

**PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY TERHADAP PROFITABILITAS PADA
PERUSAHAAN SUB SEKTOR TEKSTIL DAN GARMEN YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA
(PERIODE 2010-2016)**

(Skripsi)

**Oleh
APRIZAL DAMARA PUTRA**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2018**

ABSTRAK

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR TEKSTIL DAN GARMEN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (PERIODE 2010-2016)

Oleh:

Aprizal Damara Putra

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return on Equity* pada perusahaan manufaktur subsektor tekstil dan garmen yang terdaftar di BEI pada periode 2010-2016. *Corporate Social Responsibility* diukur menggunakan *Content Analyze* berdasarkan *Instrument Global Reporting Initiative* versi G-3. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 17 perusahaan tekstil dan garmen yang terdaftar di BEI pada periode 2010-2016. Penelitian ini menggunakan metode *Purposive Sampling* diperoleh 14 perusahaan yang memenuhi kriteria dan uji model data panel. Analisis data menggunakan uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik dan uji model data panel. Hasil pengujian pertama menyatakan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *Return on Equity* pada perusahaan tekstil dan garmen yang terdaftar di BEI pada periode 2010-2016.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Return on Equity* (ROE).

ABSTRACT

EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TO PROFITABILITY IN SUB COMPANY TEXTILE AND GARMENT SECTOR LISTED IN INDONESIA STOCK EXCHANGE (PERIOD 2010-2016)

By:

Aprizal Damara Putra

This study aims to determine the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) on Return on Equity in textile and garment sub-sector manufacturing companies listed on the Stock Exchange in the period 2010-2016. Corporate Social Responsibility was measured using Content Analyze based on the G-3 Instrument Global Reporting Initiative. The population in this study were 17 textile and garment companies listed on the Stock Exchange in the period 2010-2016. This study uses purposive sampling method obtained 14 companies that meet the criteria and test the panel data model. Data analysis using descriptive statistical test, classical assumption test and panel data model test. The first test results stated that the Corporate Social Responsibility variable affected the Return on Equity in textile and garment companies listed on the Stock Exchange in the period 2010-2016.

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR), Return on Equity (ROE).*

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR
TEKSTIL DAN GARMEN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA (PERIODE 2010-2016)**

Oleh

Aprizal Damara Putra

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapi Gelar
SARJANA EKONOMI**

Pada

**Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung**



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
2018**

**Judul Skripsi : PENGARUH PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
TERHADAP PROFITABILITAS PADA
PERUSAHAAN SUB SEKTOR TEKSTIL
DAN GARMEN YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA (PERIODE
2010-2016)**

Nama Mahasiswa : Aprizal Damara Putra

Nomor Pokok Mahasiswa : 1211011183

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

Dr. Ernie Hendrawaty, S.E., M.Si. R.A. Fiska Huzaimah, S.E., M.Si.
NIP 19691128 200012 2 001 NIP 19790228 200501 2 001

2. Ketua Jurusan Manajemen

Dr. R.R. Erlina, S.E., M.Si.
NIP 19620822 198703 2 002

MENGESAHKAN

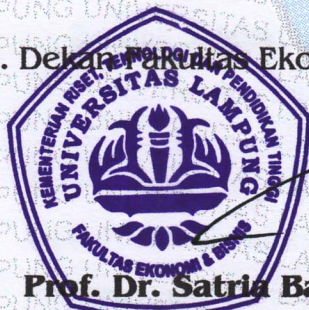
1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Ernie Hendrawaty, S.E., M.Si.**

Sekretaris : **R.A. Fiska Huzaimah, S.E., M.Si.**

Penguji Utama : **Dr. Sri Hasnawati, S.E., M.Si.**

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Satria Bangsawan, S.E., M.Si.

NIP 19610904 198703 1 011

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **23 Agustus 2018**

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aprizal Damara Putra
NPM : 1211011183
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen

Dengan ini Saya menyatakan sebenarnya bahwa:

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Sub Sektor Tekstil Dan Garmen Yang Terdaftar Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Periode 2010-2016)”**

1. Adalah karya Saya sendiri dan Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan atas karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan tata etika ilmiah yang berlaku dalam masyarakat akademik atau yang disebut **plagiatisme**.
2. Hak intelektual atas karya ilmiah ini diserahkan sepenuhnya kepada Universitas Lampung.

Atas pernyataan ini, apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya ketidakbenaran, maka Saya sanggup menerima hukuman atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Bandar Lampung, 18 Agustus 2018

Yang membuat pernyataan,



Aprizal Damara Putra

NPM. 1211011183

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Aprizal Damara Putra dilahirkan di Kotabumi pada tanggal 4 April 1994, merupakan amanah dan karunia yang Allah SWT berikan kepada pasangan Bapak Suharto dan Ibu Nurhayati. Penulis dilahirkan sebagai anak bungsu dari empat bersaudara. Pendidikan yang pernah ditempuh penulis adalah pada tahun 2006 menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 06 Kelapa Tujuh, Kotabumi. Kemudian penulis menyelesaikan pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 07 Kotabumi yang diselesaikan pada tahun 2009, lalu dilanjutkan ke jenjang pendidikan menengah atas di SMA Negeri 1 Kotabumi hingga lulus pada tahun 2012. Tahun 2012, penulis melanjutkan pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, program Diploma Keuangan dan Perbankan dan lulus pada tahun 2015. Masih di tahun yang sama, penulis melanjutkan pendidikan ke Strata 1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Penulis juga telah mengikuti program pengabdian kepada masyarakat yaitu Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada tahun 2016 selama 40 hari di Desa Rama Gunawan, Kecamatan Seputih Raman, Kabupaten Lampung Tengah.

