

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP
PROFITABILITAS DAN KINERJA PASAR
PERUSAHAAN**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk memenuhi syarat penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh:

ILHAM PERMADI HIKMATIAR

NIM: 2017210573

**UNIVERSITAS HAYAM WURUK PERBANAS
SURABAYA
2021**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Ilham Permadi Hikmatiar
Tempat, Tanggal Lahir : Kediri, 12 Mei 1999
NIM : 2017210573
Program Studi : S1 Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Keuangan
Judul : Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas dan Kinerja Pasar Perusahaan

Telah disetujui dan diterima baik oleh:

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen
Tanggal: 071904770

Dosen Pembimbing,
Tanggal:

(Burhanudin, S.E., M.Si., Ph.D)
NIDN: 071904770

(Dr. Muazaroh, S.E., M.T)
NIDN: 0719126901

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP PROFITABILITAS DAN KINERJA PASAR PERUSAHAAN

Ilham Permadi Hikmatiar

Universitas Hayam Wuruk Perbanas

Email: 2017210573@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

In the era of globalization, the production of mining companies is increasing to meet the growing energy needs. Increased production activities require companies to increasingly, the environment through the program Corporate Social Responsibility. The purpose of this study is to test and find out whether there is an effect of Corporate Social Responsibility (CSR) on profitability (ROA, ROE) and market performance (PBV) of Mining companies in the period 2015 to 2019. The sample used in this study uses 31 mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The sampling technique in this study used purposive sampling technique, with the analysis technique using multiple linear regression. The results of this study indicate that has a positive and significant effect on return on assets (ROA) and price to book value (PBV), corporate Social Responsibility has no significant effect on return on equity (ROE).

PENDAHULUAN

Tanggung jawab suatu perusahaan kepada masyarakat atau lingkungan sekitar merupakan sebuah agenda wajib tahunan yang digelar atas dasar tanggung jawab kepada semua yang berkepentingan seperti konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, serta lingkungan alam. CSR adalah kewajiban yang harus dilaksanakan oleh Perusahaan, diatur dalam Undang Undang Perseroan Terbatas No.40 tahun 2007 yang isi didalamnya mengatur mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, dimana Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial

dan lingkungan tersebut. Atas dasar itu CSR (*Corporate Social Responsibility*) haruslah bersifat pembangunan berkelanjutan, maksudnya adalah suatu organisasi perusahaan dalam melakukan setiap aktivitasnya harus berdasarkan keputusan yang tidak semata hanya berdampak dari segi ekonomi (keuntungan dan dividen) semata namun juga harus menimbang dampak sosial dan lingkungan dari setiap keputusan yang diakibatkan dari keputusan tersebut baik efek jangka panjang maupun pendek.

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) pertama kali dicetuskan oleh Howard R. Bowen pada tahun 1953 silam. Pada awalnya CSR

diawali oleh kegiatan yaitu dorongan kemanusiaan yang bersumber dari norma-norma dan etika universal untuk menolong sesama dan memperjuangkan dampak-dampak sosial. Pada saat ini CSR (*Corporate Social Responsibility*) dijadikan sebuah strategi oleh perusahaan guna meningkatkan citra perusahaan, yang pada akhirnya akan mempengaruhi profitabilitas pada suatu perusahaan. Agar dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini berjalan dengan baik, perusahaan tersebut harus melakukan pemberdayaan masyarakat dalam program pengembangan pasar dan pembentukan citra kepada masyarakat sekitar. Sehingga dapat meningkatkan citra positif perusahaan di masyarakat.

TINJAUAN TEORITIS DAN HIPOTESIS

***Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Menurut Marnelly (2012), mendefinisikan konsep CSR melibatkan tanggung jawab antara pemerintah, perusahaan dan masyarakat setempat yang aktif dan dinamis yang membentuk sebuah komitmen perusahaan untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi dalam meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya.

