

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pembahasan yang dilakukan pada penelitian ini merujuk kepada beberapa penelitian-penelitian sebelumnya. Berikut ini akan diuraikan beberapa penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini:

1. Wijayanti (2011)

Penelitian yang dilakukan oleh Wijayanti (2013), dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam kegiatan perusahaan dalam mencapai keseimbangan atau integrasi antara pembangunan ekonomi, lingkungan, dan sosial tanpa mengorbankan harapan pemegang saham. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terdiri tujuh kategori lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan pekerja, tenaga kerja lainnya, produk, orang, dan masyarakat. Dalam penelitian, kinerja keuangan perusahaan diukur dengan menggunakan *return on asset*, *return on equity*, *earning per share*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan menerbitkan laporan

tahunan pada tahun 2008 ([website www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)) menggunakan metode *purposive sampling*, 44 perusahaan sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap *return on aset*, hal ini tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan sehingga H1 ditolak. Hasil pengujian yang dilakukan dengan regresi per kategori *corporate social responsibility*, tidak semua kategori pengungkapan berpengaruh terhadap *return on aset*. Sedangkan untuk semua kategori, secara bersama-sama tidak semua berpengaruh. Penelitian ini menunjukkan bahwa kategori produk yang berpengaruh terhadap *return on aset*. *CSR* berpengaruh signifikan positif terhadap *return on equity*, hal ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan sehingga H2 diterima. Pada pengujian yang dilakukan dengan per kategori pengungkapan *corporate social responsibility*, tidak semua kategori berpengaruh signifikan. Hanya kategori lingkungan, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, dan produk yang berpengaruh signifikan positif. Sedangkan secara bersama-sama semua kategori, hanya kategori produk yang berpengaruh signifikan negatif terhadap *return on equity*. Hipotesis H3 yang diajukan tidak sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan, sehingga hipotesis ditolak. Pada regresi yang dilakukan pada masing-masing kategori pengungkapan, tidak ada kategori yang mampu mempengaruhi *earning per share*. Sedangkan regresi yang dilakukan pada semua kategori *corporate social responsibility* secara bersama-sama tidak semua kategori berpengaruh signifikan. Hanya kategori lain-lain tenaga kerja yang berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Dengan kata lain bahwa *corporate social*

responsibility hanya berpengaruh signifikan terhadap ROE, dan tidak berpengaruh terhadap *return on aset* maupun *earning per share*

2. **Miranty Nurhayati (2012)**

Dalam penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan, Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar Dalam LQ45 Pada Tahun 2009-2011”. Penelitian ini memberikan informasi mengenai pengaruh ROE sebagai proksi dari kinerja keuangan, kepemilikan manajerial sebagai proksi dari *Good Corporate Governance* dan pengungkapan CSR terhadap Tobin’s Q sebagai proksi dari nilai perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis (a) pengaruh ROE terhadap Tobin’s Q (b) pengaruh GCG terhadap Tobin’s Q (c) pengaruh CSR terhadap nilai Tobin’s Q. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan LQ-45 yang terdaftar dalam *Indonesia Stock Exchange (IDX)* dalam rentang tahun 2009-2011. Analisis data menggunakan analisis linier berganda. Hasil penelitian yang diperoleh dari uji parsial (T-test) tahun 2009, 2010, dan 2011 menunjukkan bahwa ROE berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan hasil penelitian yang diperoleh dari uji parsial (T-test) menunjukkan bahwa GCG dan CSR tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian dengan analisis linier berganda dari uji serentak bersama-sama (F-test) tahun 2009, 2010, dan 2011 menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Jurokhani (2013)

Penelitian yang dilakukan oleh Jurokhani (2013), dengan judul “Hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan Kinerja Keuangan Perusahaan Go Public Periode 2008-2011”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan kinerja keuangan perusahaan yang *go public* pada tahun 2008 sampai 2011. Kinerja keuangan yang di gunakan pada penelitian ini ialah Profitabilitas, Likuiditas, Nilai Pasar, Risk Firm. Dalam penelitian menggunakan dua puluh satu sampel (perusahaan) *go public* dan memiliki modal sendiri perusahaan selama periode penelitian yang bernilai positif. Pada dua puluh satu sampel (perusahaan) tersebut terdapat lima kategori yang ditetapkan oleh PROPER yaitu pada tahun 2010 dan 2011 terdapat satu perusahaan berkategori Emas, sembilan perusahaan berkategori Hijau, dan sebelas perusahaan berkategori Biru, satu perusahaan berkategori Merah, dan satu perusahaan berkategori Hitam. Hasil dari pengujian analisis deskriptif menunjukkan bahwa pada perusahaan yang berkategori Emas dan Hijau memang memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang berkategori biru, merah, dan hitam. Hasil tersebut dapat terlihat dari nilai rasio profitabilitas, rasio likuiditas, dan nilai pasar perusahaan dengan kategori emas dan hijau yang memiliki nilai rasio lebih tinggi daripada rasio perusahaan dengan kategori biru, merah, hitam. Hasil pengujian pada korelasi Kendall s Tau b dan Spearman rank menunjukkan bahwa ada hubungan CSR dengan kinerja keuangan pada perusahaan *go public* hal ini mendukung hipotesis pada penelitian yang