MOTTO

“Aksi positifmu digabung dengan pikiran positif akan menghasilkan kesuksesan”

-Shiv Kiera-

“Lakukan lah yang terbaik untuk hidupmu, berguna lah untuk orang lain dan percaya lah semua yang kita dapatkan dalam hidup ini adalah yang terbaik dari Allah SWT”

-Aprizal Damara Putra-

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur hanya dipanjatkan kepada Allah SWT yang atas kehendak dan segala nikmat yang Dia berikan, sehingga terselesaikannya karya tulis ilmiah ini. Karya tulis ilmiah ini saya persembahkan kepada :

Kedua orangtuaku, ayah dan ibu tercinta Bapak Suharto dan Ibu Nurhayati. Terimakasih telah menjaga amanah dari Allah SWT, telah memberikan seluruh bentuk kasih sayang kepadaku, telah memberikan segala bentuk pengorbanan untuk menghidupiku, menyekolahkanku, dan membimbingku untuk terus taat kepada Allah SWT. Terimakasih atas segala kasih sayang, perhatian dan seluruh tangisan doa yang menyelimutiku, sehingga aku bisa sampai dalam kondisi saat ini.

Kakakku tersayang Lita Hapsari, Ari Prayudi dan Anton Susanto terimakasih telah menjagaku, memberikan dukungan atas apa yang aku lakukan, memberikan motivasi dan segala bentuk semangat serta doa. Terimakasih telah menjadi ayah, ibu, serta sahabat terbaik yang selalu menemaniku dari kecil hingga sekarang. Seluruh keluarga besar di Kotabumi, sahabat, dan orang-orang yang menyayangiku. Atas dukungan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Serta Terimakasih untuk Almamater tercinta, Universitas Lampung.

SANWACANA

Bismillahirrohmaanirrohmim,

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **“Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Sub Sektor Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Periode 2010-2016)”**. Skripsi ini adalah salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar sarjana ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Dalam penulisan skripsi ini, penulis memperoleh bantuan dan bimbingan serta petunjuk dari semua pihak, maka dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan *Jazakumullahu Khoiron* dan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hi. Satria Bangsawan, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Ibu Dr. R.R. Erlina, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Ibu Dr. Ernie Hendrawaty, S.E., M.Si., selaku Pembimbing pertama skripsi, yang telah memberikan bimbingan, saran, motivasi, serta pengalaman yang luar biasa dalam mengerjakan dan menyelesaikan penelitian dengan benar.
4. Ibu R.A. Fiska Huzaimah, S.E., M.Si. selaku Pembimbing kedua skripsi, yang telah memberikan bimbingan, saran, dan motivasi dalam mengerjakan dan menyelesaikan penelitian dengan benar.

5. Ibu Dr. Sri Hasnawati, S.E., M.Si. selaku Penguji Utama dalam ujian skripsi yang telah memberikan masukan dan saran untuk memperbaiki penelitian ini dengan benar, sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
6. Ibu Yuniarti Fihartini, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan banyak nasihat selama proses perkuliahan.
7. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Bapak dan Ibu Staf Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah membantu penulis dalam segala proses administrasi.
8. Ayahku Suharto, semoga selalu sehat dan diberi kelancaran dalam setiap urusan.
9. Ibuku Nurhayati, terimakasih atas cinta yang luar biasa, selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan semua masalah, memberikan doa, dukungan, perhatian. Terimakasih telah menjagaku meski sulit, semoga dikemudian hari dapat menjadi kebanggaan memberikan kebahagiaan yang hakiki melalui pengabdian yang tidak henti.
10. Kakak-kakakku tersayang Lita Hapsari, Ari Prayudi dan Anton Susanto atas dukungan, perhatian, pengorbanan, materi, kasih sayang serta doa yang diberikan.
11. Kartika Tunggal Dewi, yang selalu memberikan semangat, doa, canda dan tawa. Terimakasih atas kebersamaan dan kesabarnya selama ini dan semoga selalu seperti ini.
12. Teruntuk teman dekat, sahabat dekat dan teman-temanku Dicky, Gagah, Anes, Farouk, Nando, Dwi, Dzuju, Komeng, Dedi, Ferry, Rio, Demelo serta teman-teman D3 Keuangan dan Perbankan 2012 lainnya, terimakasih

semangatnya, kesetiaannya dan perhatian yang telah diberikan hingga saat ini.

13. Sahabat-sahabat konversi seperjuangan, Rahmat Edwar, M. Imami Akbar, Setia Chandra, M. Adrian Gumelar, Dessi Triyani, Intan Purnamasari, Sendy Septiza, Fakhrunisa, Tias Syahputri, Meidina Aliyah dan Ayu Pratiwi, terimakasih atas kesabaran menjadi sahabat yang memberikan pelajaran kehidupan, dukungan dan saran dalam segala hal yang telah kalian berikan selama ini.
14. Seluruh keluarga besar Manajemen angkatan 2012 dan 2014, atas kebersamaan, dukungan, dan kekeluargaanya.
15. Terima Kasih untuk Almamater tercinta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Tidak lupa peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang bersangkutan atas segala dukungan dan Doanya selama ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kesempurnaan selanjutnya.

Bandar Lampung, 18 Agustus 2018

Penulis,

Aprizal Damara Putra

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	
DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR LAMPIRAN	v
 I. PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
 II. TINJAUAN PUSTAKA	 10
A. Tinjauan Literatur	10
1. Teori <i>Stakeholder</i>	10
2. Teori Sinyal	13
3. <i>Corporate Social Responsibility</i>	13
4. Kinerja Keuangan Perusahaan	15
5. <i>Return on Equity</i> (ROE).....	17
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Rerangka Pemikiran	19
D. Hipotesis	19
 III. METODE PENELITIAN	 21
A. Jenis dan Sumber Data.....	21
B. Populasi dan Sampel	21
C. Variabel Penelitian	22
1. Variabel Dependen (Y)	22
2. Variabel Independen (X)	23
3. Variabel Kontrol.....	24
a. Ukuran Perusahaan (<i>Size</i>)	24
b. Pertumbuhan Penjualan (<i>Growth</i>)	25
c. <i>Leverage</i>	26
D. Teknik Analisis Data	27
1. Statistik Deskriptif	27
2. Uji Asumsi Klasik	27
2.1 Uji Normalitas.....	27
2.2 Uji Multikolinearitas	28
2.3 Uji Autokolerasi	28

