bakar dan Ibunda Eli Salimah tercinta yang telah banyak berkorban dan memberi semangat kepada penulis baik moril maupun materil selama penulis mengikuti perkuliahan sampai dengan selesainya Skripsi ini.

2. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak H. Januri, SE, MM, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Ade Gunawan, SE., M.Si Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, SE., M.Si Selaku Wakil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Jasman Syarifuddin HSB. SE., M.Si Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak DR. Jufrizen, SE., M.Si Selaku Sekretaris Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan juga sekaligus selaku Dosen Penasehat Akademik Penulis.
8. Bapak Sri Fitri Wahyuni, SE., MM Selaku Pembimbing Skripsi yang selama ini bersedia meluangkan waktu dan memberikan bantuannya kepada penulis dalam penyusunan Proposal ini.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak membantu dan memberikan banyak ilmu dan bermanfaat dari awal perkuliahan hingga sekarang ini.
10. Untuk sahabat dan teman-teman Ekonomi dan Bisnis Manajemen angkatan 2015, Ramadani, Khairani Harahap, Muhammad Wahyu dan seluruh kelas E siang. Terimakasih atas kebersamaan selama ini, yang telah memberikan

dorongan dan motivasinya. Dan kenangan manis selama di bangku kuliah. Semoga Allah SWT selalu meridhoi dan memberkahi perjuangan kita.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis mengharapkan saran maupun kritik yang membangun guna kesempurnaan Skripsi ini kedepannya.

Penulis tidak dapat membalasnya kecuali dengan doa dan puji syukur kepada Allah SWT dan selawat beriring salam kepada Nabi Muhammad SAW, berharap proposal ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin Ya Rabbal Alamin. *Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Medan, Maret 2019

Penulis

ZIHAN FERA
1505160765

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
TABEL GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Batasan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penelitian	12
1. Manfaat teoritis	12
2. Manfaat Praktis	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Uraian Teori	13
1. Rasio Profitabilitas.....	13
2. <i>Return On Asset</i>	15
a. Pengertian <i>Return On Asset</i>	15
b. Faktor yang mempengaruhi <i>Return On Asset</i>	17
c. Pengukuran <i>Return On Asset</i>	18
3. <i>Return On Equity</i>	19
a. Pengertian <i>Return On Equity</i>	19
b. Faktor yang mempengaruhi <i>Return On Equity</i>	21
c. Pengukuran <i>Return On Equity</i>	22
4. <i>Net Profit Margin</i>	23
a. Pengertian <i>Net Profit Margin</i>	23
b. Faktor yang mempengaruhi <i>Net Profit Margin</i>	24
c. Pengukuran <i>Net Profit Margin</i>	25
5. <i>Corporate Social Responsibility</i>	26
a. Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i>	26
b. Faktor yang mempengaruhi <i>Corporate</i>	

<i>Social Responsibility</i>	29
c. <i>Corporate Social Responsibility Index</i>	30
B. Kerangka Konseptual.....	40
C. Hipotesis Penelitian.....	46
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Pendekatan Penelitian.....	48
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	49
1. Variabel Terikat (<i>Dependent Variabel</i>)	49
2. Variabel Bebas (<i>Independent Variabel</i>).....	49
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	50
1. Tempat Penelitian	50
2. Waktu Penelitian.....	51
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	51
1. Populasi.....	51
2. Sampel.....	52
E. Teknik Pengumpulan Data	53
F. Teknik Analisis Data	54
1. Uji Asumsi Klasik	54
2. Regresi Linier Berganda.....	57
3. Uji Hipotesis	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
A. Hasil Penelitian.....	62
1. Deskripsi Data.....	62
2. Uji Asumsi Klasik.....	69
3. Regresi Linier Berganda	75
4. Uji Hipotesis	77
B. Pembahasan	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91
A. Kesimpulan.....	91
B. Saran	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	3
Tabel I.2 Data Laba Setelah Pajak.....	5
Tabel I.3 Data Total Aset.....	6
Tabel I.4 Data Total Ekuitas	7
Tabel I.5 Data Pendapatan Penjualan	8
Tabel II.1 Indikator <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	31
Tabel III.1 Jadwal Penelitian	51
Tabel III.2 Sampel Penelitian	53
Tabel IV.1 Pengambilan Sampel	62
Tabel IV.2 Sampel Penelitian	63
Tabel IV.3 Pengukuran <i>Corporate Social Responsibility</i>	64
Tabel IV.4 <i>Return On Asset</i>	65
Tabel IV.5 <i>Return On Equity</i>	67
Tabel IV.6 <i>Net Profit Margin</i>	68
Tabel IV.7 Uji Kolmogorov-Smirnov Test.....	71
Tabel IV.8 Hasil Uji Multikolinieritas.....	72
Tabel IV.9 Uji Autokolerasi	75
Tabel IV.10 Persamaan Regresi.....	76
Tabel IV.11 Hasil Uji t (Parsial).....	78
Tabel IV.12 Hasil Uji F (Simultan)	83
Tabel IV.13 Koefisien Kolerasi	84
Tabel IV.14 Hasil Koefisien Determinasi.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Konseptual	46
Gambar III.1 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji-t.....	59
Gambar III.2 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji F.....	60
Gambar IV.1 Histogram.....	70
Gambar IV.2 Grafik Normal P-Plot.....	70
Gambar IV.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	73
Gambar IV.4 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t 1.....	79
Gambar IV.5 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t 2.....	80
Gambar IV.6 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t 3.....	81
Gambar IV.7 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji F.....	83

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Iskandar (2016) *Corporate Social Responsibility* sebagai sebuah gagasan perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom line*. Yang dimaksud dengan *triple bottom line* adalah *profit, people, dan planet*. Perusahaan tidak hanya fokus terhadap *profit* atau laba, tetapi juga terhadap (*people*) atau manusia dan *planet* atau lingkungan karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin keberlanjutan perusahaan.

Menurut Elkington (1998) dimana tanggung jawab sosial perusahaan mencakup 3 dimensi penting yaitu mencari keuntungan (*profit*) bagi perusahaan, memberdayakan masyarakat (*people*), dan memelihara kelestarian alam/bumi (*planet*) ataupun lingkungannya.

Untung (2008, hal.15) Pemerintah Indonesia yang sadar akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan, menerbitkan UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, khususnya pasal 74 ayat 1 yang menyatakan bahwa, Perseroan yang menjalankan usahanya dibidang sumber daya alam dan bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dan UU No.32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan hidup (UU PPLH), pembangunan berkelanjutan

merupakan pembangunan yang dapat memenuhi kebutuhan generasi saat ini tanpa mengurangi kemampuan generasi yang akan datang (Rosiliana et al, 2014).

Menurut Hadi (2011) *Corporate Social Responsibility* pada dasarnya berangkat dari filosofi bagaimana cara mengelola perusahaan baik sebagian maupun secara keseluruhan mempunyai dampak positif bagi dirinya dan lingkungan. Untuk itu, perusahaan harus mampu mengelola bisnis operasinya yang menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Menurut Andreas dkk (2015). Banyak manfaat yang dapat diperoleh perusahaan setelah melaksanakan kegiatan CSR, yang pertama perusahaan akan terhindar dari adanya reputasi negatif sebagai perusak lingkungan yang hanya mengejar keuntungan jangka pendek, kedua perusahaan akan mendapatkan rasa hormat dari masyarakat yang membutuhkan perusahaan, seperti karyawan dan pelanggan, dan yang ketiga, perusahaan akan terhindar dari gangguan lingkungan sekitar, sehingga perusahaan dapat terus menjalankan operasi bisnisnya dengan lancar, dan yang paling utama perusahaan akan dapat menjamin kelangsungan hidup usahanya untuk jangka panjang.

Kusumadilaga (2010) dengan demikian *Corporate Social Responsibility* dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan, dimana dengan melakukan aktivitas CSR perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan sehingga *image* dan reputasi perusahaan juga meningkat dimata masyarakat. Jadi masyarakat akan berkeinginan untuk membeli produk perusahaan. Semakin laku produk perusahaan di pasaran maka laba (*profit*) yang didapat perusahaan akan semakin meningkat. Dengan meningkatnya *profit* akan

lebih mudah menarik investor, karena profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya.

Adapun data jumlah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017 pada tabel berikut ini:

Tabel I.1
Data Pengungkapan CSR

Pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman tahun 2013-2017

NO	KODE	ITEM GRI G4	PENGUNGKAPAN CSR					Rata-rata
			2013	2014	2015	2016	2017	
1	DLTA	91	2	2	3	6	4	3,4
2	ICBP	91	8	7	5	4	4	5,6
3	INDF	91	11	11	10	11	11	10,8
4	MYOR	91	3	5	4	8	8	5,6
5	ROTI	91	8	8	6	6	6	6,8
6	SKBM	91	3	3	3	3	4	3,2
7	ULTJ	91	3	3	4	4	6	4,0
Rata-rata		91	5,4	5,6	5,0	6,0	6,1	5,6

Sumber : Bursa Efek Indonesia & GRI G4

Tabel diatas menunjukkan berapa banyak jumlah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pengukuran pengungkapan CSR sebagai variabel dependen pada penelitian ini menggunakan indikator *Global Reporting initiative G4* (GRI G4) yang merupakan generasi terbaru pengukuran GRI. Dengan begitu dapat terlihat item apa-apa saja yang diungkapkan dalam laporan tahunan (*Annual Report*) dari setiap perusahaan dan berapa banyak pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh perusahaan disesuaikan dengan data *Global Reporting Initiative G4* (GRI G4) tersebut .

Dilihat dari tabel diatas rata-rata pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman tahun 2013-2017 adalah 5,6 terdapat 3 perusahaan berada dibawah rata-rata, 2 perusahaan berada diatas rata-rata dan 2 perusahaan lainnya tetap digaris rata-rata.

Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mengungkapkan CSR dibawah rata-rata menunjukkan bahwa bisa saja perusahaan tersebut memperoleh laba yang rendah, maka perusahaan tersebut belum bisa banyak melakukan program CSR dengan keterbatasan laba yang dihasilkan. Sebaliknya jika perusahaan yang mengungkapkan CSR diatas rata-rata menunjukkan bahwa bisa saja perusahaan tersebut memperoleh laba yang tinggi. Jika laba tinggi, perusahaan akan memperbanyak program tanggung jawab sosialnya karena laba yang dihasilkan dapat digunakan untuk pendanaan program CSR tersebut.

Menurut Rahayu dkk (2014)Perusahaan yang tidak melakukan CSR akan cenderung mendapatkan protes atau demo dari masyarakat yang dapat mengakibatkan terhentinya kegiatan operasional suatu perusahaan sehingga dapat menimbulkan kerugian, sebaliknya perusahaan yang melakukan CSR dengan baik dapat terhindar dari protes masyarakat sehingga perusahaan dapat terus beroperasi dengan efektif sehingga dapat mencapai tujuan profit keseluruhan.

Koloay dkk (2018) disamping itu, Salah satu tujuan utama didirikannya perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan adalah kunci keberhasilan perusahaan untuk dapat dikatakan mempunyai kinerja perusahaan yang baik. Pemilik perusahaan harus dapat menganalisa laporan keuangan perusahaannya untuk mengetahui sejauh mana kinerja keuangan perusahaannya. Salah satu alat untuk menganalisa laporan keuangan adalah menggunakan rasio profitabilitas.

Menurut Kasmir (2014, hal 81) Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai 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 perusahaan tersebut semakin efektif. Rasio profitabilitas dapat diukur dengan beberapa indikator sebagai berikut ROA (*Return On Asset*), ROE (*Return On Equity*), dan NPM (*Net Profit Margin*).

Untuk melihat tinggi rendahnya laba dari rasio profitabilitas tersebut maka perusahaan dapat mengukur rasio-rasio tersebut dengan menggunakan rumus yang sudah ditetapkan. Dalam perhitungannya *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE) dan *Net Profit Margin* (NPM) merupakan perbandingan *Earning After Taxes* (laba bersih setelah pajak) dengan *Total Asset* (rasio ROA), *Total Equity* (rasio ROE) dan Pendapatan Penjualan (rasio NPM) yang ada diperusahaan.

Adapun data yang dapat dilihat pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017 yakni sebagai berikut:

Tabel I.2
Data Laba Setelah Pajak

Pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman tahun 2013-2017

NO	KODE	Laba Setelah Pajak (disajikan dalam rupiah)					Rata-rata
		2013	2014	2015	2016	2017	
1	DLTA	270.498	288.073	192.045	254.509	279.773	256.980
2	ICBP	2.233.291	2.531.681	2.923.148	3.631.301	3.543.173	2.972.519
3	INDF	3.414.866	4.401.080	5.145.063	4.852.481	5.145.063	4.591.711
4	MYOR	1.013.558	409.825	1.250.233	1.388.676	1.630.954	1.138.649
5	ROTI	158.015	188.578	270.539	279.777	135.364	206.455
6	SKBM	58.267	89.116	40.151	22.545	25.880	47.192
7	ULTJ	325.127	283.357	523.100	709.826	711.681	510.618
	Rata-rata	1.067.660	1.170.244	1.477.754	1.591.302	1.638.841	1.389.160

Sumber : Bursa Efek Indonesia

Dari tabel diatas terlihat laba setelah pajak dari 7 perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terdapat 5 perusahaan yang kecendrungan berada dibawah rata-rata dan 2 perusahaan lainnya berada diatas rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa 5 perusahaan tersebut mempengaruhi penurunan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* karena rendahnya laba yang dihasilkan maka program melakukan tanggung jawab sosial pun bisa menurun dengan keterbatasan dana dari laba perusahaan. Hal ini juga dapat mempengaruhi hasil pengembalian atas aset (*Return On Assets*), hasil pengembalian atas ekuitas (*Return On Equity*) dan margin laba bersih (*Net Profit Margin*).

Tabel I.3
Data total aset
Pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman tahun 2013-2017

NO	KODE	Total Aset (disajikan dalam rupiah)					Rata-rata
		2013	2014	2015	2016	2017	
1	DLTA	867.041	911.947	1.038.321	1.197.797	1.340.842	1.071.190
2	ICBP	21.267.470	24.910.211	26.560.624	28.901.948	31.619.514	26.651.953
3	INDF	78.092.789	85.938.885	87.939.488	82.174.515	87.939.488	84.417.033
4	MYOR	9.280.158	10.291.108	11.342.716	12.922.422	14.915.850	11.750.451
5	ROTI	1.822.689	2.142.894	2.706.324	2.919.641	4.559.574	2.830.224
6	SKBM	497.653	649.534	764.484	1.001.657	1.623.027	907.271
7	ULTJ	2.811.621	2.917.084	3.539.996	4.239.200	5.186.940	3.738.968
	Rata-rata	16.377.060	18.251.666	19.127.422	19.051.026	21.026.462	18.766.727

Sumber : Bursa Efek Indonesia

Dari tabel diatas terlihat total aset dari 7 perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terdapat 5 perusahaan berada dibawah rata-rata dan 2 perusahaan lainnya berada diatas rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa total aset perusahaan yang berada dibawah rata-rata tersebut juga mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

karena aset yang dimiliki perusahaan harus mampu menghasilkan laba bersih dari setiap modal yang tertanam dalam total aset.