CSR adalah sebuah konsep bahwa suatu perusahaan memiliki dan mempunyai berbagai tanggung jawab kepada semua

pihak, seperti: konsumen, karyawan, pemegang saham, lingkungan dll

Menurut Rosiliana et al., (2014), CSR dapat memberikan dampak yang baik bagi perusahaan, dimana dengan melakukan aksi pertanggungjawaban sosial dapat memberikan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan tersebut yang pada akhirnya reputasi perusahaan akan meningkat di masyarakat.

Tujuan *Corporate Social Responsibility*

Berikut ini berbagai manfaat atau tujuan dari terciptanya CSR yang dilakukan oleh perusahaan adalah sebagaimana berikut:

- 1) Meningkatkan citra dari perusahaan tersebut,
- 2) Memberikan inovasi kedepan bagi perusahaan,
- 3) Memperkuat brand merk perusahaan di mata masyarakat khalayak,
- 4) Membedakan perusahaan tersebut dengan yang lainnya, agar semakin dikenal,
- 5) Membangun dan memperbaiki hubungan dengan para *stakeholder*,
- 6) Membuka pasar dan melebarkan sayap usaha.

Rasio Profitabilitas

Menurut Kasmir (2016) menyatakan bahwa rasio Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam mendapatkan *profit* dan pendapatan yang berasal dari penjualan. Efektifitas manajemen dapat dilihat dari profit yang dihasilkan terhadap penjualan perusahaan.

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan dalam mencari keuntungan

Rasio Profitabilitas dapat dijadikan alat untuk mengukur efektivitas kinerja perusahaan yang diperoleh dari pendapatan atau laba bersih dari kegiatan perusahaan pada periode waktu tertentu

Menurut Fernos (2017) menyatakan bahwa Profitabilitas merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh manajemen dikarenakan berkaitan dengan operasional suatu perusahaan kedepan, maka dari itu perusahaan harus berada pada suatu keadaan yang *profitable*.

Kinerja Pasar

Menurut Muallifin & Priyadi, (2016) kinerja pasar adalah salah satu indikator yang digunakan oleh manajemen atau investor untuk mengukur seberapa maju atau berkembangnya suatu perusahaan.

Kinerja pasar juga merupakan hal yang sangat penting dikarenakan salah satu indikator yang dapat digunakan bagi pihak perusahaan untuk mengetahui perkembangan dan prospek perusahaan kedepan melalui harga sahamnya di pasar modal. Semakin tinggi harga saham maka mengindikasikan semakin baik pula kinerja pasar suatu perusahaan tersebut. Maka dari itu kinerja pasar harus tetap dijaga dan dipertahankan dengan baik agar tetap

memberikan kepercayaan kepada investor mengenai prospek perusahaan kedepan.

Kinerja pasar juga merupakan salah satu kinerja yang digunakan untuk mengukur indikator keberhasilan suatu perusahaan. Kinerja pasar berfokus kepada para investor atas kinerja perusahaan yang diukur melalui harga saham

Teori Stakeholders

Sri Rokhlinasari (2015) menyatakan bahwa mendefinisikan teori *Stakeholder* menekankan bahwa organisasi atau perusahaan akan memilih secara sukarela dalam mengungkapkan kinerja lingkungan dan sosial mereka untuk memenuhi ekspektasi para *stakeholders* mereka. Tujuan dari teori *stakeholder* adalah untuk dapat membantu manajer korporasi dapat memahami lingkungan *stakeholder* mereka dan melakukan pengelolaan yang efektif di dalam lingkungan perusahaan.