2.4 Uji heterokedastisitas.....	28
3. Uji Model Data Panel.....	29
3.1 Uji Chow	29
3.2 Uji Hausman	30
3.3 Uji Lagrangian Multiplier Test	30
E. Analisis Regresi Berganda	31
F. Pengujian Hipotesis	31
1. Uji Statistik T (Uji Parsial)	32
2. Uji Statistik F	32
3. Koefisien Determinasi (R^2)	33
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	34
A. Statistik Deskriptif	34
1. Statistik Deskriptif Variabel <i>Return on Equity</i> (ROE).....	34
2. Statistik Deskriptif Variabel CSR	36
3. <i>Size, Growth, Leverage</i>	38
B. Hasil Uji Asumsi Klasik	43
1. Uji Normalitas	44
2. Uji Multikolinearitas	45
3. Uji Heteroskedastisitas.....	46
4. Uji Autokorelasi	47
C. Pemilihan Uji Model Data Panel.....	48
a. Hasil Uji Chow.....	48
b. Hasil Uji Hausman	49
D. Hipotesis.....	50
E. Pembahasan.....	51
1. Pengaruh CSR terhadap ROE	51
V. SIMPULAN DAN SARAN	54
A. Simpulan	54
B. Saran.....	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Rerangka Pikir.....	19
4.1 Hasil Uji Normalitas	44
4.2 Hasil Uji Normalitas Setelah Penyembuhan	44
4.3 Daerah Penentuan Ada Tidaknya Autokorelasi dengan Durbin Watson	48

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	18
3.1 Kriteria dan Pemilihan Sampel	22
3.2 Daftar Sampel Perusahaan	22
4.1 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian <i>Return on Equity</i> (ROE).....	35
4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	37
4.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian Ukuran Perusahaan (Size).....	39
4.4 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian Pertumbuhan Perusahaan (Growth) ..	41
4.5 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian <i>Leverage</i>	42
4.6 Uji Multikoleniaritas	45
4.7 Uji Heteroskedastisitas	46
4.8 Durbin Watson Test	47
4.9 Hasil Uji Chow (Pemilihan antara <i>Common</i> dan <i>Fixed</i> Model)	49
4.10 Hasil Uji Hausman (Pemilihan antara <i>Random</i> dan <i>Fixed</i> Model).....	49
4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	50

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Daftar Sampel Perusahaan	L-1
2. Daftar Item Pengungkapan CSR Berdasarkan GRI Versi 3.0	L-2
3. Hasil Perhitungan <i>Return on Equity</i> (ROE)	L-5
4. Hasil Perhitungan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	L-8
5. Hasil Perhitungan <i>Size</i> (Ukuran Perusahaan).....	L-14
6. Hasil Perhitungan <i>Growth</i> (Pertumbuhan Perusahaan).....	L-17
7. Hasil Perhitungan <i>Leverage</i>	L-20
8. Hasil Uji Normalitas	L-23
9. Hasil Uji Multikolinearitas.....	L-24
10. Hasil Uji Heteroskedastisitas	L-25
11. Hasil Uji Autokorelasi	L-26
12. Hasil Uji <i>Common Effect</i>	L-27
13. Hasil Uji <i>Fixed Effect</i>	L-28
14. Hasil Uji Chow.....	L-29
15. Hasil Uji <i>Random Effect</i>	L-30
16. Hasil Uji Hausman	L-31
17. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	L-32
18. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	L-33

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Corporate Social Responsibility (CSR) atau lebih dikenal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu kegiatan wajib perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosial kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya yang telah diatur dalam UU No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) pasal 74 dimana pada butir pertama dijelaskan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Selain kewajiban yang telah diatur oleh undang–undang, setiap perusahaan kini bersaing secara sehat untuk menciptakan citra yang baik di mata masing-masing konsumen serta masyarakat sekitarnya dan kegiatan CSR inilah yang biasanya digunakan pada praktisi *Public Relations* di lapangan untuk menjadi senjata dan meningkatkan daya tarik perusahaan di tengah-tengah masyarakat.

The World Business Council for Sustainable Development di dalam Rahman (2009) mendefinisikan CSR sebagai suatu komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup. Sementara itu, Kast (2002) mendefinisikan tanggung jawab sosial (*Social*

Responsibility) sebagai bentuk keterlibatan dari organisasi dalam upaya mengatasi kelaparan dan kemiskinan, mengurangi pengangguran dan tunjangan untuk pendidikan dan kesenian. Hal ini didasari pemikiran bahwa semua organisasi adalah sistem yang bergantung pada lingkungannya dan karena ketergantungan itulah maka suatu organisasi perlu memperhatikan pandangan dan harapan masyarakat.

Keberadaan perusahaan di lingkungan sekitar masyarakat tentu akan memunculkan dampak positif dan negatif bagi lingkungan dan masyarakat. Dilihat dari sisi positif, perusahaan dianggap mampu menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat. Namun dilihat dari sisi negatif, masyarakat merasakan dampak kerugian yang diakibatkan dari kegiatan bisnis perusahaan, seperti pencemaran udara, suara dan air. Perusahaan harus menyikapi dan mengambil keputusan dari pentingnya peran CSR saat ini dalam dunia bisnis, apakah akan mendapatkan reaksi positif, ataupun negatif dari aktivitas yang perusahaan lakukan di lingkungan sekitarnya. Jika perusahaan berhasil menjalankan konsep CSR dengan baik di masyarakat ataupun lingkungan di sekitarnya, tentu *image* ataupun nama perusahaan tersebut akan meningkat, yang secara langsung akan menaikkan profitabilitas perusahaan ke depannya. Begitu pun sebaliknya, jika perusahaan tidak berhasil menjalankan konsep CSR dengan baik, tentu akan berdampak negatif terhadap *image* perusahaan, yang tentu nya akan menurunkan profitabilitas perusahaan tersebut di masa yang akan datang.