Jika laba dari total aset tersebut rendah maka akan berpengaruh pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan sebaliknya jika laba dari total aset tinggi maka perusahaan akan memperbanyak pengungkapan tanggung jawab sosialnya.

Tabel I.4
Data total ekuitas
Pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman tahun 2013-2017

NO	KODE	Total Ekuitas (disajikan dalam rupiah)					Rata-rata
		2013	2014	2015	2016	2017	
1	DLTA	676.558	764.473	849.621	1.012.374	1.144.645	889.534
2	ICBP	13.265.731	15.039.947	16.386.911	18.500.823	20.324.330	16.703.548
3	INDF	38.373.129	41.228.376	46.756.724	43.941.423	46.756.724	43.411.275
4	MYOR	3.893.900	4.100.555	5.194.460	6.265.256	2.820.106	4.454.855
5	ROTI	787.338	960.122	1.188.535	1.442.752	1.623.027	1.200.355
6	SKBM	201.124	317.910	344.087	368.389	1.023.237	450.949
7	ULTJ	2.015.147	2.917.084	2.797.506	3.489.233	4.208.755	3.085.545
	Rata-rata	8.458.990	9.332.638	10.502.549	10.717.179	11.128.689	10.028.009

Sumber : Bursa Efek Indonesia

Terlihat dari tabel diatas total ekuitas dari 7 perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terdapat 5 perusahaan berada dibawah rata-rata dan 2 perusahaan lainnya berada diatas rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa total ekuitas perusahaan yang berada dibawah rata-rata mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* karena rendahnya ekuitas tersebut disebabkan menurunnya jumlah pemilik saham (investor) dalam menanamkan modalnya, pembagian dividen yang besar sedangkan laba yang dihasilkan kecil dan beban pengeluaran yang besar seperti

biaya operasi yang dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan barang atau jasa. Hal itu menyebabkan rendahnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Tabel I.5
Data pendapatan penjualan
Pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman tahun 2013-2017

NO	KODE	Pendapatan Penjualan (disajikan dalam rupiah)					Rata-rata
		2013	2014	2015	2016	2017	
1	DLTA	2.001.359	2.111.639	1.573.138	1.658.619	777.308	1.624.413
2	ICBP	25.094.681	30.022.463	31.741.094	34.466.069	35.606.593	31.386.180
3	INDF	57.731.998	63.594.452	70.186.618	66.750.317	70.186.618	65.690.001
4	MYOR	12.017.837	14.169.088	14.818.731	18.349.960	20.816.674	16.034.458
5	ROTI	1.505.520	1.880.263	2.174.502	2.521.921	2.491.100	2.114.661
6	SKBM	1.296.618	1.480.765	1.362.246	1.501.116	1.841.487	1.496.446
7	ULTJ	3.460.231	3.916.789	4.393.933	4.685.988	4.879.559	4.267.300
	Rata-rata	14.729.749	16.739.351	18.035.752	18.561.999	19.514.191	17.516.208

Sumber : Bursa Efek Indonesia

Dari tabel diatas terlihat pendapatan penjualan dari 7 perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terdapat 5 perusahaan berada dibawah rata-rata dan 2 perusahaan lainnya berada diatas rata-rata. Hal ini sama dengan tabel diatas rendahnya pendapatan penjualan akan berdampak pada ketiganya juga yaitu rendahnya laba setelah pajak, total aset, total ekuitas. Jika pendapatan penjualan rendah maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* juga ikut menurun karena pendapatan penjualan sangat berpengaruh terhadap laba-laba yang dihasilkan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik mengambil judul “**Pengaruh Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility Pada**

Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)” untuk mengetahui dampak atau pengaruh dari profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dimana dalam penelitian ini profitabilitasnya diproyeksikan dengan ROA, ROE dan NPM.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah yang ada yaitu :

1. Pada tahun 2013-2017 data pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terdapat 3 perusahaan berada dibawah rata-rata, 2 perusahaan berada diatas rata-rata dan 2 lainnya berada digaris rata-rata.
2. Pada 2013-2017 data laba setelah pajak perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terdapat 5 perusahaan berada dibawah rata-rata dan 2 perusahaan lainnya berada diatas rata-rata.
3. Pada tahun 2013-2017 data total aset perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terdapat 5 perusahaan berada dibawah rata-rata dan 2 perusahaan lainnya berada diatas rata-rata.
4. Pada tahun 2013-2017 data total ekuitas perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terdapat 5

perusahaan berada dibawah rata-rata dan 2 perusahaan lainnya berada diatas rata-rata.

5. Pada tahun 2013-2017 data pendapatan penjualan perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terdapat 5 perusahaan berada dibawah rata-rata dan 2 perusahaan lainnya berada diatas rata-rata.

C. Rumusan masalah

Berdasarkan uraian yang dijelaskan diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *Return On Asset* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
2. Apakah *Return On Equity* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
3. Apakah *Net Profit Margin* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
4. Apakah *Return On Asset*, *Return On Equity* dan *Net Profit Margin* secara simultan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?

D. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih fokus dan tidak meluas maka peneliti membatasi masalah yang ada dalam tugas akhir ini. Adapun batasan-batasan tersebut yakni :

1. Hanya membahas pengaruh Profitabilitas yaitu *Return On Asset*, *Return On Equity* dan *Net Profit Margin* terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR), tidak membahas faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR) selain profitabilitas.
2. Pedoman pelaporan keberlanjutan GRI G4 yang dipakai hanya standar khusus saja, tidak mencakup pengungkapan standar umum.
3. Penelitian ini hanya dilakukan pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI, tidak membahas perusahaan sektor lain.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Return On Asset* (ROA) terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Return On Equity* (ROE) terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Net Profit Margin* (NPM) terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan

manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

4. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE), *Net Profit Margin* (NPM) secara simultan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan sumbangan berupa pengembangan ilmu yang berkaitan dengan ekonomi khususnya tentang pengaruh pengaruh Profitabilitas (*Return On Asset*, *Return On Equity* dan *Net Profit Margin*) terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan para investor. Sebagai bahan pertimbangan para investor maupun calon investor sebelum mengambil keputusan investasi pada perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Indonesia (BEI). Manfaat bagi pembaca dapat memberikan gambaran tentang kinerja keuangan dari segi pengaruh Profitabilitas (*Return On Asset*, *Return On Equity* dan *Net Profit Margin*) terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Bagi para investor, penelitian ini bermanfaat sebagai

bahan pertimbangan yang bermanfaat untuk mengambil keputusan investasi di Bursa Efek Indonesia. Diharapkan penelitian ini menjadi bahan referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang akan meneliti masalah yang sama atau berkaitan dengan masalah ini dimasa yang akan datang.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Uraian Teori

1. Rasio Profitabilitas

a. Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas atau kemampuan memperoleh laba adalah suatu ukuran dalam persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima. Angka profitabilitas dinyatakan antara lain dalam angka laba sebelum atau sesudah pajak, laba investasi, pendapatan per saham, dan laba penjualan. Nilai profitabilitas menjadi norma ukuran bagi kesehatan perusahaan.

Menurut Heri (2016, hal.192) :

Rasio Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset, maupun penggunaan modal.

Rasio profitabilitas dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur tingkat efektivitas kinerja keuangan. Kinerja keuangan yang baik dapat terlihat pada keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba yang maksimal bagi perusahaan tersebut.

Menurut Sjahrijal dan Purba (2013, hal.40) *Profitability ratio* atau disebut juga “Rasio rentabilitas merupakan pengukuran kemampuan dalam memperoleh laba dengan menggunakan aset atau modal perusahaan. Dapat

dipastikan bahwa semakin tinggi rasio ini adalah semakin baik karena laba yang diperoleh semakin besar”.

Pengukuran rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan antara berbagai elemen yang ada di dalam laporan laba rugi atau neraca. Pengukuran dapat dilakukan dalam beberapa periode. Tujuannya adalah untuk memonitor dan mengevaluasi tingkat perkembangan profitabilitas perusahaan dari waktu ke waktu. Dengan menganalisis laporan keuangan secara teratur memungkinkan bagi manajemen dalam secara efektif menentukan langkah-langkah perbaikan dan kemampuan.

Menurut La Ane (2011, hal 147) “Rasio profitabilitas merupakan yang paling sering digunakan untuk mengukur efektifitas manajemen dalam pencapaian profitabilitas”.

Melalui rasio profitabilitas, perusahaan dapat memperkirakan perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan ataupun kenaikan, sekaligus mencari penyebab dari perubahan tersebut.

Menurut Wijaya (2017, hal.32) “Rasio Profitabilitas, yaitu rasio yang mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (laba), meliputi *Gross Profit Margin, Basic Earning Power, Operating Profit Margin, Net Profit Margin, Return On Equity, Return On Asset, Net Income (Loss) Growth Ratio*, dan *Net Sales Growth Ratio*.

Namun peneliti memilih 3 rasio yang digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan yaitu *Return on Assets (ROA)*, *Return On Equity (ROE)* dan *Margin Laba Bersih (Net Profit Margin)*.

2. *Return on Assets (ROA)*

a. **Pengertian *Return on Assets (ROA)***

Return on Assets (ROA) merupakan rasio profitabilitas untuk menilai persentase keuntungan (laba) yang diperoleh perusahaan terkait sumber daya atau total asset sehingga efisiensi suatu perusahaan dalam mengelola asetnya bisa terlihat dari persentase rasio ini.

Menurut Hery (2016, hal.193) :

Hasil pengembalian atas aset atau *Return on Assets* merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.

Rasio *Return on Assets* ini dapat membantu manajemen dan investor untuk melihat seberapa baik suatu perusahaan mampu mengkonversi investasinya pada aset menjadi keuntungan atau laba (*profit*). Tingkat Pengembalian Aset atau *Return on Assets* ini sebenarnya juga dapat dianggap sebagai imbal hasil investasi (*Return On Investment*) bagi suatu perusahaan karena pada umumnya aset modal (*capital assets*) seringkali merupakan investasi terbesar bagi kebanyakan perusahaan. Dengan kata lain, uang atau modal diinvestasikan menjadi aset modal dan tingkat pengembaliannya atau imbal hasilnya diukur dalam bentuk laba atau keuntungan (*profit*) yang diperolehnya.

Menurut Harrison dkk (2013, hal.265) *Return On Asset (ROA)* “mengukur keberhasilan perusahaan dalam menggunakan aset untuk menghasilkan laba. Kreditor telah meminjamkan uang, dan bunga yang mereka terima merupakan pengembalian atas investasinya”.

Yakni para pemegang saham membeli saham perusahaan, dan laba bersih yang dihasilkan perusahaan merupakan bentuk pengembaliannya. Rasio ini juga membantu manajemen dan investor untuk melihat seberapa baik suatu perusahaan mampu mengkonversi investasinya pada aset menjadi keuntungan atau laba (*profit*).

Menurut Prastowo (2015, hal.) “*Return on Total Assets* mengukur kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aktiva untuk memperoleh laba. Ratio ini mengukur tingkat kembalian investasi yang telah dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan seluruh dana (aktiva) yang dimilikinya”.

Jika teori diatas menunjuk pada perusahaan, suatu perusahaan yang memperoleh laba bersih yang tinggi dari aktiva maka perusahaan tersebut dapat mengelola aset perusahaan secara tepat dan sesuai dalam memperoleh laba yang maksimal. Sebaliknya jika laba bersih yang dihasilkan dari aktiva rendah, maka perusahaan tersebut tidak dapat mengelola aset dengan baik. *Return on Assets* (ROA) akan sangat bermanfaat apabila dibandingkan dengan perusahaan yang bergerak di industri yang sama, karena industri yang berbeda akan menggunakan aset yang berbeda dalam menjalankan operasionalnya

Menurut Situmeang (2014, hal.67) :

Return on Asset menunjukkan kemampuan dari aset yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan laba. ROA mencerminkan tingkat keuntungan bersih setelah pajak yang juga berarti suatu ukuran untuk menilai seberapa besar tingkat pengembalian dari aset yang dimiliki perusahaan.

Return on Asset yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan menggunakan aktiva yang dimilikinya dengan baik, seluruh investasi yang dilakukan mampu mendatangkan kemanfaatan yang tinggi.

Menurut Kasmir (2014, hal.201) “Hasil pengembalian investasi atau dikenal dengan nama *Return On Investment (ROI)* atau *Return on Asset* merupakan rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan”.

Analisa *Return on Asset (ROA)* juga dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas dari masing-masing produk yang dihasilkan perusahaan dengan menggunakan *product cost system* yang baik, modal dan biaya dapat dialokasikan kepada berbagai produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan, sehingga dengan demikian akan dapat dihitung profitabilitas dari masing-masing produk. Dengan demikian manajemen akan dapat mengetahui produk mana yang mempunyai *profit potential* di dalam longrun.

b. Faktor faktor yang mempengaruhi *Return on Asset (ROA)*

Menurut Hani (2015, hal.120) faktor faktor yang dapat mempengaruhi tinggi rendahnya nilai *Return On Investment / Return on Asset* adalah laba bersih termasuk rasio *Net Profit Margin*, perputaran aktiva (total asset turn over), dan rasio aktivitas lainnya.

Hal ini disebabkan karena laba bersih sangat berpengaruh untuk tingginya laba yang dihasilkan dari total aset. Perputaran aktiva mengukur efektifitas perusahaan menghasilkan penjualan, penjualan tersebut berpengaruh terhadap besarnya laba bersih yang dihasilkan.

Menurut Kasmir (2014, hal.203) “menjelaskan *Return on Assets* (ROA) dipengaruhi oleh margin laba karena rendahnya perputaran aktiva” Apabila *Return on Assets* rendah maka disebabkan oleh rendahnya margin laba dan diikuti oleh penurunan total aktiva.

c. Pengukuran *Return on Asset* (ROA)

Return on Assets (ROA) atau Tingkat Pengembalian Aset ini dihitung dengan cara membagi laba bersih perusahaan (biasanya pendapatan tahunan) dengan total asetnya dan ditampilkan dalam bentuk persentase (%). Ada dua cara umum dalam menghitung ROA yaitu dengan menghitung total aset pada tanggal tertentu atau dengan menghitung rata-rata total aset (*average total assets*).

Menurut Kasmir (2014, hal.202) “rumus yang digunakan untuk menghitung ROA yaitu sebagai berikut :

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Total Assets}}$$

Menurut Fahmi (2017, hal.137) “*Return on Assets* (ROA) / *Return On Investment* (ROI) dapat dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Total Assets}}$$

Rumus *Return On Assets* (ROA) ini menggambarkan keberhasilan manajemen sebuah perusahaan dalam menghasilkan retur laba secara keseluruhan. Caranya dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan total aset.

Rumus ROA ini juga menggambarkan perputaran aset yang diukur volume penjualan. Semakin besar hasil perhitungan menggunakan rumus ini, maka semakin baik pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan tersebut. Artinya semakin baik pula kinerja perusahaan tersebut dari penggunaan aset, baik itu aset yang berupa ekuitas maupun aset yang berupa liabilitas.