Stakeholder adalah pihak yang berkepentingan didalam perusahaan, meliputi eksternal dan internal, seperti: manajer, owner, pemegang saham, pemerintah, pesaing, masyarakat, lingkungan diluar perusahaan, lembaga penyalur tenaga kerja, pekerja

Teori Sinyal

Menurut Sri Rokhlinasari (2015) menyatakan bahwa terosi sinyal adalah teori yang berakar dari teori akuntansi pragmatik yang memusatkan perhatiannya

kepada para pemakai informasi. Informasi yang diungkapkan tersebut bisa dijadikan sinyal bahwa perusahaan dapat mempunyai prospek yang baik atau sebaliknya sinyal yang buruk di masa depan sehingga para pihak eksternal dapat tertarik. Dalam hal ini *Corporate Social Responsibility* merupakan sinyal yang terkait dengan kualitas manajemen perusahaan kepada investor dan *stakeholder* yang menunjukkan bahwa kinerja sosial perusahaan dalam posisi yang baik

Perusahaan harus memberikan informasi yang lebih dikarenakan terkait dengan pandangan dan prospek. Informasi tersebut disajikan dalam laporan tahunan yang isinya berupa laporan tahunan dan laporan tambahan. Apabila informasi tersebut telah diungkapkan secara detail dan lengkap maka calon investor atau pihak eksternal akan percaya dan tertarik dengan prospek kedepan.

Teori Legitimasi

Teori ini berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat, teori ini menyatakan bahwa sebuah perusahaan atau organisasi yang terus menerus mencoba untuk memastikan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan peraturan dan batasan norma-norma yang berlaku di masyarakat.

Putri & Christiawan, (2014) berpendapat bahwa kegiatan suatu perusahaan dapat menimbulkan dampak

sosial dan lingkungan, sehingga kinerja pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan suatu alat manajerial yang digunakan oleh perusahaan untuk dapat menghindari konflik sosial lingkungan.

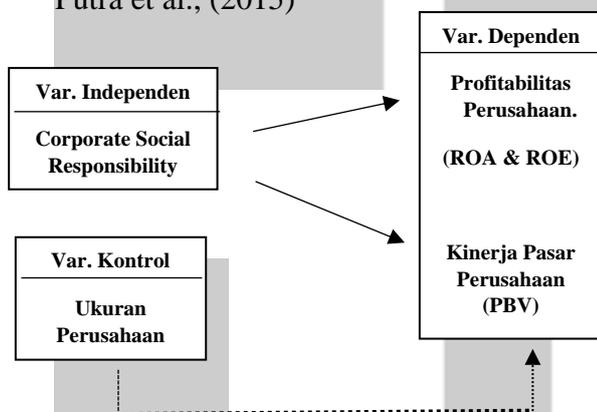
Pengaruh CSR terhadap Profitabilitas

Corporate Social Responsibility menurut Ujang Rusdianto (2013), adalah tanggung jawab sosial dari suatu perusahaan kepada para *stakeholder* dan masyarakat lingkungan sekitar melalui perilaku etis dan transparan. Hubungan dan pengaruh antara CSR dengan profitabilitas adalah ketika masyarakat sekitar melalui perilaku etis dan transparan. Hubungan dan pengaruh antara CSR dengan profitabilitas adalah ketika masyarakat sekitar merasa puas atas suatu kinerja sosial yang telah diberikan oleh perusahaan, maka masyarakat cepat mengenali dan memilih produk yang diproduksi oleh perusahaan. Penambahan minat tersebut dapat mempengaruhi penjualan produk perusahaan yang akhirnya dapat meningkatkan profitabilitas

Hasil penelitian sebelumnya terkait dengan CSR terhadap profitabilitas menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan pada profitabilitas Cho et al., (2019) dan Gantino (2016). Selain itu ada juga penelitian yang menyebutkan bahwa CSR berpengaruh positif tidak signifikan pada profitabilitas Mustafa & Handayani (2014), Rahmah & Iramani, (2015), dan Setyono (2016).