Keberhasilan suatu perusahaan biasanya ditandai dengan kinerja keuangan yang positif baik dari segi pencapaian laba dan pertumbuhan perusahaan tersebut, namun ada hal lain yang tak kalah pentingnya menandai keberhasilan suatu

perusahaan yaitu keberlangsungan (*sustainability*). Kunci utama pencapaian keberlangsungan adalah penerimaan publik akan kehadiran perusahaan. Untuk mencapai keberlangsungan tersebut, maka perusahaan harus bisa menjalankan CSR dengan baik. CSR bisa menggabungkan aspek bisnis dan sosial dengan selaras agar perusahaan dapat membantu tercapainya kesejahteraan *stakeholders*, serta dapat mencapai profit maksimum sehingga dapat meningkatkan harga saham. CSR merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *Triple Bottom Lines*, yaitu: *Profit* (keuntungan), *People* (masyarakat) dan *Planet* (lingkungan) (Wibisono, 2007).

Survei yang dilakukan Booth-Harris Trust Monitor (2001) menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan CSR, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen. CSR dapat digunakan sebagai alat *marketing* baru bagi perusahaan apabila itu dilaksanakan berkelanjutan. Untuk melaksanakan CSR berarti perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya. Biaya pada akhirnya akan menjadi beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profitabilitas perusahaan akan turun.

Pelaksanaan CSR yang baik dan benar mengakibatkan citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dan pada akhirnya dengan pelaksanaan CSR, diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat (Satyo, 2005).

Penelitian ini menggunakan CSR sebagai variabel independen karena secara teoritis ketika perusahaan semakin meningkatkan kegiatan CSR, maka dapat meningkatkan *image* dari perusahaan dan akan berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. CSR juga digunakan sebagai variabel independen dalam penelitian terdahulu, di antaranya Gantino (2016), Aprilia, dkk. (2016), Putra (2015), Rahayu, dkk. (2014) dan Priyanka (2013).

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah penelitian yang dilakukan Gantino (2016), Putra (2015), Rahayu (2014) dan Priyanka (2013) menggunakan variabel dependen yang sama, yaitu kinerja keuangan (ROE). Persamaan selanjutnya adalah metode penelitian yang digunakan Gantino (2016), Aprilia (2016) dan Priyanka (2013) sama-sama menggunakan metode *purposive sampling* dengan penelitian yang akan dilakukan. Sedangkan perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah penelitian yang akan dilakukan ini menggunakan sampel Perusahaan sub sektor Tekstil dan Garmen yang terdaftar di BEI, dengan periode waktu 2010-2016. Selanjutnya, pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan variabel kontrol, yaitu *size*, *growth* dan *leverage*, yang dimana pada penelitian terdahulu tidak ada yang menggunakan variabel kontrol.

Dari hasil penelitian terdahulu, terdapat beberapa hasil yang sama dengan hasil hipotesis penelitian yang akan dilakukan. Menurut Gantino (2016), CSR memiliki pengaruh positif dan menurut Rahayu, CSR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ROE. Sedangkan hasil berbeda didapat dari penelitian Putra (2015) dan Priyanka (2013). Menurut Putra (2015), CSR tidak memiliki pengaruh

yang signifikan terhadap ROE, sedangkan menurut Priyanka (2013) CSR tidak memiliki pengaruh positif terhadap ROE pada perusahaan *high profile*.

Seperti yang sudah dijelaskan di atas, penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu, yaitu penelitian ini mengukur kinerja CSR melalui tingkat pengembalian atas ekuitas (ROE) dengan menggunakan variabel kontrol ukuran perusahaan (*size*), pertumbuhan perusahaan (*growth*) dan *leverage*. Dalam penelitian ini digunakan variabel kontrol karena variabel kontrol merupakan variabel yang diduga dapat berpengaruh terhadap variabel dependen, dimana variabel *size*, *growth* dan *leverage* yang digunakan dalam penelitian ini akan diukur dari total aset perusahaan yang menunjukkan skala ekonomis sebuah perusahaan. Semakin besar *size* perusahaan, maka semakin besar skala produksi perusahaan itu, serta mampu untuk mengefisienkan/menurunkan biaya operasional (Leki dan Christiawan, 2013). Perusahaan dengan ukuran besar relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil (Sunarto dan Budi, 2009). Selanjutnya, semakin besar *leverage* yang digunakan suatu perusahaan, makin besar pengurangannya. Sebagai akibatnya, *leverage* dapat digunakan untuk meningkatkan profitabilitas, tetapi dengan risiko akan meningkatkan kerugian pada masa suram (Weston dan Copeland, 1997). Yang terakhir adalah *growth* perusahaan dapat ditunjukkan pertumbuhan aset yang dimiliki perusahaan. Aset menunjukkan aktiva yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan. Semakin besar aset diharapkan semakin besar hasil operasional yang dihasilkan oleh perusahaan. Peningkatan aset yang diikuti peningkatan hasil operasi akan semakin menambah kepercayaan pihak luar terhadap perusahaan.

Setelah melihat beberapa perbedaan atau *gap* dari penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik untuk meneliti perusahaan pada sub sektor tekstil dan garmen. Industri tekstil dan garmen merupakan salah satu industri yang diprioritaskan untuk dikembangkan karena memiliki peran yang strategis dalam perekonomian nasional yaitu sebagai penyumbang devisa negara, menyerap tenaga kerja dalam jumlah cukup besar, dan sebagai industri yang diandalkan untuk memenuhi kebutuhan sandang nasional. Hal ini dapat ditunjukkan melalui perolehan surplus ekspor terhadap impor selama satu dasawarsa terakhir, bahkan saat krisis ekonomi melanda dunia, industri tekstil dan garmen nasional masih dapat mempertahankan surplus perdagangan nya dengan nilai tidak kurang dari US\$ 5 Miliar, penyerapan tenaga kerja 1,34 juta jiwa, capaian tenaga kerja dalam negeri hingga 63 persen dan berkontribusi memenuhi kebutuhan domestik sebesar 46 persen (Biro Umum dan Humas, Kementerian Perindustrian, 2010).