3. *Return On Equity (ROE)*

a. *Pengertian Return On Equity (ROE)*

Return On Equity yang biasanya disingkat dengan ROE adalah rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari investasi pemegang saham di perusahaan tersebut. Dengan kata lain, ROE ini menunjukkan seberapa banyak keuntungan yang dapat dihasilkan oleh perusahaan dari setiap satu rupiah yang diinvestasikan oleh para pemegang saham. ROE biasanya dinyatakan dengan persentase (%).

Menurut Kasmir (2014, hal.204) :

Hasil pengembalian ekuitas atau *Return On Equity* atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio yang mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya.

Rasio ini menunjukkan daya untuk menghasilkan laba atas investasi berdasarkan nilai buku para pemegang saham, dan sering kali digunakan dalam membandingkan dua atau lebih perusahaan atas peluang investasi yang baik dan manajemen biaya yang efektif. ROE sangat menarik bagi pemegang maupun calon pemegang saham, dan juga bagi manajemen, karena rasio tersebut merupakan ukuran atau indikator penting dari *shareholders value*

creation, artinya semakin tinggi rasio ROE , semakin tinggi pula nilai perusahaan, hal ini tentunya merupakan daya tarik bagi investor untuk menanamkan modalnya diperusahaan tersebut.

Menurut Fahmi (2017, hal.137) “Rasio *Return On Equity* (ROE) disebut juga dengan laba atas *equity*. Dibeberapa referensi disebut juga dengan rasio *total asset turnover* atau perputaran total aset”. Rasio ini membahas sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimiliki dalam memberikan laba atas ekuitas.

Menurut Hery (2016, hal.194) “hasil pengembalian atas ekuitas (ROE) merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih”. Yakni rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap dan yang tertanam dalam total ekuitas.

Menurut Hani (2015, hal.120) “*Return On Equity* menunjukkan kemampuan dari ekuitas (umumnya saham biasa) yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba. Pendapat lain juga menyatakan bahwa ROE digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal sendiri”. Semakin tinggi rasio ini maka semakin baik hasilnya, karena dapat menunjukkan rentabilitas modal sendiri menjadi semakin baik.

Menurut Halim (2015, hal.116) “tingkat kembalikan ekuitas (*Return On Equity*-ROE) merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan tingkat kembalikan terhadap pemilik perusahaan”

Rasio ini digunakan untuk melihat seberapa besar pengembalian yang diberikan oleh perusahaan untuk setiap rupiah dana dari pemilik. Karena

memberikan keuntungan kepada pemegang saham adalah sasaran kita, ROE menjadi ukuran hasil akhir kinerja yang sebenarnya.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *Return On Equity* merupakan perbandingan laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri. Semakin tinggi hasil pengembalian atas ekuitas maka semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas ekuitas maka semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas.

b. Faktor faktor yang mempengaruhi *Return On Equity* (ROE)

ROE menunjukkan kesuksesan manajemen dalam memaksimalkan pengembalian pada pemegang saham, semakin tinggi rasio ini akan semakin baik karena memberikan tingkat pengembalian yang lebih besar pada pemegang saham. Untuk meningkatkan ROE terdapat faktor – faktor yang mempengaruhinya

Menurut Hani (2015, hal.120) “Faktor yang mempengaruhi *Return On Equity* (ROE) adalah volume penjualan, struktur modal dan struktur utang”.

Volume penjualan yang meningkat tanpa meningkatkan beban dan biaya proporsional maka dapat berpengaruh pada peningkatan *Return On Equity* (ROE) dan struktur utang yang dimaksud yakni perusahaan akan memperoleh nilai ROE yang tinggi jika perusahaan menggunakan sistem pembelanjaan yang menggunakan kredit dalam membelanjai kegiatan-kegiatannya.

Menurut Tandelilin (2010, hal.373) “adapun faktor-faktor yang mempengaruhi *Return On Equity* dipengaruhi oleh 3 faktor yaitu margin laba bersih, perputaran total aktiva dari *Operating Assets* dan *Debt Ratio*”.

Hal diatas menunjukkan bahwa laba bersih yang dihasilkan dari penjualan, besar kecilnya laba penjualan akan berpengaruh pada laba ekuitas, jumlah aktiva yang digunakan dalam operasi terhadap jumlah perolehan penjualan juga berpengaruh pada *Return On Equity* dan besar kecilnya hutang perusahaan.

c. Pengukuran *Return On Equity* (ROE)

Return On Equity (ROE) adalah jumlah imbal hasil dari laba bersih terhadap ekuitas dan dinyatakan dalam bentuk persen. ROE digunakan untuk mengukur kemampuan suatu badan usaha dalam menghasilkan laba dengan bermodalkan ekuitas yang sudah diinvestasikan pemegang saham. ROE dinyatakan dalam persentase dan dihitung dengan rumus.

Menurut Hery (2016, hal.195) “Rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas ekuitas yakni sebagai berikut :

$$\text{Hasil pengembalian atas ekuitas} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total ekuitas}}$$

Menurut Sujarweni (2017, hal.65) “Rumus untuk mencari *Return On Equity* (ROE) dapat digunakan sebagai berikut :

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Modal sendiri}}$$

Rumus ROE atau *Return On Equity Ratio* adalah sebuah rasio profitabilitas yang memiliki fungsi untuk mengukur kemampuan sebuah perusahaan dalam menghasilkan laba dari investasi pemegang saham dalam lingkup perusahaan tersebut. Hitungan labanya tertuju pada modal saham, aset dan juga pada tingkat penjualan dari perusahaan yang berkaitan.

Setiap investor ekuitas, laba adalah salah satu faktor penentu perubahan nilai efek atau sekuritas. Sebelum melakukan investasi di suatu perusahaan, para investor juga selalu yakin pada hasil perhitungan dari ROE. Semakin tinggi nilai ROE, semakin tinggi pula nilai perusahaan. Hal ini juga yang menarik perhatian para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Artinya seberapa banyak keuntungan yang dihasilkan (dalam persentase persen) oleh perusahaan dari setiap satu rupiah yang diinvestasikan oleh para pemegang saham akan terlihat dari ROE.

4. *Net Profit Margin (NPM)*

a. *Pengertian Net Profit Margin (NPM)*

Marjin Laba Bersih adalah rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur persentase laba bersih pada suatu perusahaan terhadap penjualan bersihnya. Marjin Laba Bersih ini menunjukkan proporsi penjualan yang tersisa setelah dikurangi semua biaya terkait. *Net Profit Margin* ini sering disebut juga dengan *Profit Margin Ratio* (Rasio Marjin Laba).

Menurut Yudiana (2013, hal.82) "*Net Profit Margin* yaitu margin laba bersih merupakan keuntungan penjualan setelah menghitung seluruh biaya dan pajak penghasilan".

Rasio *Net Profit Margin* (NPM) ini sangat penting bagi manajer operasi karena mencerminkan strategi penetapan harga penjualan yang diterapkan perusahaan dan kemampuannya untuk mengendalikan beban usaha.

Menurut Hery (2016, hal.198) “Margin laba bersih merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih”. Artinya semakin tinggi margin laba bersih maka semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Dan begitu pula sebaliknya.

Menurut Hani (2015, hal.119) :

Net Profit Margin menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari tingkat volume usaha tertentu. NPM dapat diinterpretasikan sebagai tingkat efisiensi perusahaan, yaitu sejauh mana kemampuan menekan biaya-biaya yang ada diperusahaan.

Rasio ini sangat penting bagi manajer operasi karena mencerminkan strategi penetapan harga penjualan yang diterapkan perusahaan dan kemampuannya untuk mengendalikan beban usaha. Beban tersebut termasuk biaya-biaya operasional perusahaan yang menyangkut pada penjualan. Kalau perusahaan tidak ada penjualan bersih, perusahaan pasti tidak akan bisa berjalan dengan baik.

Menurut Sudana (2015, hal 26) *Net Profit Margin* “rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari penjualan yang dilakukan perusahaan”. Penjualan yang tinggi dan laba bersih yang tinggi dapat meningkatkan margin laba bersih.

Menurut Sujarweni (2017, hal.64) *Net Profit Margin* “Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih sesudah pajak lalu dibandingkan dengan volume penjualan”.

Berarti jika hasil pengukuran laba tersebut jika tinggi nilai *Net Profit Margin*nya maka semakin baik perusahaannya karena laba yang dihasilkan dari penjualan akan berpengaruh terhadap peningkatan laba akuitas dan aktiva perusahaan.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi *Net Profit Margin* (NPM)

Net Profit Margin berfungsi untuk mengetahui laba perusahaan dari setiap penjualan atau pendapatan perusahaan. Menurut Kadir dan Phang (2012) “bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi *Net Profit Margin* adalah sebagai berikut :

1. *Current Ratio*/Rasio lancar
2. *Debt ratio*/Rasio utang
3. *Sales growth*/Pertumbuhan penjualan
4. *Inventory turnover rasio*/Perputaran persediaan
5. *Receivable turnover rasio*/Rasio perputaran piutang
6. *Working capital turnover rasio*/ Rasio perputaran modal kerja

Dengan demikian *Net Profit Margin* merupakan harapan untuk mendapatkan laba perusahaan secara berkelanjutan, bukanlah suatu pekerjaan yang gampang tetapi memerlukan perhitungan yang cermat dan teliti dengan memperhatikan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *Net Profit Margin*. Karena rasio ini menunjukkan berapa besar persentase laba bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Semakin besar rasio ini, maka dianggap semakin baik kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba yang tinggi.

Menurut Hani (2015, hal.119) “Tinggi rendahnya rasio *Net Profit Margin* pada setiap transaksi penjualan ditentukan oleh dua faktor, yaitu penjualan bersih dan laba usaha tergantung pada besarnya beban usaha”.

Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi margin laba bersih maka semakin tinggi laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Karena disebabkan tingginya laba sebelum pajak penghasilan. Sebaliknya, semakin rendah margin laba bersih maka semakin rendah pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Karena disebabkan rendahnya laba sebelum pajak penghasilan.

c. Pengukuran *Net Profit Margin* (NPM)

Margin Laba Bersih atau *Net Profit Margin* ini biasanya digunakan untuk mengukur seberapa efisien manajemen mengelola perusahaannya dan juga memperkirakan profitabilitas masa depan berdasarkan peramalan penjualan yang dibuat oleh manajemennya. Dengan membandingkan laba bersih dengan total penjualan.

Menurut Sujarweni (2017, hal.65) “Adapun rumus rasio *Net Profit Margin* adalah sebagai berikut :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan bersih}}$$

Menurut Harmono (2018, hal.110) “Rumus yang digunakan untuk menghitung marjin laba bersih adalah sebagai berikut :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan}}$$

Marjin Laba Bersih (*Net Profit Margin*) yang tinggi menunjukkan perusahaan menetapkan harga produknya dengan benar dan berhasil mengendalikan biaya dengan baik. Rasio *Net Profit Margin* ini akan sangat berguna apabila membandingkan profitabilitas pesaing di industri yang sama karena memiliki lingkungan bisnis dan basis pelanggan yang sama serta memiliki struktur biaya yang hampir sama.

5. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

a. *Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)*

Secara teoritis *Corporate Social Responsibility* merupakan hal yang penting dalam suatu bisnis, dimana suatu perusahaan tidak hanya memiliki kewajiban-kewajiban ekonomis dan resmi dari pemegang saham saja tetapi perusahaan juga harus mempunyai kewajiban terhadap pihak lain seperti masyarakat dan lingkungan sosial disekitar perusahaan.

Menurut WBCSD (*World Business Council for Sustainable Development*) (dalam Nor Hadi, 2011 hal.47) mengemukakan CSR sebagai “*Continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of workforce and their families as well as of the local community and social large*”

Yang bahwa komitmen bisnis yang berkelanjutan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi dengan meningkatkan kualitas kehidupan kerja karyawan dan kerja mereka dan komunitas lokal dan masyarakat yang luas.

Menurut Lord Holme and Richard Watts (dalam Nor Hadi, 2011 hal.46) mendefinisikan “*Corporate Social Responsibility is the continuing*

commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as the local community and society large". (CSR adalah komitmen berkelanjutan dari perusahaan yang berjalan secara etis dan memiliki kontribusi terhadap pembangunan ekonomi untuk meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarga mereka, dan juga komunitas lokal serta masyarakat luas).

Hal tersebut menunjukkan bahwa suatu perusahaan yang sudah mempunyai nama besar harus mampu mengeluarkan CSR nya dalam mensejahterakan sosialnya, lingkungan perusahaannya dan lingkungan masyarakat disekitar perusahaan serta komunitas masyarakat.

Menurut Mulyadi, dkk. (2012) :

Corporate Social Responsibility adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.

Pengertian diatas sama dengan Tanggung Jawab Sosial & Lingkungan, yaitu komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Menurut Untung (2008, hal.1) :

Corporate Social Responsibility adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan.

Perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal tapi juga pada kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*). Beberapa hal yang termasuk dalam *Corporate Social Responsibility* ini antara lain adalah tatalaksana perusahaan (*corporate governance*) yang sekarang sedang marak di Indonesia, kesadaran perusahaan akan lingkungan, kondisi tempat kerja dan standar bagi karyawan, hubungan perusahaan dengan masyarakat dan investasi sosial perusahaan.

Menurut Johnson and John (dalam Nor Hadi, 2011 hal.46) mengemukakan bahwa “*Corporate Social Responsibility (CSR) is about how companies manage business process to produce an overall positive impact to society*”.

Definisi ini pada dasarnya berangkat dari filosofi bagaimana mengelola perusahaan dengan baik sebagian maupun keseluruhan memiliki dampak positif bagi perusahaan itu sendiri dan lingkungannya. Untuk itu perusahaan harus mampu mengelola operasi bisnisnya dengan menghasilkan produk yang diterima dengan positif kepada masyarakat dan lingkungan.

Kok et al. 2001 (dalam Saleh, et al., 2010) menyatakan bahwa :

CSR merupakan suatu pernyataan umum yang mengindikasikan kewajiban perusahaan untuk menggunakan sumber daya ekonomi yang dimiliki dalam setiap aktivitas bisnis perusahaan yang dilakukan guna menyediakan dan memberikan kontribusi kepada stakeholder.

Hal ini menunjukkan bahwa pertanggungjawaban sosial yang dilakukan perusahaan ditujukan bagi para pemangku kepentingan (*stakeholder*) dalam

seluruh kegiatan perusahaan demi mewujudkan harmonisasi ekonomi, sosial, dan lingkungan secara berimbang.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Haigh dan Jones (2006, hal.18) mengungkapkan bahwa :

Terdapat 6 faktor yang mempengaruhi praktik CSR oleh perusahaan. Keenam factor tersebut adalah internal pressures on business managers, pressures from business competitors, investors and consumers, and regulatory pressures coming from governments and non governmental organizations.