Pengaruh CSR terhadap Kinerja Pasar

CSR dapat memberikan pengaruh kinerja pasar suatu perusahaan, jika aksi pertanggungjawaban sosial yang telah diungkapkan oleh perusahaan memberikan dampak yang positif bagi para komunitas tertentu, *stakeholder*, dan masyarakat sekitar sehingga akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan, sehingga reputasi perusahaan tersebut meningkat dimata para investor. Hasil penelitian sebelumnya yang terkait dengan pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja pasar menyebutkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pasar Putra et al., (2015)



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel yang digunakan adalah 31 perusahaan pertambangan yang menerbitkan laporan tahunan pada 2015 hingga 2019.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria perusahaan yang dijadikan sampel adalah:

- 1) Perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015-2019,
- 2) Perusahaan pertambangan yang konsisten menerbitkan *Annual Report* selama periode tahun 2015-2019,
- 3) Perusahaan pertambangan yang ekuitasnya tidak negatif,
- 4) Perusahaan yang menerbitkan *annual report* dengan menggunakan bahasa Indonesia

Definisi Operasional Variabel

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu pengungkapan atau informasi terkait aktivitas sosial yang telah dilaksanakan oleh perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar.

CSR diukur berdasarkan GRI (*Global Reporting Initiative*) yang terdiri dari tiga fokus pengungkapan, yaitu: ekonomi, lingkungan dan sosial. Pengukuran *Corporate Social Responsibility* menggunakan:

$$CSRI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j} \times 100$$

Keterangan

CSRI_j : *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan j

n_j : Jumlah kriteria pengungkapan *Corporate Social Responsibility Index* untuk perusahaan j , $n_j \leq 91$ item

X_{ij} : Jumlah poin bagi indikator yang dilaksanakan
(1 = jika diungkapkan; 0= jika tidak diungkapkan)

Setelah diketahui angka atau nilai CSR maka dapat diketahui kinerja tanggung jawab suatu perusahaan kepada pihak terkait dalam periode waktu tertentu.

Profitabilitas

Salah satu variabel dependen yang digunakan yaitu Profitabilitas dan variabel ini diukur dengan *Return on Asset* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE)

Return on Asset (ROA) adalah rasio Profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari penggunaan seluruh aset yang dimilikinya. *Return On Asset* (ROA) dapat diukur dengan menggunakan

$$\text{Return on Assets: } \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Assets}}$$

Return on Equity (ROE) adalah perhitungan rasio yang menunjukkan

kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dengan menggunakan modal para investor. Pengukuran *Return on Equity* menggunakan

$$\text{Return on Equity: } \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Ekuitas}}$$

Kinerja Pasar

Variabel dependen lainnya yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kinerja Pasar yang diukur dengan PBV. *Price to Book Value* (PBV) merupakan salah satu ukuran yang dapat melihat apakah harga saham suatu perusahaan dapat dikatakan murah atau mahal. *Price to Book Value* dapat diukur menggunakan

$$\text{Price to Book Value: } \frac{\text{Harga Saham per lembar}}{\text{Nilai buku per saham}}$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini adalah sebagai variabel kontrol. Ukuran Perusahaan adalah suatu skala yang dapat diukur dengan tingkat total aset = Ln (total aset)

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Tabel 1
Hasil Analisis Statistik Dekskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	155	0,04396	0,51648	0,2705421	0,10184830
Ukuran Perusahaan	155	24,99513	32,25916	29,4029953	1,43252017

ROA	155	-0,57567	0,45558	0,0389158	0,12609900
ROE	155	-2,87896	0,86327	0,0368246	0,35734527
PBV	155	0,11525	12,93293	1,8170985	2,04920474
Valid N (listwise)	155				

Sumber: Data diolah

Analisis statistik deskriptif adalah suatu alat analisa yang digunakan untuk memberikan informasi dan gambaran tentang kondisi suatu variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel Independen yang digunakan adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Variabel kontrol yaitu Ukuran Perusahaan dan variabel dependen yang digunakan adalah Profitabilitas perusahaan (ROA dan ROE), dan Kinerja pasar (PBV).