Perusahaan tekstil dan garmen di Indonesia yang sudah menjalankan program CSR adalah PT Apac inti Corpora, yang sekarang sudah berganti nama menjadi PT Asia Pacific Investama Tbk. Asia Pacific Investama (API), sebuah perusahaan pemintalan, tekstil dan garmen terkemuka di dunia dan terbesar di Indonesia. Produk PT. API terbagi menjadi 4 macam yaitu *yarn*, *Greige*, *Denim* dan Jasa Laundry. PT. API telah menerapkan program CSR atau yang lebih dikenal dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Program CSR ini merupakan strategi perusahaan dan menjadi budaya perusahaan. Bentuk konkret dari kerja sama itu seperti pelatihan dan uji kompetensi di bidang tekstil dan garmen, pembinaan industri/usaha kecil-menengah (IKM/UKM), pemagangan untuk siswa dan mahasiswa. Sedangkan Dinas Perindustrian Provinsi Jawa Tengah menawarkan

bentuk kerja sama jasa dan pembuatan desain packing produk industri kecil (IKM), pembinaan dan pelatihan yang bersentuhan dengan industri pengolahan makanan/minuman, industri logam dan elektronika, serta industri bidang tekstil dan produk tekstil (TPT).

Penelitian ini diharapkan dapat melihat bagaimana kemampuan perusahaan untuk dapat meraih profitabilitas dengan menerapkan konsep CSR. Kita akan bisa melihat bagaimana rasa tanggung jawab perusahaan kepada lingkungan dan masyarakat sekitar, bisa berdampak baik bagi perusahaannya dengan meraup profitabilitas, tanpa hanya memikirkan penjualan dan meraih keuntungan pada pihak luar saja yang mengkonsumsi atau menggunakan jasa mereka.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka peneliti membuat suatu penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Sub Sektor Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2016”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah yang diperoleh apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap profitabilitas?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

D. Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang didapat dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, untuk dapat mengetahui dan pemahaman tentang pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan dan juga untuk dapat mengetahui bagaimana rasa tanggung jawab sosial yang diberikan perusahaan kepada lingkungan sekitarnya menggunakan konsep CSR tersebut.
2. Bagi mahasiswa, untuk menambah studi literature mengenai masalah pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan, serta juga memberikan landasan bagi penelitian selanjutnya di bidang yang sama di masa yang akan datang.
3. Bagi pihak perusahaan, untuk memberikan masukan dan informasi mengenai pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan untuk bekerja lebih baik lagi dan juga untuk meningkatkan rasa tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya, serta sebagai informasi kepada pihak manajemen perusahaan tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang dapat dipercaya dapat meningkatkan kinerja perusahaan.
4. Bagi pemerintah, untuk mengetahui bagaimana rasa tanggung jawab yang dilakukan perusahaan kepada lingkungan masyarakat di sekitarnya agar dapat memberikan standarisasi yang lebih baik dalam penerapan CSR yang sesuai dengan kondisi di Indonesia

5. Bagi investor, untuk dapat memberikan gambaran bagaimana aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam penanaman modal ke depannya dengan memperhitungkan pengaruh CSR, yang dimana tidak hanya dilihat pada ukuran-ukuran moneter.
6. Bagi *Stakeholder*, untuk dapat membantu komunikasi yang jauh lebih baik lagi dalam kerja sama antar sesama *stakeholder* lainnya, sehingga *stakeholder* akan semakin percaya dan yakin kepada perusahaan.
7. Bagi masyarakat, untuk dapat memberikan informasi dan kesadaran mengenai hak-hak yang mereka dapatkan dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh pihak perusahaan, serta masyarakat juga diharapkan agar kepentingannya terpenuhi.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Literatur

1. Teori Stakeholder

Dalam menghadapi dunia industri yang sarat akan persaingan, perusahaan harus lebih peka terhadap masalah eksternal perusahaan sehingga dapat mengantisipasi kekagetan dan krisis yang dapat mengancam keberlanjutan kegiatan dan keberadaan perusahaan. Freeman & Velamuri (2004) dalam CSR Indonesia (2008) menyebutkan bahwa: *“the main goal of CSR is to create value for key stakeholders and fulfill our responsibilities to them and ‘Responsibility’ implies that we cannot separate business from ethics”*.

Stakeholder adalah seorang individu atau organisasi yang secara langsung maupun tidak langsung terkena dampak dari kegiatan perusahaan. Pendekatan *stakeholder*, membuat organisasi memilih untuk menanggapi banyak tuntutan yang dibuat oleh para pihak yang berkepentingan (*stakeholder*). Menurut pendekatan ini, suatu organisasi akan berusaha untuk memenuhi tuntutan lingkungan dari kelompok-kelompok seperti para karyawan, pemasok, dan investor serta masyarakat.

Teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholder*. Perusahaan berusaha mencari pembenaran dalam menjalankan operasi perusahaannya. Semakin kuat posisi *stakeholder*, semakin

besar pula kecenderungan perusahaan mengadaptasi diri terhadap keinginan para *stakeholder* nya (Sembiring, 2005).

Pada dasarnya *stakeholder* memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Menurut Ghozali dan Chariri (2007) kekuatan yang dimiliki oleh *stakeholder* dapat berupa kemampuan untuk membatasi akses perusahaan dalam mendapatkan sumber ekonominya. Dengan kemampuan tersebut, maka perusahaan akan beraksi dengan cara-cara yang memuaskan keinginan mereka. Sehingga tercipta hubungan yang baik antara perusahaan dan *stakeholder* demi terciptanya keadaan yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak.

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, tetapi juga harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder* nya (Ghozali dan Chariri, 2007). Hal tersebut sejalan dengan pendapat Carroll (1979) dalam Solihin (2009) yang menjelaskan komponen-komponen tanggung jawab sosial perusahaan ke dalam empat kategori sebagai berikut.