Faktor-faktor tersebut yaitu tekanan internal pada manajer bisnis, tekanan dari pesaing bisnis, investor dan konsumen, dan tekanan peraturan yang berasal dari pemerintah dan organisasi non pemerintah. Investor saat ini menunjukkan peningkatan minat dalam tanggung jawab sosial perusahaan, pemberian penghargaan dengan menggunakan *Corporate Social Responsibility* lebih sering sebagai bagian dari kriteria mereka untuk berinvestasi. selain itu pelaksanaan CSR dapat memberikan kontribusi yang banyak bagi reputasi perusahaan.

Menurut Kurnianingsih (2013, hal.95) “Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah kepemilikan manajemen, tingkat leverage, size perusahaan dan profitabilitas”. Profitabilitas memang sangat penting bagi pengungkapan CSR karena semakin besar laba dari rasio profitabilitas maka semakin banyak pula pengungkapan CSR itu karena biaya pendanaan kegiatan CSR akan bergantung pada laba yang dihasilkan. Ukuran perusahaan juga memang menjadi faktor yang penting bagi pengungkapan CSR, karena semakin besar perusahaan tersebut maka semakin banyak

kegiatan operasi yang dilakukan yakni kegiatan tersebut berdampak pada orang-orang tertentu, masyarakat dan lingkungannya.

Corporate Social Responsibility tidak hanya menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap sosial dan lingkungan, tetapi juga dapat menjadi penunjang tercapainya pembangun yang berkelanjutan dengan menyetarakan aspek ekonomi dan pembangunan sosial yang didukung dengan pemeliharaan lingkungan hidup.

c. *Corporate Social Responsibility Index (CSRI)*

Pengukuran pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dinyatakan dalam *Corporate Social Responsibility Index (CSRI)*. Pengukuran *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah dengan menilai setiap item yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan dan atau laporan keberlanjutan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang sesuai dengan standar pedoman pelaporan keberlanjutan GRI (*Global Reporting Initiative*) terdiri dari 3 kategori utama, yang meliputi kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial. Dimana masing-masing item dari ketiga kategori tersebut adalah 9 untuk ekonomi, 34 untuk lingkungan dan 48 untuk sosial. Masing-masing kategori tersebut dinilai 1 jika diungkapkan dan dinilai 0 apabila tidak diungkapkan. Kemudian nilai dari setiap *item* dijumlahkan untuk memperoleh besarnya nilai *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Mengenai *Global Reporting Initiative (GRI)* yakni sebuah organisasi yang menyediakan kerangka kerja untuk pelaporan keberlanjutan, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan dari tahun ke tahun

terus menerus melakukan perbaikan dan penetapan pelaporan keberlanjutan diseluruh dunia.

Berikut ini indikator pengungkapan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) yang berdasarkan standar *Global Reporting Initiative* (GRI) :

Tabel 2.1
Indikator *Corporate Social Responsibility* (CSR) menurut *Global Reporting Initiative* G4

KATEGORI: EKONOMI		
- Kinerja Ekonomi	EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
	EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim
	EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti
	EC4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah
- Keberadaan di Pasar	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi lokasi operasional yang signifikan
	EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan
- Dampak Ekonomi Tidak Langsung	EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
	EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak
- Praktik Pengadaan	EC9	Perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional yang signifikan
KATEGORI: LINGKUNGAN		

- Bahan	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
	EN2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
- Energi	EN3	Konsumsi energi dalam organisasi
	EN4	Konsumsi energi di luar organisasi
	EN5	Intensitas energy
	EN6	Pengurangan konsumsi energy
	EN7	Pengurangan kebutuhan energi pada produk dan jasa
- Air	EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
	EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
	EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
- Keanekaragaman Hayati	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola di dalam, atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
	EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
	EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
	EN14	Jumlah total spesies dalam iucn red list dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan

- Emisi	EN15	Emisi gas rumah kaca (grk) langsung (cakupan 1)
	EN16	Emisi gas rumah kaca (grk) energi tidak langsung (cakupan 2)
	EN17	Emisi gas rumah kaca (grk) tidak langsung lainnya (cakupan 3)
	EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (grk)
	EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (grk)
	EN20	Misi bahan perusak ozon (bpo)
	EN21	Nox, sox, dan emisi udara signifikan lainnya
- Efluen dan Limbah	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
		Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
	EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
	EN24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan
	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi basel2 lampiran i, ii, iii, dan viii yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
	EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari air buangan dan limpasan dari organisasi
- Produk dan Jasa	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa
	EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasikan menurut kategori

- Kepatuhan	EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi nonmoneter karena ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan
- Transportasi	EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi, dan pengangkutan tenaga kerja
- Lain-lain	EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
- Asesmen Pemasok atas Lingkungan	EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
	EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
- Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
KATEGORI: SOSIAL SUB-KATEGORI: PRAKTIK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA		
- Kepegawaian	LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah
	LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
	LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender
- Hubungan Industrial	LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama

- Kesehatan dan Keselamatan Kerja	LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
	LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender
	LA7	Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
	LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
- Pelatihan dan Pendidikan	LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan
	LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran
		seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
	LA11	Persentase karyawan yang menerima revidi kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan
- Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
- Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki	LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan
- Asesmen Pemasok atas Praktik Ketenagakerjaan	LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan

	LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
- Mekanisme Pengaduan Masalah Ketenagakerjaan	LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
KATEGORI: SOSIAL SUBKATEGORI: HAK ASASI MANUSIA		
- Investasi	HR1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
	HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih
- Non-diskriminasi	HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang diambil
- Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama	HR4	Operasi dan pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
- Pekerja Anak	HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif

- Pekerja Paksa atau Wajib Kerja	HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
- Praktik Pengamanan	HR7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi
- Hak Adat	HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
- Asesmen	HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan reviu atau asesmen dampak hak asasi manusia
- Asesmen Pemasok atas Hak Asasi Manusia	HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
	HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
- Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia	HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal
KATEGORI: SOSIAL		
SUB-KATEGORI: MASYARAKAT		
- Masyarakat Lokal	SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
	SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal
- Anti-korupsi	SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi

	SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi
	SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
- Kebijakan Publik	SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat
- Anti Persaingan	SO7	Umlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya
- Kepatuhan	SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan
- Asesmen Pemasok atas Dampak pada Masyarakat	SO9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria dampak terhadap masyarakat
	SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
- Mekanisme Pengaduan Dampak terhadap Masyarakat	SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
KATEGORI: SOSIAL SUBKATEGORI: TANGGUNG JAWAB ATAS PRODUK		
- Kesehatan dan Keselamatan	PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan yang dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai
Pelanggan		untuk peningkatan
	PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil

- Pelabelan Produk dan Jasa	PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis
	PR4	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil
	PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan
- Komunikasi Pemasaran	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
	PR7	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor, menurut jenis hasil
- Privasi Pelanggan	PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
- Kepatuhan	PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa

Untuk melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada penelitian ini, peneliti menggunakan *Global Reporting Initiative* (GRI) pada versi GRI G4. *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$CSRI = \frac{\text{Total item yang diungkapkan}}{\text{Total item yang seharusnya diungkapkan}}$$

Menurut Kusumadilaga (2010, hal.21) dengan menggunakan *Global Reporting Initiative* (GRI) terdapat 6 indikator yang digunakan yaitu :

1. Indikator Kinerja Ekonomi (*Economic Performance Indicator*)

2. Indikator Kinerja Lingkungan (*Environment Performance Indicator*)
3. Indikator Ketenagakerjaan (*Indicator of Employment*)
4. Indikator Hak Asasi Manusia (*Human Rights Indicator*)
5. Indikator Masyarakat (*Community Indicator*)
6. Indikator Tanggung Jawab Produk (*Indicator of Product Responsibility*)

Untuk penelitian ini indikator yang digunakan hanyalah tiga kategori, yaitu indikator kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Indikator kinerja sosial mencakup 4 indikator yang terdiri dari : indikator ketenagakerjaan, hak asasi manusia, masyarakat dan produk.

B. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan suatu bentuk kerangka berpikir yang dapat digunakan sebagai pendekatan dalam memecahkan masalah. Biasanya kerangka penelitian ini menggunakan pendekatan ilmiah dan memperlihatkan hubungan antar variabel dalam proses analisisnya. Laporan keuangan menjadi dasar perhitungan antara rasio-rasio profitabilitas yang digunakan penulis untuk berbagai tujuan yakni mengetahui *Return on Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), *Net Profit Margin* (NPM) pada perusahaan.

Rasio profitabilitas bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba, baik dalam hubungannya dengan penjualan, aset, maupun terhadap modal sendiri. Dengan demikian, rasio profitabilitas akan mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan sebagaimana ditunjukkan dalam keuntungan/laba yang diperoleh dari penjualan dan investasi.

1. Pengaruh *Return on Assets* terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Return on Assets (ROA) merupakan salah satu rasio profitabilitas yang dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan. ROA mampu mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada masa lampau untuk kemudian di proyeksikan di masa yang akan datang.

Menurut Rosdiana dkk (2016, hal.79) menyatakan dalam penelitiannya bahwa “Profitabilitas yang diukur melalui *Return on Asset* (ROA) berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR”

Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *Return on Asset* terhadap *Corporate Social Responsibility*, sehingga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini :

H_{a1} : Terdapat pengaruh positif antara *Return on Assets* terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)



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

Return On Equity adalah sebuah rasio profitabilitas yang memiliki fungsi untuk mengukur kemampuan sebuah perusahaan dalam menghasilkan laba dari investasi pemegang saham dalam lingkup perusahaan tersebut.

Menurut Murhadi (2013, hal.64) “*Return On Equity* mencerminkan seberapa besar *return* yang dihasilkan bagi pemegang saham atas setiap rupiah uang yang ditanamkannya”.

Semakin tinggi *Return On Equity* maka semakin baik dan semakin besar nilai profitabilitas perusahaan karena berarti dividen yang dibagikan atau ditanamkan kembali sebagai laba ditahan juga akan makin besar.

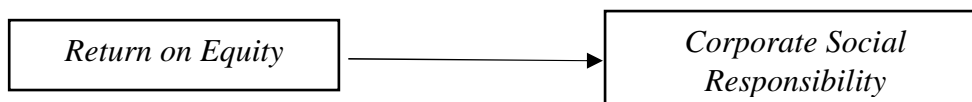
Hasil penelitian Nor Hadi (2009) “menunjukkan bahwa tanggungjawab sosial perusahaan memiliki kandungan dan konsekuensi baik secara sosial (*social consequences*), maupun secara ekonomi (*economic consequences*)”.

Suatu perusahaan dapat mewujudkan CSR dengan baik apabila mereka mampu menerapkan kewajibannya secara berimbang. Pengungkapan CSR tersebut taklepas dari faktor yang mempengaruhinya termasuk profitabilitas perusahaan karena laba yang dihasilkan perusahaan akan berdampak positif bagi kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam perusahaan.

Menurut Rosdiana dkk (2016, hal.80) menyatakan dalam penelitiannya bahwa “Profitabilitas yang diukur melalui *Return On Equity* (ROE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR”

Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *Return On Equity* terhadap *Corporate Social Responsibility*, oleh karena itu hipotesis yang diajukan adalah :

H_{a2} : Terdapat pengaruh positif yang signifikan antar *Return On Equity* terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).



3. Pengaruh *Net Profit Margin* terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Net Profit Margin (NPM) adalah rasio yang digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih. Rasio ini sangat penting bagi manajer operasi karena mencerminkan strategi penetapan harga penjualan yang diterapkan perusahaan dan kemampuannya untuk mengendalikan beban usaha.

Menurut Kieso (2012, hal.143) “*Net Profit Margin* (NPM) digunakan untuk mengukur besarnya persentase dari setiap penjualan yang menghasilkan keuntungan bersih.

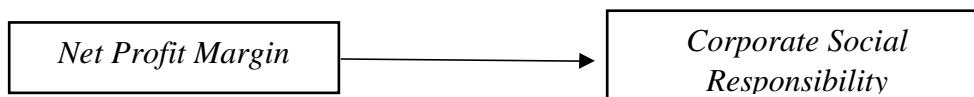
Semakin besar NPM, maka kinerja perusahaan akan semakin produktif, sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Rasio ini menunjukkan berapa besar persentase laba bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Semakin besar rasio ini, maka dianggap semakin baik kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba yang tinggi.

Menurut Santana (2012) menyatakan dalam penelitiannya bahwa “terdapat pengaruh positif dan signifikan antara profitabilitas yang diproyeksikan *Net Profit Margin* terhadap *Corporate Social Responsibility*”

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungan penjualan total aktiva maupun modal sendiri melalui laba dari penjualan perusahaan. Margin laba bersih yang didapat akan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR karena laba yang dihasilkan perusahaan akan berpengaruh positif bagi pendanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam perusahaan.

Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *Net Profit Margin* terhadap *Corporate Social Responsibility*. Maka dari itu hipotesis yang diajukan peneliti yaitu :

H_{a3} : Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *Net Profit Margin* terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)



4. Pengaruh *Return on Asset*, *Return On Equity*, *Net Profit Margin* terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Penelitian atas Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* sudah banyak dilakukan sebelumnya seperti Sembiring (2005), Nurkhin (2009), Hossain dkk (2006), Branco dan Rodriguez (2008). Menurut penelitian Nurkhin (2009) dan Hossain dkk (2006) mereka menyatakan bahwa ada pengaruh positif antara profitabilitas dengan CSR.

Penelitian terdahulu dilakukan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*. Penelitian yang dilakukan oleh Rindawati dan Asyik (2015), Purba dan Yadnya (2015), Budiman (2015) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan corporate social responsibility.

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan CSR kepada pemegang saham. Sehingga dapat dijelaskan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan entitas untuk menghasilkan laba demi meningkatkan nilai pemegang saham.

Menurut Zulhaimi dan Wulandari (2017) Profitabilitas berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

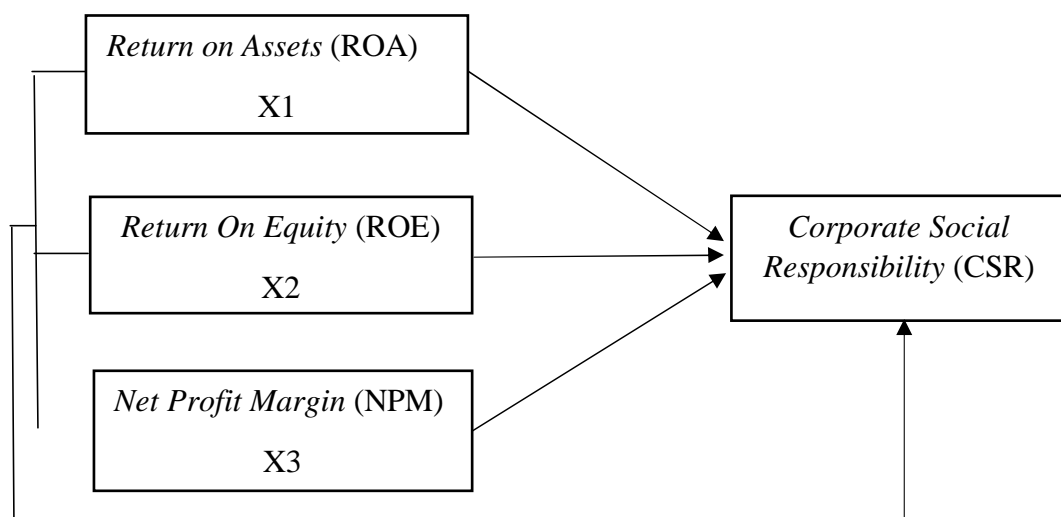
Hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan telah menjadi anggapan dasar untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosialnya. Gray at al (2001) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *Return on Asset*, *Return On Equity*, *Net Profit Margin* terhadap *Corporate Social Responsibility*. Maka dari itu hipotesis yang diajukan peneliti yaitu :

H_{a4} : Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *Return on Asset*, *Return On Equity*, *Net Profit Margin* terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Berdasarkan hubungan antara variabel diatas maka gambar kerangka konseptual adalah sebagai berikut :

Gambar II.1 Kerangka Konseptual



C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang relevan, belum didasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian.