terbukti bahwa rasio profitabilitas, rasio likuiditas, dan nilai pasar berhubungan positif serta *risk firm* yang bernilai negatif tetapi tidak signifikan, sehingga H_0 ditolak atau H_a diterima.

Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang ditampilkan pada tabel 2.1

Tabel 2.1
PERBANDINGAN PENELITIAN
TERDAHULU DAN PENELITIAN SEKARANG

Keterangan Penelitian	Penelitian I	Penelitian II	Penelitian III	Penelitian Sekarang
Peneliti	Wijayanti (2011)	Miranty Nurhayati (2012)	Jurokhani (2013)	Nurul Chotimah Putri (2015)
Judul	"Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan"	"Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan, Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar Dalam LQ45 Pada Tahun 2009-2011"	"Hubungan Corporate Social Responsibility dengan Kinerja Keuangan Perusahaan Go Public 2008 – 2011"	"Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011 – 2013"
Variabel	1. Corporate social responsibility 2. Return On Asset (ROA) 3. Return On Equity (ROE) 4. Earning per Share (EPS)	1. Return On Asset (ROA) 2. Good Corporate Governance (GCG) 3. Corporate Social Responsibility (CSR) 4. Tobin's Q	1. Corporate Social Responsibility 2. Rasio Profitabilitas 3. Rasio Likuiditas 4. Nilai Pasar 5. Risk Firm	1. Corporate Social Responsibility 2. Return On Asset (ROA) 3. Earning Per Share (EPS) 4. Nilai Pasar (Tobin's Q)
Teknik Sampling	Purposive Sampling	Purposive Sampling	Purposive Sampling	Purposive Sampling
Sampel	44 sampel Perusahaan	perusahaan LQ-45 yang terdaftar dalam Indonesia Stock Exchange (IDX)	21 Perusahaan	48 Sampel Perusahaan
Metode Pengumpulan Data	Metode Dokumentasi dengan data	Metode Dokumentasi dengan data	Metode Dokumentasi dengan data	Metode Dokumentasi dengan data

	Sekunder	Sekunder	Sekunder	Sekunder
Teknik Analisis Data	<i>Moderated Regression Analysis</i>	<i>Analisis linier berganda</i>	<i>Kendalls Tau-b dan spearman rank</i>	<i>Analisis regresi sederhana</i>
Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa CSR tidak berpengaruh pada kinerja keuangan semua rasio keuangan. CSR hanya berpengaruh signifikan positif terhadap ROE, CSR tapi tidak efek ROA dan EPS.	Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ROE berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan GCG dan CSR tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian dengan analisis linier berganda dari uji serentak bersama-sama (F-test) tahun 2009, 2010, dan 2011 menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.	Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa program CSR yang berhubungan dengan kinerja keuangan baik dilihat dari profitabilitas, likuiditas, nilai pasar dan <i>risk firm</i> . Profitabilitas, likuiditas, dan nilai pasar memiliki hubungan positif terhadap CSR sedangkan <i>risk firm</i> memiliki hubungan negatif	Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>return on asset</i> (ROA) dan tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>earning per share</i> (EPS). <i>Corporate social responsibility</i> hanya berpengaruh signifikan terhadap nilai pasar (Tobin's Q).

Sumber : Wijayanti (2011), Miranty Nurhayati (2012), dan Jurokhani (2013).

2.2 Landasan Teori

Pada sub ini akan diuraikan teori-teori pendukung yang nantinya akan digunakan sebagai dasar dalam menyusun kerangka pemikiran maupun merumuskan hipotesis.

2.2.1 *Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab sosial yang merupakan suatu komitmen untuk menjamin manfaat berkelanjutan bagi

perusahaan sekaligus menjadi landasan penting bagi bisnis untuk membangun kepercayaan dan keyakinan bagi pemangku kepentingan (*stakeholder*) (Urip, 2014). Dalam buku yang berjudul “*CSR dalam Dunia Bisnis*”, Untung (2014 : 3) mengutip pernyataan *World Bisnis Council for Sustainable Development* (WBCSD) yang mendefinisikan CSR sebagai suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dan komunitas setempat ataupun masyarakat luas.