Berdasarkan tabel 1 maka dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata *Corporate Social Responsibility* yang diungkapkan oleh seluruh sampel yaitu 31 perusahaan adalah sebesar 0,2705421 atau 25 item dari total keseluruhan 91 item yang ada pada *Global Reporting Index* (GRI G4).

Berdasarkan hasil dari statistik deskriptif, maka dapat diartikan bahwa nilai rata-rata ukuran perusahaan yang ada pada 31 perusahaan adalah sebesar 29,4029953 atau Rp.5.882.454.930.000

Berdasarkan hasil dari statistik deskriptif maka dapat diartikan bahwa nilai rata-rata *Return on Asset* (ROA) pada seluruh sampel yaitu 31 perusahaan adalah sebesar 0,0389158 atau 3,89%

Berdasarkan hasil dari statistik deskriptif maka dapat diartikan bahwa nilai rata-rata *Return on Equity* (ROE) pada seluruh sampel yaitu 31 perusahaan adalah sebesar 0,0368246 atau 3,68%

Berdasarkan tabel 1 maka dapat diartikan bahwa nilai rata-rata *Price to Book Value* (PBV) pada seluruh sampel yaitu 31 perusahaan adalah sebesar 1,8170985 kali

Tabel 2
Hasil Regresi Linier Berganda CSR terhadap ROA

<i>Independent Variable</i>	<i>B</i>	<i>t_{hitung}</i>	<i>t_{tabel}</i>	<i>r²</i>	Kesimpulan
Konstan	-0,179				
CSR	0,295	2,512	1,66501	0,04	H ₀ ditolak
Ukuran Perusahaan	0,005	0,565	1,66501	0,211	H ₀ diterima
	F _{tabel} : 2,66 F _{hitung} : 6,076 R ² : 0,074 Adjusted R ² : 0,062				H ₀ ditolak

Sumber: data diolah

Berdasarkan output SPSS pada tabel 2 maka dapat diketahui Nilai pada konstanta pada hasil analisis regresi berganda tersebut adalah sebesar -0,179. Nilai tersebut dapat menjelaskan bahwa apabila *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan ukuran perusahaan sama dengan nol, maka akan ada penurunan *Return on Asset* (ROA) sebesar -0,179 atau -17,9%

Nilai koefisien regresi dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada hasil analisis regresi berganda adalah 0,295. Nilai dari koefisien tersebut dapat menjelaskan bahwa apabila pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) naik 1%, maka akan menaikkan *Return on Asset* (ROA) sebesar 0,295 atau 29,5%, dengan asumsi ukuran perusahaan bersifat konstan

Nilai koefisien regresi dari ukuran perusahaan pada hasil analisis regresi berganda adalah 0,005. Nilai dari koefisien tersebut dapat menjelaskan bahwa, jika

peningkatan ukuran perusahaan naik sebesar 1% maka akan meningkatkan *Return on Asset* (ROA) sebesar 0,005 atau 0,5%.

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} adalah sebesar 6,076 dan F_{tabel} sebesar 2,66, dapat diartikan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, dapat disimpulkan jika *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara simultan berpengaruh terhadap *Return on Asset* (ROA)

Berdasarkan tabel 2 yang menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} yang terdapat pada variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebesar 2,512 dan t_{tabel} adalah sebesar 1,6650. Dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, sehingga dapat diartikan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA)

Tabel 3
Hasil Regresi Linier Berganda CSR terhadap ROE

<i>Independent Variable</i>	<i>B</i>	t_{hitung}	t_{tabel}	r^2	Kesimpulan
Konstan	-1,516				
CSR	0,430	1,298	1,66501	0,011	H_0 diterima
Ukuran Perusahaan	0,049	2,074	1,66501	0,027	H_0 ditolak
$F_{tabel} : 2,66$ $F_{hitung} : 6,66$ $R^2 : 0,081$ $Adjusted R^2 : 0,069$					H_0 ditolak

Sumber: data diolah

Berdasarkan output SPSS pada tabel 3 diatas, maka dapat diketahui nilai pada konstanta pada hasil dari regresi linier berganda tersebut adalah sebesar -1,516. Nilai tersebut dapat menunjukkan bahwa jika *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan ukuran perusahaan sama dengan 0, maka akan ada penurunan *Return on Equity* (ROE) sebesar -1,516 atau -151,6%.