Mengenai pada rumusan masalah, teori yang telah ditemukan dari penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilaksanakan maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. *Return on Assets* (ROA) berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)
2. *Return On Equity* (ROE) berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)
3. *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)
4. *Return on Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE) dan *Net Profit Margin* (NPM) secara simultan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan asosiatif. Pendekatan asosiatif adalah merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini menggunakan data sekunder dan bersifat empiris, dimana data yang diperoleh dari dokumen dengan cara mengunjungi situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI).

Sedangkan pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, dimana pendekatan ini merupakan analisis data terhadap data-data yang mengandung angka-angka numerik.

Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif yang biasa yang dinyatakan dalam satuan-satuan berupa angka, yang merupakan gabungan data tahunan pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode penelitian yang dimulai dari tahun 2013 sampai dengan 2017.

Dalam penelitian ini, penulis ingin menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibilit*. Pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik yang bertujuan mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, dan teori-teori atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut.

B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional variabel adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik yang lebih substantive dari suatu konsep. Secara umum tujuannya agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah signifikan konsepnya, maka peneliti harus memasukkan proses atau operasionalnya alat ukur yang akan digunakan untuk kuantifikasi gejala atau variabel yang akan diteliti.

Berdasarkan pada permasalahan dan hipotesis yang akan diuji, parameter yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat (Y) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependent yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah dengan menilai setiap *item* yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan maupun laporan keberlanjutan. Kemudian nilai dari setiap *item* dijumlahkan untuk memperoleh besarnya nilai CSR secara keseluruhan dari suatu perusahaan.

2. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel Bebas (X) merupakan variabel yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya *variabel dependent* (variabel terikat). *Variabel independen* yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas. Untuk mengukur profitabilitas penulis memproyeksikan *Return On Asset* (X1), *Return On Equity* (X2) dan *Net Profit Margin* (X3) didalam penelitian ini.

a. *Return On Asset (ROA)*

Return On Assets (X1) diukur dengan membandingkan laba bersih dengan memanfaatkan total aset atau total aktiva yang ada pada perusahaan. Dengan itu maka terlihat hasil dari laba yang dihasilkan oleh aktiva perusahaan.

b. *Return on Equity (ROE)*

Return on Equity (X2) diukur dengan membandingkan laba setelah pajak dengan memanfaatkan total equity (modal sendiri) yang dimiliki perusahaan. Dengan itu maka terlihat hasil dari laba yang dihasilkan oleh ekuitas perusahaan.

c. *Net Profit Margin (NPM)*

Penelitian ini juga menggunakan *Net Profit Margin (X3)* diukur dengan membandingkan laba setelah pajak dengan pendapatan penjualan pada perusahaan. Dengan itu maka terlihat hasil dari laba yang dihasilkan oleh penjualan perusahaan.

C. Tempat dan Jadwal Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini adalah di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dimana data yang diperoleh berdasarkan sumber www.idx.co.id yang berfokus pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang datanya diambil dari tahun 2013 sampai tahun 2017.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan November 2018 sampai dengan Maret 2019.

Tabel 3.1
Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Tahun 2018								Tahun 2019											
		November				Desember				Januari				Februari				Maret			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul			■																	
2	Pengumpulan Data				■	■	■	■	■												
3	Penetapan Judul							■	■												
4	Penyusunan Proposal								■	■	■	■	■								
5	Seminar Proposal											■	■								
6	Penyusunan Skripsi												■	■	■	■	■				
7	Bimbingan Skripsi															■	■	■	■	■	■
8	Sidang Meja Hijau																			■	■

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut Sugiono (2016, hal.80) Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian adakalanya peneliti mengambil keseluruhan objek atau sebagian saja dari keseluruhan obyek penelitian untuk dijadikan bahan untuk diteliti.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman yang terdaftar di

Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2013 sampai 2017 yaitu berjumlah 18 perusahaan.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016, hal.81) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik ini adalah memilih sampel dari suatu populasi berdasarkan pertimbangan tertentu, baik pertimbangan ahli maupun pertimbangan ilmiah.

Kriteria dalam pengambilan sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.
- b. Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang menyajikan laporan tahunan secara berturut-turut selama tahun 2013-2017
- c. Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang menyajikan laporan keuangan secara berturut-turut selama tahun 2013-2017
- d. Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang mengungkapkan CSR didalam *annual reportnya* berturut-turut selama tahun 2013-2017

Berdasarkan pemilihan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling* diperoleh 7 perusahaan manufaktur subsektor makanan dan

minuman yang terdaftar di bursa efek indonesia yang dijadikan sampel dalam penelitian ini.

Berikut 7 nama-nama perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek indonesia (BEI) selama tahun 2013 sampai dengan 2017 yang dipilih menjadi obyek dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 3.2

NO	KODE PERUSAHAAN	NAMA PERUSAHAAN
1	DLTA	Delta Djakarta Tbk
2	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
3	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
4	MYOR	Mayora Indah Tbk
5	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk
6	SKBM	Sekar Bumi Tbk
7	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk

Sampel Penelitian

Sumber : Bursa Efek Indonesia

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik dokumentasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang bersumber dari data sekunder. Menurut Sugiyono (2017, hal.224) Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada kepada pengumpul data. Misalnya lewat orang lain atau

yang diperoleh dengan mengambil data-data yang publikasi dari Bursa Efek Indonesia (BEI) dari situs resminya, yaitu laporan tahunan dari Perusahaan Manufaktur subsektor Makanan dan Minuman dari tahun 2013 sampai dengan 2017.

F. Teknis Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017, hal.7) metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi.

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah hasil analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menganalisis daam penelitian ini terbebas dari penyimpangan asumsi klasik yang meliputi, multikolinieritas, heteroskedastisitas dan autokolerasi. Adapun masing-masing pengujian tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2016. hal.154) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan :

1. Grafik Histogram

Histogram adalah grafik hutang yang dapat berfungsi untuk menguji (secara grafik) apakah sebuah data berdistribusi normal ataukah

tidak. Jika data berdistribusi normal, maka data akan membentuk semacam lonceng. Apabila grafik data terlihat jauh dari bentuk lonceng, maka dapat dikatakan data tidak berdistribusi normal.

2. Uji Normal P-P *Plot of Regression Standardized Residual*

Uji ini dapat digunakan untuk melihat model regresi normal atau tidaknya dengan syarat, yaitu apabila data mengikuti garis dan menyebar disekitar garis diagonal tersebut.

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau garis histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas
- b. Jika data menyebar dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

3. Uji Kolmogorov Smirnov

Uji Kolmogorov Smirnov ini bertujuan agar dalam penelitian ini dapat mengetahui berdistribusi normal atau tidaknya antar variabel independen dengan variabel dependen ataupun keduanya. Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji apakah residual berdistribusi normal adalah uji statistik non parametik Kolmogorov Smirnov(K-S) dengan memenuhi hipotesis :

H_0 = Data residual berdistribusi normal

H_a = Data residual tidak berdistribusi normal

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016, hal.103) Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai *VIF* tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* ≥ 10 .

c. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2016, hal.134) Heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan yang lain. Jika varian residual dari satu pengamatan yang lain tetap, maka regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas.

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

d. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2016, hal.107) Uji Autokorelasi digunakan untuk data *times series* (runtut waktu) bukan untuk data cross section (misalnya angket). Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah

model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan pada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi.

Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya autokolerasi ini dapat dilakukan dengan menggunakan watson statistik, yaitu dengan sebagai berikut:

T = Jumlah sampel (n)

k = Jumlah variabel

dL = Batas Bawah Durbin Watson (D-W Tabel)

dU = Batas Atas Durbin Watson (D-W Tabel)

Pengambilan Keputusan:

Deteksi Autokolerasi Positif

- 1) Jika $d < dL$ maka terdapat autokolerasi positif
- 2) Jika $d > dU$ maka tidak terdapat autokolerasi positif
- 3) Jika $dL < d < dU$ maka pengujian tidak meyakinkan atau tidak dapat disimpulkan.

Deteksi Autokolerasi Negatif

- 1) Jika $(4 - d) < dL$ maka terdapat autokolerasi negatif
- 2) Jika $(4 - dU) > dU$ maka tidak terdapat autokolerasi negatif, dan
- 3) Jika $dL < (4 - d) < dU$ maka pengujian tidak meyakinkan atau tidak dapat disimpulkan.

2. Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan adalah teknik analisis regresi berganda, karena variabel bebas dalam penelitian ini lebih dari satu. Teknik analisis regresi linier berganda merupakan teknik uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian ini menggunakan data runtut (time series) dengan ukuran waktu 5 tahun (dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2017).

Menurut Sugiyono (2010, hal.277) untuk melakukan analisis regresi dapat menggunakan rumus regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = *Corporate Social Responsibilit*

a = Konstanta

b = Koefesien regresi

X_1 = *Return On Assets*

X_2 = *Return On Equity*

X_3 = *Net Profit Margin*

= Variabel Pengganggu (Residual) atau *Standart eror*

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis berguna untuk memeriksa atau menguji apakah koefesien regresi yang didapat signifikan. Ada dua jenis koefesien regresi yang dapat dilakukan yaitu uji t dan uji F.

a. Uji t (parsial)

Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara individual, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah secara parsial masing-

masing variabel bebas mempunyai pengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Setelah didapat nilai thitung maka selanjutnya nilai thitung dibandingkan dengan t tabel.

Menurut Sugiyono (2010, hal.250) Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = nilai t hitung

r = koefisien korelasi

n = banyaknya pasangan rank

1. Bentuk pengujian

Ho : $r_s = 0$, artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

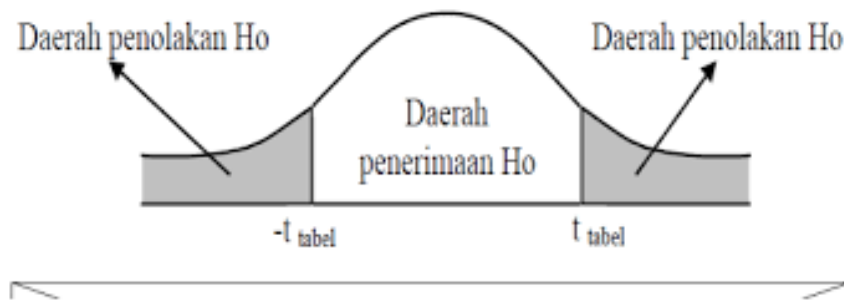
Ho : $r_s \neq 0$, artinya terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

2. Kriteria pengambilan keputusan

Ho diterima jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

Ho ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$

Gambar 3.1 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t



b. Uji F (simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh secara bersama - sama variabel independen terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar 5%, dengan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$, dimana (n) adalah jumlah observasi dan (k) adalah jumlah variabel.

n = Jumlah Anggota Sampel

1) Bentuk pengujian:

$H_0 = 0$, Tidak ada pengaruh antara X_1, X_2, X_3 terhadap Y

$H_0 \neq 0$, Ada pengaruh antara Menurut Sugiyono (2010, hal.257) uji F dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan :

F_h = Nilai F Hitung

R = Koefisien Korelasi Ganda

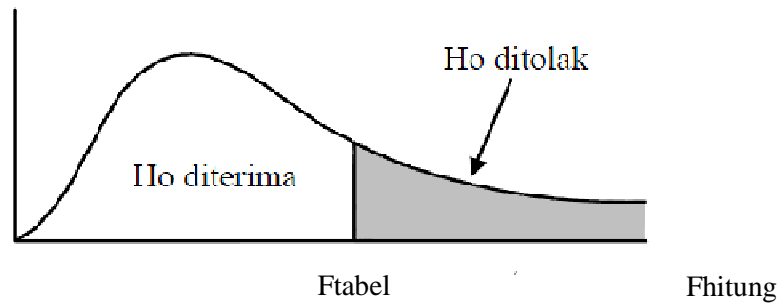
k = Jumlah Variabel Independen X_1, X_2, X_3 terhadap Y

2) Kriteria Pengujian:

H_0 diterima apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau $-F_{hitung} \geq -F_{tabel}$ $\alpha = 5\%$

Ho ditolak apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $-F_{hitung} < -F_{tabel}$ $\alpha = 5\%$

Gambar 3.2 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji F



c. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel terikat yaitu dengan mengkuadratkan koefisien yang ditemukan. Dalam penggunaannya, koefisien determinasi ini dinyatakan dalam persentase (%) dengan rumus sebagai berikut :

$$\mathbf{KD = r^2 \times 100\%}$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Nilai Korelasi Berganda

100% = Persentase Kontribusi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013 sampai dengan 2017 (5 tahun). Penelitian ini menganalisis apakah *Return On Assets* (ROA) berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR), apakah *Return On Equity* (ROE) berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan apakah *Net Profit Margin* berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Seluruh perusahaan Manufaktur subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) ada 18 perusahaan, kemudian hanya 7 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel dalam penelitian ini. Berikut tabel pengambilan sampel dalam penelitian ini :

Tabel IV.1

Pengambilan sampel perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Kriteria sampel	Jumlah
Perusahaan yang terdaftar di Bei secara berturut-turut untuk periode 2013-2017	18
Perusahaan yang tidak menerbitkan annual report secara berturut-turut selama tahun 2013-2017	6
Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan secara berturut-turut selama tahun 2013-2017	2
Perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR di annual reportnya secara berturut-turut selama tahun 2013-2017	3
Jumlah perusahaan yang dijadikan sampel	7

Berikut nama-nama perusahaan yang menjadi objek penelitian ini sebagai berikut:

Tabel IV.2
Sampel Penelitian Perusahaan Manufaktur subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

NO	KODE PERUSAHAAN	NAMA PERUSAHAAN
1	DLTA	Delta Djakarta Tbk
2	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
3	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
4	MYOR	Mayora Indah Tbk
5	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk
6	SKBM	Sekar Bumi Tbk
7	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk

Sumber: Bursa Efek Indonesia

Perusahaan Manufaktur subsektor Makanan dan Minuman dipilih karena perusahaan manufaktur khususnya sektor makanan dan minuman itu mengelola barang mentah menjadi barang jadi dan hal tersebut menghasilkan limbah ataupun hal yang lainnya yang berdampak pada lingkungan. Selain itu, perusahaan manufaktur subsektor Makanan dan Minuman merupakan Perusahaan yang menjual berbagai macam olahan makanan dan minuman yang tentu saja memperoleh laba yang besar dari penjualan yang dapat menarik investor beriventasi didalamnya.

a. Corporate Social Responsibility (CSR)

Variabel terikat (Y) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel *Dependent* yang

digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah perbandingan antara total item yang diungkapkan dan total item yang terdapat pada item yang seharusnya diungkapkan.