Fenomena ini dipicu oleh semakin mengglobalnya *trend* mengenai praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bisnis. Di Indonesia, CSR diatur dalam Undang-Undang No.25/2007 tentang “Penanaman Modal” Pasal 15 huruf b yang menyebutkan bahwa “Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”. Pembentukan undang-undang tersebut didasarkan adanya semangat untuk menciptakan iklim kegiatan perusahaan yang kondusif serta salah satu tujuannya untuk menjalankan kewajiban yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR). Undang – Undang RI No.40/2007 mewajibkan perseroan yang bidang usahanya dibidang atau terkait dengan bidang Sumber Daya Alam untuk melaksanakan tanggung jawab tersebut di laporan tahunannya. Melalui regulasi yang telah dibuat oleh pemerintah semakin mempertegas bahwa seluruh kegiatan perusahaan yang bersinggungan langsung terhadap lingkungan wajib menjalankan *Corporate Social Responsibility* (CSR) serta melaporkannya dalam bentuk laporan tahunan, sehingga manajemen perusahaan tidak hanya dituntut atas pengelolaan dana perusahaan namun juga meliputi dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan terhadap lingkungan dan sosial.

Menurut Nor Hadi (2011: 123), sebagai awal pengendalian dan pengawasan, melakukan perencanaan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan hal yang dipandang penting. Perencanaan, menjadi satu dimensi keseriusan perusahaan dalam ikut berpartisipasi dan empathy terhadap berbagai masalah lingkungan dan sosial. *Corporate Social Responsibility* butuh perumusan yang jelas, baik materi, strategi, sasaran, penelitian pemangku kepentingan, maupun anggaran yang dibutuhkan. Untuk itu, butuh kajian mendalam dan berkelanjutan, khususnya dalam menentukan isi dan sasaran agar memiliki daya dukung dalam pembangunan berkelanjutan dalam rangka meningkatkan pemberdayaan pada para pemangku kepentingan. Dengan demikian, kualitas perencanaan praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) tergantung pada analisis perusahaan terhadap lingkungan dan sosial.

2.2.2 Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan untuk mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan.

A. Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas juga memiliki tujuan dan manfaat, tidak hanya bagi pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak di luar perusahaan, terutama pihak

pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan.

Menurut Kasmir (2013:197) , yang menyatakan bahwa :

a. Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

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

b. Sementara itu, manfaat dari rasio profitabilitas adalah untuk:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

6. Manfaat lainnya.

B. Jenis-jenis Rasio Profitabilitas

Sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai, terdapat beberapa jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan. Masing-masing jenis rasio profitabilitas digunakan untuk menilai serta mengukur posisi keuangan perusahaan dalam suatu periode tertentu atau untuk beberapa periode.

a. Return On Asset (ROA)

Return on asset merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*retun*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROA juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya. Di samping itu, hasil pengembalian investasi menunjukkan produktivitas dari seluruh dana perusahaan, baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Semakin kecil (rendah) rasio ini, semakin kurang baik, demikian sebaliknya. Artinya rasio ini digunakan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \dots\dots\dots(1)$$

b. Earning Per Share (EPS)

Rasio laba per lembar saham atau disebut juga rasio nilai buku merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, kesejahteraan pemegang saham meningkat. Dengan pengertian lain, tingkat

pengembalian yang tinggi. Keuntungan bagi pemegang saham adalah jumlah keuntungan setelah dipotong pajak. Keuntungan yang tersedia bagi pemegang saham biasa adalah jumlah keuntungan dikurangi pajak, dividen, dan dikurangi hak-hak lain untuk pemegang saham prioritas. Pada umumnya manajemen perusahaan, pemegang saham biasa dan calon pemegang saham sangat tertarik akan EPS, karena hal ini menggambarkan jumlah rupiah yang diperoleh untuk setiap lembar saham biasa. Para calon pemegang saham tertarik dengan EPS yang besar, karena hal ini merupakan salah satu pengukuran keberhasilan suatu perusahaan.

Menurut Kasmir (2013: 207) rumus untuk mencari laba per lembar saham biasa adalah sebagai berikut:

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba saham biasa}}{\text{Saham biasa yang beredar}} \dots\dots\dots(2)$$

2.2.3 Nilai Pasar (*Tobin's Q*)

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar. Alasannya karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham secara maksimum jika harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi keuntungan pemegang saham sehingga keadaan ini akan diminati oleh investor karena dengan permintaan saham yang meningkatkan menyebabkan nilai perusahaan juga akan meningkat. Nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum jika para pemegang saham menyerahkan urusan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya, seperti manajer maupun komisaris, Rika dan Ishlahuddin (2008).