- 1) *Economic responsibilities*. Tanggung jawab sosial utama perusahaan adalah tanggung jawab ekonomi karena lembaga bisnis terdiri atas aktivitas ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa bagi masyarakat secara menguntungkan.
- 2) *Legal responsibilities*. Masyarakat berharap bisnis dijalankan dengan mentaati hukum dan peraturan yang berlaku di mana hukum dan peraturan tersebut pada hakikatnya dibuat oleh masyarakat melalui lembaga legislatif. Sebagai contoh, ketaatan perusahaan dalam membayar pajak, menaati

undang-undang tenaga kerja dan sebagainya merupakan tanggung jawab hukum perusahaan.

- 3) *Ethical responsibilities*. Masyarakat berharap perusahaan menjalankan bisnis secara etis. Menurut Epstein (1989), Etika bisnis menunjukkan refleksi moral yang dilakukan oleh pelaku bisnis secara perorangan maupun secara kelembagaan (organisasi) untuk menilai sebuah isu dimana penilaian ini merupakan pilihan terhadap nilai yang berkembang dalam suatu masyarakat. Melalui pilihan nilai tersebut individu atau organisasi akan memberikan penilaian apakah sesuatu yang dilakukan itu benar atau salah, adil atau tidak, serta memiliki kegunaan (utilitas) atau tidak.
- 4) *Discretionary responsibilities*. Masyarakat mengharapkan keberadaan perusahaan dapat memberikan manfaat bagi mereka. Ekspektasi masyarakat tersebut dipenuhi oleh perusahaan melalui berbagai program yang bersifat filantropis. Menurut teori ini perusahaan berusaha untuk memenuhi permintaan *stakeholder* sebagai suatu bentuk investasi sosial yang akan memberikan kontribusi peningkatan kinerja keuangan perusahaan dan mencapai tujuan strategis perusahaan jangka panjang. Hal ini menjelaskan bahwa yang mendasari perusahaan untuk memperhatikan keberadaan setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh keputusan perusahaan adalah untuk mendapatkan nilai positif dan meningkatkan nilai perusahaan, sehingga berdasarkan teori *stakeholder*, peneliti menduga bahwa terdapat pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan.

2. Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Christiawan dan Cheng (2011) menyatakan bahwa sebagai salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan para *stakeholder* lainnya, perusahaan seringkali terlibat dalam kegiatan-kegiatan CSR. Para *stakeholder* dapat memberikan apresiasi yang lebih bagi perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam kegiatan CSR. Hal ini sejalan dengan *signaling theory* dimana perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui pelaporannya dengan mengirimkan sinyal melalui laporan tahunannya.

Pengungkapan aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan CSR merupakan salah satu cara untuk mengirimkan sinyal positif kepada *stakeholders* dan pasar mengenai prospek perusahaan di masa yang akan datang bahwa perusahaan memberikan *guarantee* atas keberlangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang. Pengungkapan CSR dapat mengirimkan sinyal promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik dari pada perusahaan lain karena peduli dengan dampak ekonomi, lingkungan dan sosial dari aktivitas perusahaan Christiawan dan Cheng (2011).

3. Corporate Social Responsibility

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasi dan interaksi dengan para *stakeholder*, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004 dalam Anggraini, 2006). Teori tersebut dapat dipertegas dengan teori yang dikemukakan oleh *Global Compact Initiative* (2002) yang menyatakan bahwa pemahaman CSR berlandaskan 3P, yaitu *Profit, People and Planet*. Maksud dari teori 3P itu adalah tujuan bisnis tidak hanya mencari laba

(*profit*), tetapi juga menyejahterakan orang (*people*), dan menjamin keberlanjutan hidup di planet ini (Nugroho, 2007).

CSR tidak lagi berpihak pada praktik *single bottom line* yang hanya bertujuan pada kinerja keuangan saja, akan tetapi CSR lebih dituntut untuk mengacu pada *triple bottom line*, yang berarti selain berorientasi pada kinerja keuangan, perusahaan juga harus berorientasi pada kegiatan sosial dan lingkungan. Hal tersebut diyakini dapat menjamin keberlanjutan kehidupan jalannya sebuah perusahaan. Akan tetapi, praktik tanggungjawab perusahaan kepada lingkungan sosial rata-rata masih dilakukan secara sukarela dan bukan bersifat kewajiban. Praktik secara sukarela tersebut yang dalam konteks bisnis hanya untuk mengidentifikasi dan memuaskan kebutuhan para *stakeholder* yang meliputi pengurangan dampak buruk bagi lingkungan, keselamatan dan kenyamanan tempat bekerja yang dilihat dari fisik dan psikologi khususnya hak dan kebebasan para pekerja.

Dengan melakukan CSR dengan kesadaran sendiri dari suatu perusahaan tersebut dengan menekankan bahwa tujuan utamanya adalah meningkatkan kesejahteraan sosial, tentu akan membuat perbedaan perusahaan tersebut dengan kompetitor lainnya. Walaupun fakta yang ada bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, akan tetapi dengan menerapkan praktik CSR, perusahaan akan mendapatkan *image* perusahaan yang baik, yang berarti akan berdampak pada keuntungan ekonomi yang berhubungan dengan tingkat pengembalian dan laba melalui peningkatan penjualan dari tahun ke tahun.

Jamali dan Mirshak (2006) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan merupakan bukti yang menunjukkan bahwa berbagai perbedaan seperti budaya,

yang berkaitan dengan letak wilayah dan negara, mempengaruhi CSR secara dinamis, dengan perusahaan yang memiliki bidang yang berbeda pula serta menunjukkan reaksi dan respon pada perubahan dalam pandangan bisnis ini.