Berikut ini data pengukuran *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Manufaktur subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017 sebagai berikut :

Tabel IV.3
Pengukuran *Corporate Social Responsibility (CSR)*

NO	KODE	CSR					Rata-rata
		2013	2014	2015	2016	2017	
1	DLTA	0,022	0,022	0,033	0,066	0,044	0,037
2	ICBP	0,088	0,077	0,055	0,044	0,044	0,062
3	INDF	0,121	0,121	0,110	0,121	0,121	0,119
4	MYOR	0,033	0,055	0,044	0,088	0,088	0,062
5	ROTI	0,088	0,088	0,066	0,066	0,066	0,075
6	SKBM	0,033	0,033	0,033	0,033	0,044	0,035
7	ULTJ	0,033	0,033	0,044	0,044	0,066	0,044
	Rata-rata	0,060	0,061	0,055	0,066	0,068	0,062

Sumber: Bursa Efek Indonesia

Dari tabel diatas dapat dilihat rata-rata 7 perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2013-2017 sebesar 0,062. Terdapat 3 perusahaan berada dibawah rata-rata, 2 perusahaan berada diatas rata-rata dan 2 perusahaan lainnya berada digaris rata-rata.

Dari kondisi diatas, pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang mengalami penurunan akan sulit untuk mendapatkan investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan tersebut, dan meragukan kemampuan perusahaan yang tidak dapat meningkatkan

Corporate Social Responsibility pada pencapaian laba yang besar atau maksimal.

Hal ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* yang berada dibawah rata-rata itu disebabkan perusahaan tidak banyak melakukan program CSR, perusahaan tersebut mempunyai laba yang rendah sehingga program CSR tidak dilakukan dan besarnya suatu perusahaan akan mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

b. Return On Asset (ROA)

Variabel Bebas (X) adalah variabel yang pengaruhnya diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang berkaitan dengan variabel lain. Variabel *InDependent* atau variabel bebas (X1) yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return On Asset* (ROA).

Berikut ini data dari *Return On Asset* (ROA) Perusahaan Manufaktur subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017 sebagai berikut :

Tabel IV.4
Return On Asset (ROA)

NO	KODE	ROA					Rata-rata
		2013	2014	2015	2016	2017	
1	DLTA	0,312	0,316	0,185	0,212	0,029	0,211
2	ICBP	0,105	0,102	0,110	0,126	0,112	0,111
3	INDF	0,044	0,051	0,059	0,059	0,059	0,054
4	MYOR	0,109	0,040	0,110	0,107	0,109	0,095
5	ROTI	0,087	0,088	0,100	0,096	0,030	0,080
6	SKBM	0,117	0,137	0,053	0,023	0,016	0,069
7	ULTJ	0,116	0,097	0,148	0,167	0,137	0,133
	Rata-rata	0,127	0,119	0,109	0,113	0,070	0,108

Sumber: Bursa Efek Indonesia

Dari tabel diatas dapat dilihat rata-rata 7 perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2013-2017 sebesar 0,108. Terdapat 4 perusahaan berada dibawah rata-rata dan 3 perusahaan lainnya berada diatas rata-rata.

Hal ini menunjukkan bahwa pada perusahaan yang berada dibawah rata-rata, perusahaan tidak dapat mengelola asset perusahaan secara tepat dan sesuai dalam memperoleh laba yang maksimal. Dampak dari hal ini yaitu pada pengembalian dari perusahaan kepada setiap pemilik aset dan menunjukkan bahwa posisi pemilik aset perusahaan akan semakin buruk.

Semakin besar laba yang dihasilkan perusahaan maka semakin baik kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan aset yang dimiliki perusahaan. Sebaliknya jika laba yang dihasilkan perusahaan kecil maka menunjukkan rendahnya kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

c. *Return On Equity (ROE)*

Variabel *InDependent* atau variabel bebas (X2) yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return On Equity (ROE)*. *Return On Equity (ROE)* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap dan yang tertanam dalam total ekuitas.

Berikut ini data dari *Return On Equity (ROE)* Perusahaan Manufaktur subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017 sebagai berikut :

Tabel IV.5
Return On Equity (ROE)

NO	KODE	ROE					Rata-rata
		2013	2014	2015	2016	2017	
1	DLTA	0,400	0,377	0,226	0,251	0,244	0,300
2	ICBP	0,168	0,168	0,178	0,196	0,174	0,177
3	INDF	0,089	0,107	0,110	0,110	0,110	0,105
4	MYOR	0,260	0,100	0,241	0,222	0,578	0,280
5	ROTI	0,201	0,196	0,228	0,194	0,083	0,180
6	SKBM	0,290	0,280	0,117	0,061	0,025	0,155
7	ULTJ	0,161	0,097	0,187	0,203	0,169	0,163
	Rata-rata	0,224	0,189	0,184	0,177	0,198	0,194

Sumber : Bursa Efek Indonesia

Dari tabel diatas dapat dilihat rata-rata 7 perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2013-2017 sebesar 0,194. Terdapat 5 perusahaan berada dibawah rata-rata dan 2 perusahaan lainnya berada diatas rata-rata.

Hal ini menunjukkan bahwa ekuitas perusahaan meningkat dan laba perusahaan turun maka terjadi penurunan terhadap nilai *Return On Equity* dan sebaliknya jika ekuitas berkurang dan laba meningkat maka dapat meningkatkan *Return On Equity* perusahaan. Jadi, jika perusahaan memiliki ekuitas yang tinggi dan laba juga meningkat tetapi *Return On Equity* turun, bisa jadi hal tersebut dikarenakan perusahaan tidak memaksimalkan sumber dayanya untuk membagi dividen yang besar pada investor.

d. *Net Profit Margin (NPM)*

Variabel *Independent* atau variabel bebas (X3) yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Net Profit Margin (NPM)*. *Net Profit Margin (NPM)*

merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih sesudah pajak lalu dibandingkan dengan volume penjualan.

Berikut ini data dari *Net Profit Margin* (NPM) Perusahaan Manufaktur subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017 sebagai berikut :

Tabel IV.6
***Net Profit Margin* (NPM)**

NO	KODE	NPM					Rata-rata
		2013	2014	2015	2016	2017	
1	DLTA	0,135	0,136	0,122	0,153	0,360	0,181
2	ICBP	0,089	0,084	0,092	0,105	0,100	0,094
3	INDF	0,059	0,069	0,073	0,073	0,073	0,069
4	MYOR	0,084	0,029	0,084	0,076	0,078	0,070
5	ROTI	0,105	0,100	0,124	0,111	0,054	0,099
6	SKBM	0,045	0,060	0,029	0,015	0,014	0,033
7	ULTJ	0,094	0,072	0,119	0,151	0,146	0,116
	Rata-rata	0,087	0,079	0,092	0,098	0,118	0,095

Sumber : Bursa Efek Indonesia

Dari tabel diatas dapat dilihat rata-rata 7 perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2013-2017 sebesar 0,095. Terdapat 4 perusahaan berada dibawah rata-rata dan 3 perusahaan lainnya berada diatas rata-rata.

Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI kecendrungan berada dibawah rata-rata. Adanya kecendrungan ini dapat mengakibatkan laba yang dihasilkan oleh penjualan mengalami penurunan.

Semakin rendah nilai *Net Profit Margin* maka semakin tipis dan laba perusahaan tersebut sudah pasti menurun. Sebaliknya semakin tinggi nilai *Net Profit Margin* menandakan laba tersebut semakin tebal dan semakin efisien operasionalnya. Nilai *Net Profit Margin* disebut baik apabila >5 , dalam

perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman rasio margin biasanya tipis karena mereka lebih mengutamakan volume penjualan yang tinggi daripada margin yang tinggi tapi barang jualannya tidak laku.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan prasyarat analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk memperoleh hasil analisis yang valid. Berikut ini pengujian untuk menentukan apakah asumsi klasik dipenuhi atau tidak.

a. Uji Normalitas

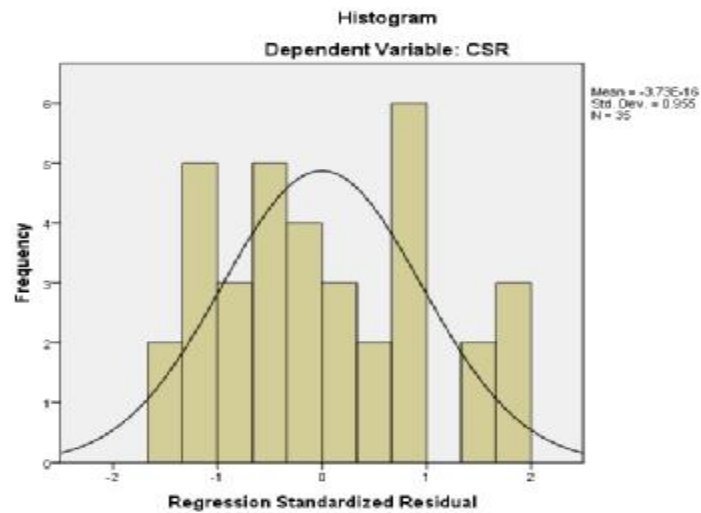
Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel *dependent* dan *Independent* nya memiliki distribusi yang normal atau tidak. Ada dua cara mendeteksi apakah residual distribusi normal atau tidak yaitu analisis grafik dan analisis statistic. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran (dua) titik pada sumbu diagonal dan grafik dengan melihat histogram dan residunya.

Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Berdasarkan hasil transformasi data peneliti melakukan uji normalitas dengan hasil sebagai berikut :

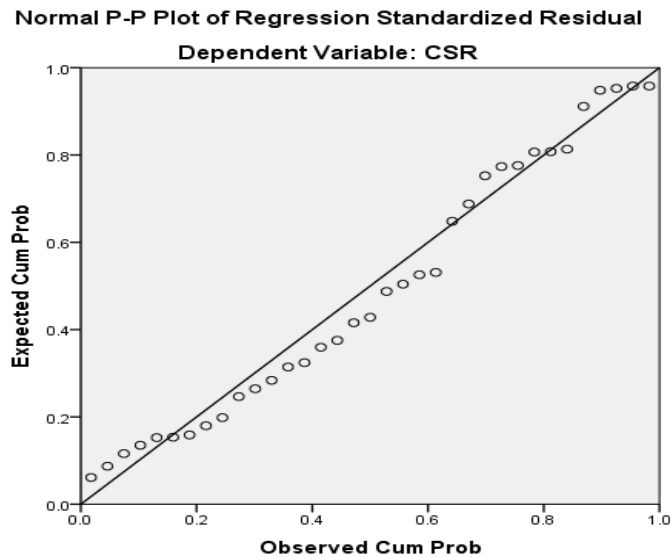
Gambar IV.1
Histogram



Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Berdasarkan gambar diatas terlihat bahwa grafik histogram menunjukkan pola yang dihasilkan menyerupai lonceng dan tidak melenceng ke kiri dan ke kanan maka data tersebut terdistribusi normal. Demikian pula hasil uji normalitas dengan menggunakan grafik *p-plot* pada gambar 4.2 dibawah ini.

Gambar IV.2
Grafik Normal P-Plot



Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Pada grafik normal *p-plot* terlihat pada gambar diatas bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Tabel IV.7
Uji Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.02778609
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.096
	Negative	-.077
Test Statistic		.096
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Dalam uji Kolmogrov-Smirnov, pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan yaitu :

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka distribusi data tidak normal

2) Jika nilai signifikansi $>0,05$ maka distribusi data normal

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa hasil Kolmogrov-Smirnov menunjukkan bahwa signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0.200 dengan demikian berdasarkan hasil pengujian normlitas, bahwa persamaan regresi berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada regresi ditemukan kolerasi antara variabel independen. Jika terjadi kolerasi maka terdapat masalah pada multikolinieritas sehingga model regresi tidak dapat digunakan.

Multikolinieritas terjadi karena adanya hubungan linier diantara variabel-variabel bebas (X) dalam model regresi. Uji multikolinieritas juga terdapat beberapa ketentuan yaitu :

- 1) Bila $VIF > 10$, maka terdapat multikolinieritas
- 2) Bila $VIF < 10$, maka berarti tidak terdapat multikolinieritas

Hasil dari uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel IV.8
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	.082	.012		6.927	.000			
	ROA	-.205	.095	-.458	-2.156	.039	.582	1.718	
	ROE	.017	.063	.057	.263	.794	.565	1.771	
	NPM	-.011	.091	-.020	-.117	.908	.875	1.143	

a. *Dependent Variable: CSR*

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

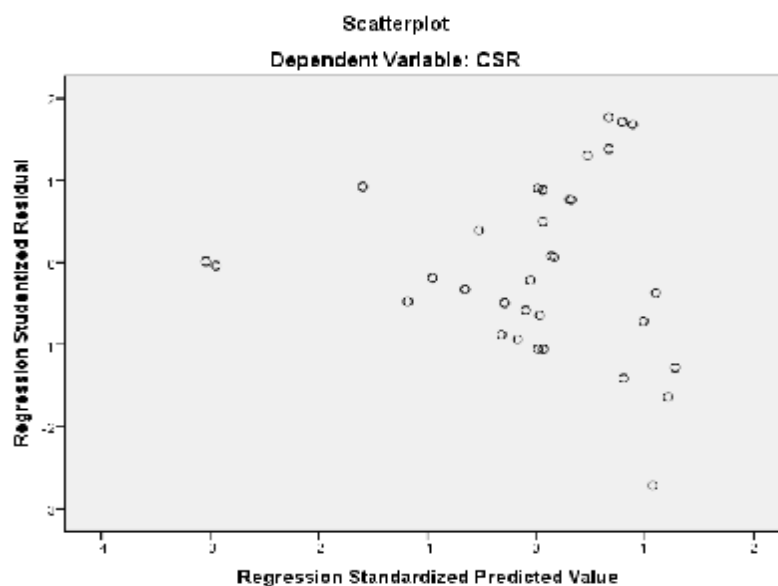
Dari data tabel diatas bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk variabel ROA (X1) sebesar 1.718, variabel ROE (X2) sebesar 1.771 dan variabel NPM (X3) sebesar 1.143 dari masing-masing variabel diketahui bahwa variabel *InDependent* ROA, ROE dan NPM tidak memiliki nilai lebih besar dari 10, sehingga tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan yang lain. Jika varian residual dari satu pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

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

Gambar IV.3 **Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Berdasarkan grafik *Scatterplot* diatas terlihat tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu atau tidak teratur, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Sehingga model regresi dapat dipakai untuk melihat apakah *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia berdasarakan masukkan variabel *Independent Return On Asset* , *Return On Equity* dan *Net Profit Margin*.

d. Uji Autokolerasi

Pengujian autokolerasi bertujuan apakah dalam suatu model regresi linier ada kolerasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Untuk mengetahui ada tidaknya autokolerasi ini dapat dilakukan dengan menggunakan watson statistik, yaitu dengan sebagai berikut:

T = Jumlah sampel (n)

k = Jumlah variabel

dL = Batas Bawah Durbin Watson (D-W Tabel)

dU = Batas Atas Durbin Watson (D-W Tabel)

Pengambilan Keputusan:

Deteksi Autokolerasi Positif

- 1) Jika $d < dL$ maka terdapat autokolerasi positif
- 2) Jika $d > dU$ maka tidak terdapat autokolerasi positif
- 3) Jika $dL < d < dU$ maka pengujian tidak meyakinkan atau tidak dapat disimpulkan.