Salah satu alternatif yang digunakan dalam nilai perusahaan adalah dengan menggunakan *Tobin's Q*. *Tobin's Q* adalah rasio yang pertama kali diperkenalkan oleh James Tobin pada tahun 1969. James Tobin adalah seorang ekonom Amerika yang sukses mendapatkan nobel dalam bidang ekonomi dengan hipotesisnya, nilai pasar dari suatu perusahaan seharusnya sama dengan biaya ganti aktiva perusahaan tersebut sehingga terciptalah keadaan yang ekuilibrium (Rovita Inggi, 2014).

Tobin's Q juga menjelaskan bahwa nilai dari suatu perusahaan merupakan nilai kombinasi dari aktiva berwujud dengan aktiva tak berwujudnya. Nilai *Tobin's Q* untuk perusahaan yang rendah yaitu antara 0 sampai 1 menunjukkan bahwa biaya penggantian aktiva perusahaan lebih besar dibandingkan dengan nilai pasar perusahaan tersebut yang berarti pasar menilai kurang perusahaan tersebut. Nilai *Tobin's Q* untuk perusahaan yang tinggi yaitu lebih dari 1 menunjukkan bahwa nilai perusahaan lebih besar dibandingkan dengan nilai aktiva perusahaan yang tercatat yang berarti masih ada beberapa aktiva perusahaan yang tidak terukur atau tercatat.

$$Tobin's Q = \frac{EMV + D}{TA} \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan:

EMV = Nilai pasar ekuitas (*equity market value*), yang diperoleh dari hasil perkalian harga saham penutupan (*closing price*) akhir tahun dengan jumlah saham yang beredar.

D = Total hutang perusahaan.

TA = Total aset perusahaan

2.2.4 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas

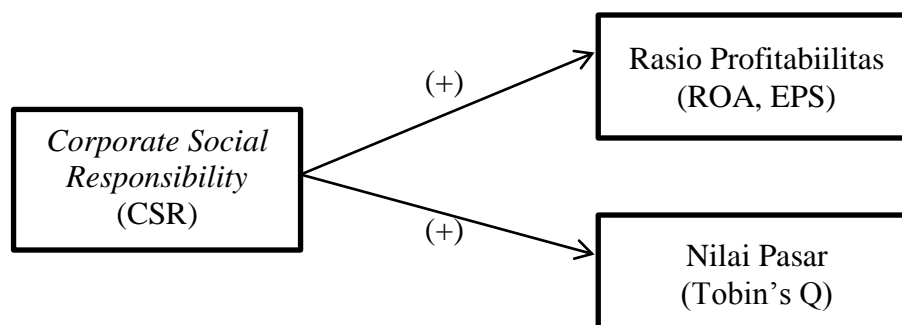
Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial. Profitabilitas adalah hasil akhir bersih dari berbagai kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan (Brigham & Houston, 2006), dimana rasio ini digunakan sebagai alat pengukur atas kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Dengan demikian pengukuran profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan tingkat efektifitas manajemen secara menyeluruh dan secara tidak langsung para investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis ini. Selain itu keuntungan (profitabilitas) sangat penting bagi perusahaan bukan saja untuk terus mempertahankan pertumbuhan bisnisnya namun juga memperkuat kondisi keuangan perusahaan. Hasil ini didukung oleh penelitian Wijayanti (2011). Hasil menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap rasio profitabilitas.

2.2.5 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Pasar

Nilai perusahaan dapat dicerminkan dalam nilai pasar. Dalam hal ini nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran kepada pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi kemakmuran pemegang saham. *Enterprise value* atau dikenal

dengan *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan jika perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Oleh sebab itu dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor (Rika dan Islahuddin, 2008). Hasil ini didukung oleh penelitian Miranty Nurhayati (2012). Hasil menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah perumusan jawaban sementara terhadap suatu masukan yang akan diteliti sebagai tuntutan dalam menyelesaikan masalah serta untuk

mencari jawaban sebenarnya. Kemudian hipotesis harus diuji dan dibuktikan kebenarannya. Berdasarkan penelitian terdahulu dalam penelitian ini dapat dirumuskan:

H₁ = Terdapat pengaruh signifikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Asset* (ROA)

H₂ = Terdapat pengaruh signifikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Earning Per Share* (EPS)

H₃ = Terdapat pengaruh signifikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Pasar (Tobin's Q)