Secara garis besar, beberapa implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia:

- a) Bantuan sosial, yang meliputi kegiatan bakti sosial, rumah ibadah, jalan dan sarana umum lainnya, pengadaan sarana kesehatan, penanggulangan bencana alam, pengentasan kemiskinan dan pembinaan masyarakat, dan sebagainya.
- b) Lingkungan, yang meliputi kegiatan penanganan limbah, pengelolaan lingkungan, melakukan reklamasi, melestarikan alam dan keanekaragaman hayati, dan sebagainya.
- c) Pendidikan dan Pengembangan, yang meliputi kegiatan pengadaan sarana dan prasarana pendidikan serta pelatihan, melaksanakan pelatihan dan memberikan beasiswa kepada anak-anak usia produktif (pendidikan)
- d) Ekonomi, yang meliputi aktivitas seperti mengadakan program kemitraan, memberikan dana atau pinjaman kepada pihak pengembangan usaha, memperdayakan masyarakat sekitar dan lain-lainnya.
- e) Konsumen, yang meliputi ketersediaan produk, perbaikan produk secara kontinu, pelayanan bebas pulsa dan lain-lainnya.
- f) Karyawan, yang meliputi program hari kerja tua, Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3), program renumerasi yang baik dan sebagainya.

4. Kinerja Keuangan Perusahaan

Kinerja perusahaan merupakan suatu ukuran tertentu yang digunakan oleh entitas untuk mengukur keberhasilan dalam menghasilkan laba. Kinerja

perusahaan adalah kemampuan perusahaan untuk menjelaskan kegiatan operasionalnya (Payamta, 2001). Menurut Febryani dan Zulfadin (2003) kinerja perusahaan merupakan hal penting yang harus dicapai oleh setiap perusahaan di mana pun, karena kinerja merupakan cerminan dari kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber daya nya.

Dapat disimpulkan bahwa kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Hendaknya kinerja perusahaan merupakan hasil yang dapat diukur dan menggambarkan kondisi empiris suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati. Untuk mengetahui kinerja yang telah dicapai maka dilakukan penilaian kinerja.

Penilaian kinerja adalah penentuan secara periodik efektivitas operasional suatu organisasi, bagian organisasi dan karyawan yang berdasar pada sasaran, standar, dan kinerja yang telah ditentukan. Penilaian kinerja perusahaan dapat dilihat dari segi analisis laporan keuangan dan dari segi perubahan harga saham, sehingga nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya (Fama, 1978).

Tujuan dari penilaian kinerja adalah untuk memotivasi para karyawan dalam mencapai sasaran organisasi dan dalam mematuhi standar perilaku yang telah ditetapkan sebelumnya agar membuahkan hasil dan tindakan yang diinginkan. Standar perilaku tersebut berupa kebijakan manajemen atau rencana formal yang dituangkan dalam anggaran perusahaan. Penilaian kinerja juga digunakan untuk menekan perilaku yang tidak semestinya dan untuk merangsang dan menegakkan perilaku yang semestinya melalui reward yang diberikan oleh perusahaan dan hasil kinerja.

5. Return On Equity (ROE)

Hasil pengembalian ekuitas atau *return on equity* atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya.

Rumus untuk mencari *Return on Equity* (ROE) dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{laba bersih setelah pajak}}{\text{total ekuitas}} \times 100\%$$

Sumber: Riyanto (2002)

Menurut Helfert (2000), *Return on Equity* (ROE) menjadi pusat perhatian para pemegang saham (*stakeholder*) karena berkaitan dengan modal saham yang di investasikan untuk dikelola pihak manajemen. ROE memiliki arti penting untuk menilai kinerja keuangan perusahaan dalam memenuhi harapan pemegang saham.

B. Penelitian Terdahulu

Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan, yang telah banyak dilakukan dan berkaitan erat dengan penelitian ini.

TABEL 2.1 HASIL PENELITIAN TERDAHULU

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Variabel yang Digunakan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Gantino (2016)	Variabel Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Dependen: Kinerja Keuangan Perusahaan (ROA, ROE dan PBV)	<i>Purposive Sampling</i>	CSR Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap ROE, ROA dan PBV
2.	Aprilia, <i>et.al</i> (2016)	Variabel Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Dependen: Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan	<i>Purposive Sampling</i>	CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan
3.	Putra (2015)	Variabel Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Dependen: Profitabilitas Perusahaan Sektor Industri (ROA, ROE dan NPM)	Kausal Komparatif	CSR Memiliki Pengaruh yang Signifikan Terhadap ROA dan NPM, Namun CSR Tidak Memiliki Pengaruh yang Signifikan Terhadap ROE
4.	Rahayu, <i>et.al</i> (2014)	Variabel Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Dependen: Tingkat Profitabilitas Perusahaan (ROA dan ROE)	Eksplanatori (Menjelaskan Hubungan antar Variabel Melalui Pengujian Hipotesis dengan Menggunakan Pendekatan Kuantitatif)	CSR Memiliki Pengaruh yang Signifikan Terhadap ROA dan ROE

Lanjutan Tabel 2.1

5.	Priyanka (2013)	Variabel Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Dependen: Tingkat Profitabilitas Perusahaan (ROA, ROE, EPS dan NPM)	Kausal Komparatif (<i>causal comparative research</i>)	CSR Tidak Memiliki Pengaruh Positif Terhadap ROE, ROA dan NPM pada Perusahaan <i>High Profile</i> . CSR Memiliki Pengaruh Positif Terhadap EPS pada Perusahaan <i>High Profile</i>
----	-----------------	---	--	--

C. Rerangka Pemikiran

Penelitian ini akan mencoba menguji bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Equity* (ROE). Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dibahas sebelumnya, kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.



GAMBAR 2.1 RERANGKA PEMIKIRAN

D. Hipotesis

Pengungkapan CSR adalah pengungkapan informasi yang berkaitan dengan tanggungjawab perusahaan di dalam laporan tahunan dan hal tersebut mempengaruhi kinerja keuangan. Menurut Wahyuningsih (2012) kinerja keuangan dapat diukur melalui rasio keuangan, antara lain ROE, pertumbuhan penjualan dan rasio-rasio lainnya. Menurut Kurnia (2013), pengungkapan yang

semakin luas akan memberikan sinyal positif kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan (*stakeholder*) maupun para pemegang saham perusahaan (*shareholder*). Semakin luas informasi yang disampaikan kepada *stakeholder* dan *shareholder*, maka akan semakin memperbanyak informasi yang diterima mengenai perusahaan. Hal ini akan menimbulkan kepercayaan *stakeholder* dan *shareholder* kepada perusahaan. Hal ini yang menyebabkan aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan berdampak terhadap kinerja perusahaan (Dahlia dan Siregar, 2008), oleh karena itu hipotesis penelitian yang diajukan:

H₁: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap *Return On Equity* (ROE)

III. METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sumber Data

Peneliti menggunakan data sekunder dalam penelitian ini. Adapun data sekunder yaitu merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung, yang artinya didapatkan melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain. Pengambilan sumber data sekunder dalam penelitian ini didapat dari laporan tahunan perusahaan sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2010-2016 yang dapat diakses di www.idx.co.id

B. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek yang memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Populasi yang diambil oleh peneliti dalam penelitian ini adalah perusahaan sub tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2010-2016. Penentuan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian, dimana sampel tersebut akan digunakan apabila memenuhi kriteria yang telah ditentukan sebelumnya.