Deteksi Autokolerasi Negatif

- 1) Jika $(4 - d) < dL$ maka terdapat autokolerasi negatif
- 2) Jika $(4 - dU) > dU$ maka tidak terdapat autokolerasi negatif, dan
- 3) Jika $dL < (4 - d) < dU$ maka pengujian tidak meyakinkan atau tidak dapat disimpulkan.

Adapun data hasil uji autokolerasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel IV.9
Uji Autokolerasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.430 ^a	.185	.106	.02910	2.048

a. Predictors: (Constant), NPM, ROA, ROE

b. *Dependent Variable*: CSR

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

$T = 35$

$$k = 4$$

$$dL = 1.283$$

$$dU = 1.653$$

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai *Durbin Watson* (D-W) yaitu sebesar 2.048 yang berarti $d > dU$ ($2.048 > 1.653$) tidak terdapat autokolerasi positif dan $(4 - d) > dU$ atau ($1.952 > 1.653$) tidak terdapat autokolerasi negatif. Maka dapat disimpulkan pada analisis regresi tidak terdapat autokolerasi positif dan tidak terdapat autokolerasi negatif sehingga bisa disimpulkan sama sekali tidak terdapat autokolerasi.

3. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan positif maupun negatif dari variabel independen dan variabel dependen. Berikut ini adalah tabel hasil pengolahan data regresi linier berganda:

Tabel IV.10
Persamaan Regresi

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	.082	.012	
	ROA	-.205	.095	-.458
	ROE	.017	.063	.057
	NPM	-.011	.091	-.020

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Berdasarkan dari tabel di atas, dapat diperoleh hasil untuk dimasukkan kedalam rumus regresi linier berganda, yaitu sebagai berikut:

$$\text{Konstanta} = 0.082$$

$$\text{Return On Asset} = -0.205$$

$$\text{Return On Equity} = 0.017$$

$$\text{Net Profit Margin} = -0.011$$

Hasil tersebut dimasukkan kedalam persamaan regresi linier berganda sehingga diketahui persamaan:

$$\text{CSR} = 0.082 - 0.205\text{ROA} + 0.017\text{ROE} - 0.011\text{NPM}$$

- a. Nilai $a = 0.082$ menunjukkan bahwa apabila nilai dimensi *Corporate Social Responsibility* yang terdiri dari *Return On Asset* (X_1), *Return On Equity* (X_2), dan *Net Profit Margin* (X_3) perusahaan manufaktur subsektor Makanan dan Minuman sebesar 0.082 atau nilai *Corporate Social Responsibility* (Y) tetap bernilai 0.082 apabila tidak dipengaruhi oleh variabel *Return On Asset* (X_1), *Return On Equity* (X_2) dan *Net Profit Margin* (X_3).
- b. Nilai $\beta_1 = -0.205$ dengan arah hubungan yang negative menunjukkan bahwa setiap kenaikan *Return On Asset* maka diikuti penurunan *Corporate Social Responsibility* sebesar -0.205 atau sebesar 20.5% dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.
- c. Nilai $\beta_2 = 0.017$ dengan arah hubungan yang positif menunjukkan bahwa setiap kenaikan *Return On Equity* berpengaruh terhadap kenaikan *Corporate Social Responsibility* sebesar 0.017 atau sebesar 1.7% dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.
- d. Nilai $\beta_3 = -0.011$ dengan arah hubungan yang negative menunjukkan bahwa setiap kenaikan *Net Profit Margin* maka diikuti oleh penurunan

Corporate Social Responsibility sebesar -0.011 atau sebesar 1.1% dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t dipergunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Alasan lain uji t dilakukan yaitu untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara individual terdapat hubungan signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y).

Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Keterangan:

t = nilai t hitung

r = koefisien kolerasi

n = banyaknya sampel

Tahap-tahap:

a) Bentuk pengujian

H_0 : $r_s = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

H_a : $r_s \neq 0$, artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

b) Kriteria pengambilan keputusan

Ho diterima jika $-ttabel \leq thitung \leq ttabel$ pada $\alpha = 5\%$

Ho ditolak jika $thitung > ttabel$ atau $-thitung < -ttabel$

Adapun hasil uji t yang diperoleh dari SPSS versi 16 adalah sebagai berikut:

Tabel IV.11
Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.082	.012		6.927	.000		
	ROA	-.205	.095	-.458	-2.156	.039	.582	1.718
	ROE	.017	.063	.057	.263	.794	.565	1.771
	NPM	-.011	.091	-.020	-.117	.908	.875	1.143

b. *Dependent Variable: CSR*

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Untuk menguji kriteria uji t dilakukan pada tingkat $\alpha = 5\%$ dengan nilai t untuk $n = 35 - 3 = 32$ adalah 2,037.

Hasil pengujian (uji t) pada tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Pengaruh *Return On Asset* terhadap *Corporate Social*

Responsibility

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah *Return On Asset* (ROA) berpengaruh secara individual (parsial) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dari pengolahan data SPSS versi 16, maka dapat diperoleh hasil uji t sebagai berikut:

$$t_{hitung} = -2.156$$

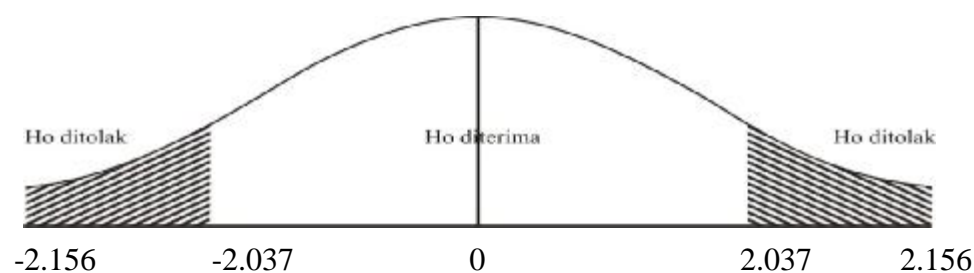
$$t_{tabel} = 2.037$$

Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) H_0 diterima jika $-2.037 \leq t_{hitung} \leq 2.037$, pada $\alpha = 5\%$
- 2) H_0 ditolak jika $t_{hitung} > 2.037$ atau $-t_{hitung} < -2.037$

Kriteria pengujian Hipotesis:

Gambar IV.4 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t 1



Berdasarkan hasil pengujian diatas secara parsial pengaruh *Return On Asset* (ROA) terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Nilai t_{hitung} untuk variabel *Return On Asset* adalah -2.156 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 2.037. Dengan demikian $-t_{hitung}(-2.156) < -t_{tabel}(-2.037)$ dan nilai signifikan sebesar 0.039 (lebih kecil dari 0.05) artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil tersebut maka disimpulkan bahwa secara parsial berpengaruh negativ dan signifikan *Return On Asset* (ROA) terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

2) Pengaruh *Return On Equity* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah *Return On Equity* (ROE) berpengaruh secara individual (parsial) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dari pengolahan data SPSS versi 16, maka dapat diperoleh hasil uji t sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = 0.263$$

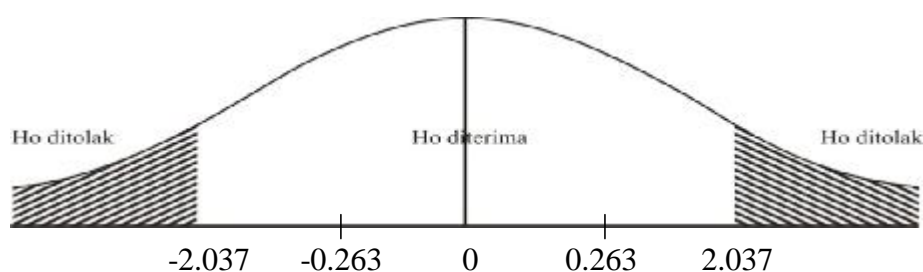
$$t_{\text{tabel}} = 2.037$$

Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) H_0 diterima jika $-2.037 \leq t_{\text{hitung}} \leq 2.037$, pada $\alpha = 5\%$
- 2) H_0 ditolak jika $t_{\text{hitung}} > 2.037$ atau $-t_{\text{hitung}} < -2.037$

Kriteria pengujian Hipotesis:

Gambar IV.5 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t 2



Berdasarkan hasil pengujian diatas secara parsial pengaruh *Return On Equity* (ROE) terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Nilai t_{hitung} untuk variabel *Return On Equity* adalah 0.263 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 2,037. Dengan demikian $-2.037 \leq t_{\text{hitung}} (0.263) \leq 2.037$ dan nilai signifikan sebesar 0,794 (lebih besar dari 0,05) artinya H_0 diterima dan H_a ditolak. Berdasarkan hasil tersebut maka disimpulkan bahwa secara parsial tidak berpengaruh *Return On Equity* terhadap *Corporate Social Responsibility*.

3) Pengaruh *Net Profit Margin* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah *Return On Equity* (ROE) berpengaruh secara individual (parsial) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dari

pengolahan data SPSS versi 16, maka dapat diperoleh hasil uji t sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = -0.117$$

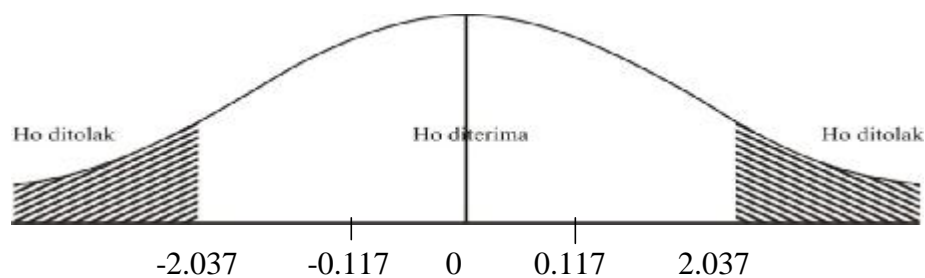
$$t_{\text{tabel}} = 2.037$$

Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) H_0 diterima jika $-2.037 \leq t_{\text{hitung}} \leq 2.037$, pada $\alpha = 5\%$
- 2) H_0 ditolak jika $t_{\text{hitung}} > 2.037$ atau $-t_{\text{hitung}} < -2.037$

Kriteria pengujian Hipotesis:

Gambar IV.6 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t 3



Berdasarkan hasil pengujian diatas secara parsial pengaruh *Net Profit Margin* (NPM) terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Nilai t_{hitung} untuk variabel *Net Profit Margin* adalah -0.117 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 2.037. Dengan demikian $-2.037 \leq t_{\text{hitung}} (-0.117) \leq 2.037$ dan nilai signifikan sebesar 0.908 (lebih besar dari 0.05) artinya H_0 diterima dan H_a ditolak. Berdasarkan hasil tersebut maka disimpulkan bahwa secara parsial tidak berpengaruh *Net Profit Margin* terhadap *Corporate Social Responsibility*.

b. Uji F (Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

1) Bentuk pengujiannya adalah:

H_0 = Tidak ada pengaruh signifikan antara *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM) terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

H_a = Ada pengaruh signifikan antara *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM) terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

2) Kriteria Pengambilan Keputusan:

Terima H_0 apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $-F_{hitung} > -F_{tabel}$

Tolak H_0 apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $-F_{hitung} < -F_{tabel}$

Adapun hasil uji f yang diperoleh dari SPSS versi 16 adalah sebagai berikut:

Tabel IV.12
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,006	3	,002	2,415	,085 ^b
	Residual	,026	31	,001		
	Total	,032	34			

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), NPM, ROA, ROE

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Berdasarkan tabel diatas untuk mengetahui adanya hubungan signifikan antara *Return On Asset* , *Return On Equity* dan *Net Profit Margin* secara bersama-sama terhadap *Corporate Social Responsibility*, maka dilakukan uji F pada tingkat $\alpha = 5\%$. Nilai F_{hitung} untuk $n = 35$ maka dapat diperoleh hasil uji f adalah sebagai berikut:

$$F_{tabel} = n-k-1 = 35-3-1 = 31 \text{ adalah } 2.91$$

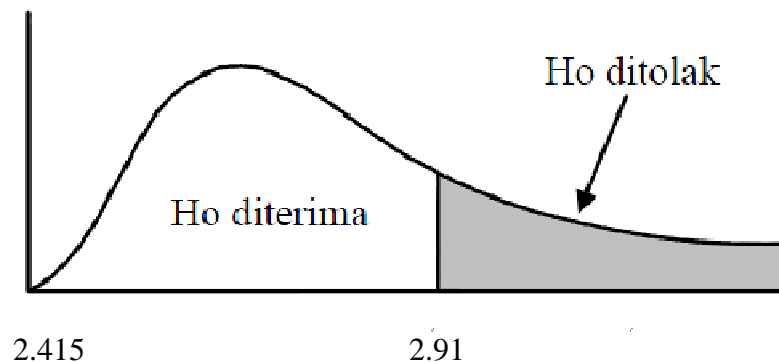
$$F_{hitung} = 2.415$$

Kriteria pengambilan keputusan:

Terima H_0 jika $F_{hitung} < 2.91$ atau $-F_{hitung} > -2.91$

Tolak H_0 jika $F_{hitung} > 2.91$ atau $-F_{hitung} < -2.91$

Gambar IV.7
Kriteria Pengujian Hipotesis Uji F



Berdasarkan hasil pengujian diatas secara simultan, maka dapat diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 2.415 dan F_{tabel} diketahui sebesar 2.91. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat diketahui bahwa $F_{hitung} < F_{tabel}$ ($2.415 < 2.91$), dan signifikansi adalah sebesar 0.085 (lebih besar dari 0.05) ini berarti H_0 diterima dan H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel *Return On Asset* , *Return On Equity* dan *Net Profit Margin* secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social*

Responsibility pada perusahaan Manufaktur subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel terikat yaitu dengan mengkuadrat koefisien yang ditemukan. Dalam penggunaannya koefisien determinasi ini dinyatakan dalam persentase (%). Untuk mengetahui sejauh mana kontribusi atau persentase pengaruh *Return On Asset* , *Return On Equity*, dan *Net Profit Margin* terhadap *Corporate Social Responsibility* maka dapat diketahui melalui uji determinasi.