Nilai koefisien regresi dari *Corporate Social Responsibility* pada hasil analisis regresi berganda adalah sebesar 0,430. Nilai tersebut dapat menunjukkan bahwa apabila dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* naik sebesar 1% maka akan menaikkan *Return on Equity* (ROE) sebesar 0,430 atau 43%, dengan asumsi ukuran perusahaan bersifat konstan

Berdasarkan tabel 3 hasil dari pengolahan melalui SPSS menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} adalah sebesar 6,66 dan F_{tabel} sebesar 2,66. Dapat diartikan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, dapat disimpulkan jika *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara simultan berpengaruh terhadap *Return on Equity* (ROE)

Berdasarkan tabel 3 yang didalamnya menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} dari *Corporate Social Responsibility* adalah sebesar 1,298 dan t_{tabel} adalah sebesar 1,66501. Dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, sehingga dapat diartikan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Equity* (ROE)

Tabel 4
Hasil Regresi Linier Berganda CSR terhadap PBV

<i>Independent Variable</i>	<i>B</i>	t_{hitung}	t_{tabel}	r^2	Kesimpulan
Konstan	3,404				
CSR	2,220	2,758	1,66501	0,053	H_0 ditolak
Ukuran Perusahaan	-0,095	-1,688	+1,66501	-0,020	H_0 diterima
	F _{tabel} : 2,66 F _{hitung} : 3,819				H_0 ditolak
	R ² : 0,054 Adjusted R ² : 0,040				

Sumber: data diolah

Berdasarkan output SPSS pada tabel 4 diatas maka dapat diketahui nilai pada konstanta pada hasil regresi linier berganda tersebut adalah sebesar 3,404. Nilai tersebut dapat menunjukkan bahwa jika *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan ukuran perusahaan sama dengan 0, maka akan ada kenaikan *Price to Book Value* (PBV) sebesar 3,404 atau 340,4%

Nilai koefisien regresi dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada hasil analisis regresi linier berganda adalah sebesar 2,220. Nilai tersebut dapat menunjukkan bahwa apabila dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) naik sebesar 1%, maka akan ada penurunan *Price to Book Value* (PBV) sebesar 2,220 atau 222%. Dengan asumsi ukuran perusahaan bersifat konstan

Nilai koefisien regresi dari ukuran perusahaan dari hasil analisis regresi berganda adalah sebesar -0,095. Nilai dari koefisien tersebut dapat menjelaskan bahwa, jika peningkatan ukuran perusahaan naik sebesar 1% maka akan menurunkan *Price to Book Value* (PBV) sebesar -0,095 atau -9,5%

Berdasarkan tabel 4. hasil dari pengolahan melalui SPSS menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} adalah sebesar 3,819

dan F_{tabel} sebesar 2,66. Dapat diartikan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, dapat disimpulkan jika *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara simultan berpengaruh terhadap *Price to Book Value* (PBV)

Berdasarkan tabel 4 yang didalamnya menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} dari *Corporate Social Responsibility* adalah sebesar 2,758 dan t_{tabel} adalah sebesar 1,6650. Dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, sehingga dapat diartikan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap *Price to Book Value* (PBV)

PEMBAHASAN

Pengaruh CSR terhadap ROA

Berdasarkan hasil dari uji regresi linier berganda secara parsial, *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap *Return on Asset* yang dapat dilihat dari t_{hitung} yang lebih kecil dari t_{tabel} . Hal itu menunjukkan bahwa jika semakin tinggi perusahaan pertambahan dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* maka semakin meningkat pula *Return on Asset* suatu perusahaan tersebut.

Hasil dari pengujian tersebut didukung penelitian dari Rosdwianti et al., (2016), Rosiliana et al. (2014), (Suciwati et

al., 2016), Paramita (2019) yang dimana penelitiannya menunjukkan bahwa *Corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA)

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Paramita (2019), menyatakan bahwa adanya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tersebut yang terkait dengan aktivitas yang berkaitan dengan lingkungan maupun kontribusi terhadap masyarakat akan dinilai positif oleh konsumen, masyarakat maupun para *stakeholders*. Nilai positif yang diberikan oleh para konsumen tersebut dapat berdampak secara tidak langsung citra perusahaan, sehingga diharapkan akan meningkatkan penjualan yang pada akhirnya juga akan meningkatkan laba

Pengaruh CSR terhadap ROE

Berdasarkan hasil dari uji analisis linier berganda secara parsial *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Equity* yang dapat dilihat dari t_{tabel} yang lebih besar dari t_{hitung} . Hal itu dapat menjelaskan bahwa apabila pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan pertambahan semakin tinggi maka tidak berpengaruh terhadap *Return on Equity*

Hasil dari pengujian tersebut didukung penelitian dari Marissa Yaparto

(2013), Rosiliana et al., (2014), Mustafa & Handayani (2014), dan Setyono (2016) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa CSR secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Equity* (ROE)

Titisari et al., (2010) menyatakan bahwa menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE disebabkan karena isu mengenai CSR adalah kebanyakan investor memiliki persepsi yang rendah terhadap pengungkapan CSR karena pada umumnya perusahaan membuat pengungkapan CSR adalah hanya sebagai bagian dari iklan dan menghindari untuk memberi informasi yang relevan. Maka tak jarang kebanyakan perusahaan akan mengungkapkan hal-hal yang baik dan menutupi semua hal yang menurut perusahaan tidak memberikan keuntungan bagi perusahaan pada *annual report* sehingga memicu keraguan kualitas pengungkapan CSR sehingga mengurangi ketertarikan para investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan

Pengaruh CSR terhadap PBV

Pada hasil dari uji regresi linier berganda secara parsial, *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap *Price to Book Value* dimana t_{tabel} yang lebih kecil dari t_{hitung} . Hasil tersebut dapat menjelaskan bahwa apabila pengungkapan *Corporate Social*

Responsibility semakin tinggi maka akan berpengaruh signifikan terhadap *Price to Book Value*.

Hasil dari pengujian tersebut didukung penelitian dari Didi Firmansyah et al., (2019), Fauzia & Amanah (2016), dan Nahda & Harjito (2011) yang menyatakan bahwa bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap *Price to Book Value* (PBV)

Nahda & Harjito (2011) menyatakan bahwa perusahaan yang mengungkapkan informasi *Corporate Social Responsibility* akan memiliki citra positif di lingkungan sekitar atau masyarakat dan para pelaku bisnis karena perusahaan mempertimbangkan kepentingan *shareholder* dan *stakeholdernya* sehingga eksistensi suatu perusahaan tersebut bisa tetap dipertahankan dan akan berdampak pada peningkatan kinerja pasar perusahaan.