Tingkat hubungan yang rendah ini dapat dilihat dari tabel pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi.

Tabel IV.13
Pedoman untuk memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2017, hal 184)

Untuk mempermudah peneliti dalam pengelolaan penganalisisan data, peneliti menggunakan program komputer yaitu *Statistical Program For Social Science* (SPSS).

Tabel IV.14
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.430 ^a	.185	.106	.02910	2.048

- a. Predictors: (Constant), NPM, ROA, ROE
 b. Dependent Variable: CSR
 Sumber: Hasil Pengolahan SPSS

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil nilai *R-Square* sebesar 0.185 menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan *Corporate Social Responsibility* (*variabel dependent*) dengan *Return On Asset* , *Return On Equity* dan *Net Profit Margin* (*variabel independent*) mempunyai tingkat hubungan yaitu sebesar:

$$D = R^2 \times 100\%$$

$$D = 0.185 \times 100\%$$

$$D = 18.5\%$$

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang didasarkan pada hasil pengolahan data yang terkait dengan judul, kesesuaian teori pendapat maupun penelitian terdahulu, maka dalam penelitian ini ada beberapa hal yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh *Return On Asset* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Hasil penelitian yang diperoleh mengenai Pengaruh *Return On Asset* terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel *Return On Asset* adalah -2.156 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 2.037. Dengan demikian $-2.156 < -2.037$ dan nilai signifikan sebesar 0.039 (lebih kecil dari 0.05) artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil tersebut maka disimpulkan bahwa secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan *Return On Asset* terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Menurut Prastowo (2015, hal 81) “*Return on Total Asset* mengukur kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aktiva untuk memperoleh laba. Ratio ini mengukur tingkat kembalian investasi yang telah dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan seluruh dana (aktiva) yang dimilikinya”.

Hasil penelitian ini berhasil mendukung teori legitimasi yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap luas pengungkapan CSR. Untoro dan Zulaikha (2013) Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi dirasa tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan dan sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah perusahaan perlu mengungkapkan tanggung jawab sosial untuk menunjukkan kinerja yang baik atau “good news” misalnya dalam lingkup sosial, sehingga investor akan tetap berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Namun demikian, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Darsono (2014), Kurnianingsih (2013) dan Wahyuandari (2015) menyatakan bahwa *Return On Asset* secara parsial tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai *Return On Asset* terhadap *Corporate Social Responsibility* maka penulis dapat menyimpulkan bahwa ada kesesuaian antara hasil penelitian terdahulu dengan teori. Jadi penulis dapat menyimpulkan bahwa *Return On Asset* berpengaruh negatif signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

2. Pengaruh *Return On Equity* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Hasil penelitian yang diperoleh mengenai Pengaruh *Return On Equity* terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Manufaktur subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel *Return On Equity* adalah 0.263 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 2.037. Dengan demikian $-2.037 \leq t_{hitung} (0.263) \leq 2.037$ dan nilai signifikan sebesar 0,794 (lebih besar dari 0,05) artinya H_0 diterima dan H_a ditolak. Berdasarkan hasil tersebut maka disimpulkan bahwa secara parsial tidak berpengaruh *Return On Equity* terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Menurut Hery (2016, hal.194) “hasil pengembalian atas ekuitas (ROE) merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih”. Yakni rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap dan yang tertanam dalam total ekuitas.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Laurensia (2015) dan Koloay dkk (2018) yang menyatakan secara parsial *Return On Equity* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Sementara itu hasil ini tidak sejalan dengan Rosdiana dkk (2016, hal 80) yang menyatakan bahwa profitabilitas yang diukur melalui *Return On Equity* (ROE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Volume penjualan yang meningkat tanpa meningkatkan beban dan biaya proporsional maka dapat berpengaruh pada peningkatan *Return On Equity* (ROE) dan struktur utang yang dimaksud yakni perusahaan akan

memperoleh nilai ROE yang tinggi jika perusahaan menggunakan sistem pembelanjaan yang menggunakan kredit dalam membelanjai kegiatan-kegiatannya. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai *Return On Equity* terhadap *Corporate Social Responsibility* maka penulis dapat menyimpulkan bahwa ada kesesuaian antara hasil penelitian terdahulu dengan teori. Jadi penulis dapat menyimpulkan bahwa *Return On Equity* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

3. Pengaruh *Net Profit Margin* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Hasil penelitian yang diperoleh mengenai Pengaruh *Net Profit Margin* terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Manufaktur subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel *Net Profit Margin* adalah -0.117 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 2.037. Dengan demikian $-2.037 \leq t_{hitung} (-0.117) \leq 2.037$ dan nilai signifikan sebesar 0.908 (lebih besar dari 0.05) artinya H_0 diterima dan H_a ditolak. Berdasarkan hasil tersebut maka disimpulkan bahwa secara parsial tidak berpengaruh *Net Profit Margin* terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Menurut Sudana (2015, hal 26) *Net Profit Margin* “rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari penjualan yang dilakukan perusahaan”. Penjualan yang tinggi dan laba bersih yang tinggi dapat meningkatkan margin laba bersih.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Santioso dan Devona (2012), Pamungkas dan Siswanti (2018) dan Rosdiana dkk (2016) menyatakan bahwa secara parsial *Net Profit Margin* tidak berpengaruh

terhadap *Corporate Social Responsibility*. Sementara itu hasil ini tidak sejalan dengan penelitian Lie Sha (2014) dan Oktariani (2013) yang menyatakan bahwa secara parsial *Net Profit Margin* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Tinggi rendahnya rasio *Net Profit Margin* dipengaruhi oleh penjualan bersih dan laba usaha tergantung pada besarnya beban usaha. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi margin laba bersih maka semakin tinggi laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Karena disebabkan tingginya laba sebelum pajak penghasilan. Sebaliknya, semakin rendah margin laba bersih maka semakin rendah pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Karena disebabkan rendahnya laba sebelum pajak penghasilan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai *Net Profit Margin* terhadap *Corporate Social Responsibility* maka penulis dapat menyimpulkan bahwa ada kesesuaian antara hasil penelitian terdahulu dengan teori. Jadi penulis dapat menyimpulkan bahwa *Return On Equity* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

4. Pengaruh *Return On Asset* , *Return On Equity* dan *Net Profit Margi* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Hasil penelitian yang diperoleh mengenai Pengaruh *Return On Asset* , *Return On Equity* dan *Net Profit Margin* terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Manufaktur subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 2.415 dan F_{tabel} diketahui sebesar

2.91. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat diketahui bahwa $F_{hitung} < F_{tabel}$ ($2.415 < 2.91$), dan signifikansi adalah sebesar 0.085 (lebih besar dari 0.05) ini berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel *Return On Asset*, *Return On Equity* dan *Net Profit Margin* secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Putri dan Christiawan (2014) dan Koloay (2018) menyatakan bahwa secara simultan Profitabilitas yang diproyeksikan pada *Return On Asset*, *Return On Equity* dan *Net Profit Margin* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh signifikan *Return On Asset*, *Return On Equity* dan *Net Profit Margin* terhadap *Corporate Social Responsibility*.

BAB V

KESIMPULAN DAN PEMBAHASAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil kesimpulan dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility pada perusahaan Manufaktur subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2017 dengan sampel 7 perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Secara Parsial Return On Asset berpengaruh negatif signifikan terhadap Corporate Social Responsibility pada perusahaan Manufaktur subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Secara Parsial Return On Equity tidak berpengaruh signifikan terhadap Corporate Social Responsibility pada perusahaan Manufaktur subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Secara parsial Net Profit Margin tidak berpengaruh signifikan terhadap Corporate Social Responsibility pada perusahaan Manufaktur subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Secara Simultan Return On Asset, Return On Equity dan Net Profit Margin tidak berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility pada perusahaan Manufaktur subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka dalam hal ini peneliti dapat menyarankan hal-hal sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan manufaktur subsektor Makanan dan Minuman disarankan dalam pelaksanaan CSR perusahaan diharapkan tidak berfokus pada tanggung jawab satu aspek saja. Sebaiknya perusahaan dapat lebih luas lagi dalam melakukan CSR perusahaan seperti tanggung jawab terhadap lingkungan hidup dan tanggung jawab terhadap hak-hak karyawan. Perusahaan diharapkan lebih transparan dalam pelaporan pelaksanaan CSR pada annual report.
2. Pada Perusahaan manufaktur subsektor Makanan dan Minuman yang mempunyai nilai Return On Asset yang rendah disarankan agar dapat berupaya meningkatkan nilai Return On Asset, Return On Equity dan Net Profit Margin nya untuk tahun kedepan. Karena jika perusahaan mempunyai nilai Return On Asset, Return On Equity dan Net Profit Margin yang tinggi atau besar maka akan semakin baik keadaan perusahaan dalam menjalankan operasinya, semakin efisien perusahaan tersebut dalam mengeluarkan biaya-biaya sehubungan dengan kegiatan operasinya dan semakin banyak pula program kegiatan Corporate Social Responsibility yang dilakukan perusahaan sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

3. Untuk penelitian selanjutnya disarankan agar menambah jumlah sampel, periode penelitian dan menambah variabel-variabel penelitian yang lebih berpengaruh sehingga menghasilkan informasi yang lebih mendukung.

DAFTAR PUSTAKA

- Ane, L. (2011). *Analisa Laporan Keuangan*. Jl. Willem Iskandar, Pasar V Medan: UNIMED.
- Andreas, H. H., Sucahyo, U. S., & Elisabeth, D. (2015). Corporate Social Responsibility Dan Profitabilitas. *Jurnal Manajemen*, 15(1), 119-136
- Arief, M. I., Nurleli, & Rosdiana, Y. (2016). Pengaruh Profitabilitas Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (studi pada Perusahaan manufaktur subsektor semen yang terdaftar di BEI periode 2012-2014). *Akuntansi, Gelombang 1*, 2(1), 75-80.
- Budiman, N. A. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 1(1), 14-34.
- Christa Evandini, D. (2014). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI. *Journal Of Accounting*, 3(3), 1-11.
- Dhaliwal, D. S., Li, O. Z., Tsang, A., & Yang, Y. G. (2011). Voluntary Nonfinancial Disclosure and the Cost of Equity Capital: The Initiation of Corporate Social Responsibility Reporting. *The Accounting Review*, 86(1), 59-100.
- Dwi Prastowo. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan.
- Elkington, J. (1998). Partnerships from Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st-Century Business. *Environmental Quality Management, Hoboken* 8(1).
- Fahmi, I. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gray, R., Javad, M., Power, D. M., & Sinclair, C. D. (2001). Social and Environmental Disclosure, and Corporate Characteristic: A Research Note and Extension. *Journal of Business Finance and Accounting*, 28(3)(4), 327-356.
- Hadi, N. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Haigh, M. dan M. T. J. (2006). *The Drivers Of Corporate Social Responsibility: A Critical Review*. Retrieved from <http://www.ashridge.org.uk>.
- Halim, A. (2015). *Manajemen Keuangan Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Hani, S. (2015). *Teknik Analisa Laporan Keuangan*. Medan: UMSU PRESS.
- Harmono. (2017). *Manajemen Keuangan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Harrison, W. T., Horngren, C. T., Thomas, C. W., & Suwardy, T. (2013). *Akuntansi Keuangan*. Penerbit Erlangga.
- Hery. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Hockerts, et al. (n.d.). CSR-Driven innovation toward the social purpose business. Copenhagen: Danish Commerce and Companies Agency (DCCA).
- Iskandar. (2016). Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Forum Ekonomi*, 18(1), 76-84.
- Kadir, A., & Phang, S. B. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Net Profit Margin Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 13(1), 1-16.
- Kasmir. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Koloay, N., Montolalu, J., & Mangindaan, J. V. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Pada Perusahaan Tambang Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2016. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 28-33.
- Kurnianingsih, H. T. (2013). Pengaruh Profitabilitas dan Size perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 13(1), 93-111.
- Kusumadilaga, R. (2010). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating*. <http://www.enprints.undip.ac.id>. Universitas Diponegoro Semarang.
- Laurensia, S. (2015). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham Melalui Pengungkapan Csr Pada Perusahaan Konstituen Indeks Sri KehatI. *Agora*, 3(2), 491-497.
- Mulyadi, D., GW, S. H., & May, L. D. (2012). Analisis Pelaksanaan Corporate Social Responsibility /CSR Pada PT Pertamina Gas Area JBB Distrik Cilamaya Bagi Masyarakat. *Jurnal Manajemen*, 09(4), 900-929.
- Nurkhin, A. (2010). Corporate Governance dan Profitabilitas, Pengaruhnya Terhadap Pengungkapan CSR Sosial Perusahaan. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 2(1), 46-55.
- Pamungkas, A., & Siswanti, T. (2018). Pengaruh Profitabilitas Dan Agresivitas Pajak Terhadap Csr Pada Perusahaan Jasa Transportasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013 S.D 2015. *Jurnal Akuntansi & Bisnis*

Unsurya, 3(1), 35-49.

- Purba, I. B. G. I. W., & Yadnya, P. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(8), 2428-2443.
- Putri, R. A., & Christiawan, Y. J. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Business Accounting Review*, 2(1), 61-70.
- Rahayu, W., Darminto, & Topowijono. (2014). PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 17(2), 1-8.
- Rosiliana, K., Yuniarta, G. A., & Darmawan, N. A. S. (2014). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan LQ45 di Bursa Efek Indonesia Periode 2008- 2012). *EJournal SI Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi Program SI*, 02(1), 1-13.
- Saleh, M., Zulkifli, N., & Muhamad, R. (2010). Corporate Social Responsibility Disclosure and Its Relation on Institutional Ownership. *Managerial Auditing Journal*, 25(6), 591-613.
- Santioso, L., & Devona, N. C. (2012). Pengaruh Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Dewan Komisaris, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2008-2010. *Jurnal Akuntansi*, 12(1), 595-616.
- Sha, T. L. (2014). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi*, XVI(01), 86-98.
- Sembiring, E. R. (2003). Kinerja Keuangan, Political Visibility, Ketergantungan Pada Hutang, Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi VI*, 249-259.
- Situmeang, C. (2014). *Manajemen Keuangan*. Jl. Willem Iskandar, Pasar V Medan: UNIMED PRESS.
- Sjahrial, D., & Purba, D. (2013). *Analisi Laporan Keuangan*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Sudana, I. M. (2015). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik*. Penerbit Erlangga.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Jl.Wonosari Km.6 Demblaksari Baturetno Banguntapan Bantul Yogyakarta: PUSTAKA BARU PRESS.
- Untung, H. B. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: SINAR GRAFIKA.
- Wahyuandari, W. (2015). Pengaruh Tingkat Profitabilitas Perusahaan Terhadap Pengungkapan Csr Perusahaan. *Jurnal Universitas Tulungagung BONOROWO*, 2(2), 1-17.
- Wijaya, D. (2017). *Manajemen Keuangan*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Yudiana, F. E. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.