KESIMPULAN, KETERBATASAN & SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pengujian diatas, dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* secara berpengaruh positif signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA),

Cho, S. J., Chung, C. Y., & Young, J. (2019). Study on the relationship between CSR and financial performance. *Sustainability (Switzerland)*, 11(2), 1–26.

dan *Price to Book Value* (PBV). Namun tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Equity* (ROE)

Keterbatasan

Adapun keterbatasan pada penelitian ini adalah Nilai dari uji koefisien determinasi atau R^2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return on Asset* yang relatif rendah, yakni hanya 7,4%, terhadap *Return on Equity* juga terbilang rendah yakni 8,1% dan *Price to Book Value* sebesar 5,4%

Saran

Bagi perusahaan, agar lebih banyak mengungkapkan *corporate social responsibility* karena mampu mempengaruhi *return on asset* (ROA) dan *price to book value* (PBV)

Bagi Peneliti Selanjutnya, Agar sebaiknya menambah variabel-variabel lain yang dimasukkan ke dalam model penelitian

Bagi Investor, Agar lebih selektif dalam memilih perusahaan dalam kegiatan berinvestasi dengan melihat pengungkapan *corporate social responsibility*, karena pengungkapan CSR adalah salah satu bentuk tranparasi perusahaan

DAFTAR PUSTAKA

Didi Firmansyah, Surasni, N. K., & Pancawati, S. (2019). Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel

- Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 163–178.
- Fauzia, N., & Amanah, L. (2016). Pengaruh Intellectual Capital, Karakteristik Perusahaan, dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(4), 1–22.
- Fernos, J. (2017). ANALISIS RASIO PROFITABILITAS UNTUK MENGUKUR KINERJA (Studi Kasus Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Provinsi Sumatera Barat). *Jurnal Pundi*, 1(2), 107–118.
- Gantino, R. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2014. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 3(2), 19–32.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Raja Grafindo Persada.
- Marissa Yaparto. (2013). Corporate Social Responsibility. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Pada Sektor Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2010-2011*, Vol. 2 No.(1). <https://doi.org/10.1111/j.1467-8608.1992.tb00173.x>
- Marnelly, T. R. (2012). Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(1), 49–59.
- Muallifin, O. R., & Priyadi, M. P. (2016). Dampak Pengungkapan Sustainability Report Terhadap. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(11).
- Mustafa, C. C., & Handayani, N. (2014). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 3(6).
- Nahda, K., & Harjito, D. A. (2011). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Siasat Bisnis*, 15(1), 1–12. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol15.iss1.art1>
- Putra, C. G. B., Rasmini, N. K., & Astika, I. B. P. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility pada Price to Book Value dengan Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi. *Accounting Analysis Journal*, 2(2), 339–353.
- Putri, R. A., & Christiawan, Y. J. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Business Accounting Review*, 2(1), 2014.
- Rahmah, P. A. A. A., & Iramani, R. (2015). Pengaruh corporate social responsibility pada kinerja keuangan perusahaan pertambangan. *Journal of Business and Banking, Volume 5 N*.
- Rosdwianti, M. K., AR, M. D., & Z.A, Z. (2016). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN (Studi Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2014). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 38, No 2(2), 16–22. <https://doi.org/10.21831/nominal.v4i2.8002>
- 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). *E-Journal SI Ak Universitas Pendidikan Ganessa*, 02.
- Setyono, J. (2016). Pengaruh kebijakan sosial dan kinerja lingkungan terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur go public di Bursa Efek

- Indonesia. *Journal of Business & Banking*, 5(2), 183. <https://doi.org/10.14414/jbb.v5i2.702>
- Sri Rokhlinasari. (2015). Teori –Teori dalam Pengungkapan Informasi Corporate Social Responbility Perbankan. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan PERbankan Syariah*, 7, No 1, 06.
- Suciwati, D., Pradnyan, D., & Ardina, C. (2016). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KINERJA KEUANGAN (Pada Perusahaan Sektor Pertambangan di BEI Tahun 2010-2013). *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12(2), 104–113.
- Titisari, K. H., Suwardi, E., Setiawan, & Fakultas, D. (2010). Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Kinerja Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto 2010*, 1–28.
- Ujang Rusdianto. (2013). *CSR Communications: a framework for PR practitioners*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Vensky Valetta Paramita. (2019). Pengaruh Corporate Social Responbility dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan dengan kinerja lingkungan sebagai variabel moderator. In *Perpustakaan Universitas Arilangga*.