Pengambilan sampel penelitian berdasarkan pada teknik *purposive sampling* adalah dengan kriteria sebagai berikut:

- Sub sektor tekstil dan garmen yang telah menerbitkan laporan keuangan dan memiliki data lengkap pada periode 2010-2016

TABEL 3.1 KRITERIA DAN PEMILIHAN SAMPEL

Keterangan	Jumlah
Perusahaan tekstil dan garmen yang menyampaikan laporan keuangan, aktif dalam perdagangan, dan terdaftar di BEI tahunan periode 2010-2016.	17
Jumlah perusahaan tekstil dan garmen yang belum melakukan listing di BEI sebelum tahun 2010.	(3)
Jumlah Sampel	14

Berdasarkan kriteria dan pemilihan sampel di atas, terdapat 14 perusahaan sub sektor tekstil dan garmen yang telah memenuhi kriteria dan sesuai dengan pemilihan sampel untuk menjadi bahan penelitian. Adapun perusahaan-perusahaan sub sektor tekstil dan garmen tersebut adalah:

TABEL 3.2 DAFTAR SAMPEL PERUSAHAAN

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ADMG	Polychem Indonesia Tbk
2	ARGO	Argo Pantes Tbk
3	CNTX	Century Textile Industry Tbk
4	ERTX	Eratex Djaya Tbk
5	ESTI	Ever Shine Tbk
6	HDTX	Panasia Indo Resources Tbk
7	INDR	Indo Rama Synthetic Tbk
8	MYTX	Asia Pacific Investama Tbk
9	PBRX	Pan Brothers Tbk
10	POLY	Asian Pasific Fibers Tbk
11	RICY	Ricky Putra Globalindo Tbk
12	SSTM	Sunson Textile Manufacturer Tbk
13	TFCO	Tifico Fiber Indonesia Tbk
14	UNIT	Nusantara Inti Corpora Tbk

C. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan tiga variabel, yaitu variabel dependen, variabel independen dan variabel kontrol. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan perusahaan yaitu profitabilitas ROE. Variabel independen dalam penelitian ini adalah CSR. Variabel kontrol dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan (*size*), pertumbuhan penjualan (*growth*) dan *leverage*.

1. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah profitabilitas perusahaan, dimana dalam penelitian ini profitabilitas diukur dari **Return On Equity (ROE)**

perusahaan. Profitabilitas perusahaan dapat menggambarkan bagaimana suatu perusahaan dilihat baik atau buruknya kondisi keuangannya dan juga berhasil atau tidaknya dalam mencari laba semaksimal mungkin dalam periode tertentu yang sudah ditentukan yang diukur dari alat pengukur kinerja keuangan.

ROE dapat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Rasio ini dipengaruhi oleh besar kecilnya hutang dari suatu perusahaan. Rasio ini dapat menarik calon investor dan pemegang saham karena dapat dijadikan indikator atau tolak ukur dari *Shareholder value creation* (Munawir, 2002). Rasio ini merupakan rasio profitabilitas dari pemegang saham, tingkat efisiensi perusahaan dapat diukur berdasarkan seberapa besar tingkat pengembalian modalnya, karena hal ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan modalnya. Semakin tinggi ROE, semakin efektif dan efisien manajemen suatu perusahaan dalam mengelola dana yang dimiliki untuk memperoleh laba yang diperoleh perusahaan. Tingkat ROE yang tinggi menjadi indikasi bahwa perusahaan mampu memperoleh laba yang tinggi dibandingkan dengan tingkat ekuitas nya, dengan kata lain kemampuan manajemen dalam memanfaatkan modal saham yang dimiliki untuk kegiatan operasinya sehingga akan menghasilkan tambahan laba bagi perusahaan.

ROE dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{laba bersih setelah pajak}}{\text{total ekuitas}} \times 100\%$$

Sumber : Riyanto (2002)

2. Variabel Independen (X)

Variabel independen dalam penelitian ini adalah **Corporate Social Responsibility (CSR)**. CSR merupakan komitmen perusahaan untuk berkontribusi

terhadap pembangunan ekonomi dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan serta keseimbangan antara aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan. Kegiatan CSR perusahaan tercermin dalam pengungkapan CSR dalam laporan tahunan. Untuk mengukur tingkat pengungkapan CSR, penelitian ini menggunakan Content Analyze berdasarkan instrumen Global Reporting Initiative (GRI) versi G-3 dengan indikator sebanyak 79 item dari enam kategori yaitu Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, Hak Asasi Manusia, Sosial, dan Produk.

Untuk setiap item pengungkapan akan diberi skor 1 jika diungkapkan dan skor 0 jika tidak diungkapkan. Indeks *corporate social responsibility disclosure* diukur dengan skala rasio yaitu:

$$CSDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

$CSDI_j$: CSR *Disclosure Index* perusahaan j

n_j : Jumlah *item* untuk perusahaan j, $n_j = 79$

X_{ij} : 1 = jika *item* i diungkapkan; 0 = jika *item* i tidak diungkapkan.

Dengan demikian, $0 < CSDI_j < 1$

Sumber: Sayekti dan Wondabio (2007)

3. Variabel Kontrol

Terdapat tiga variabel kontrol dalam penelitian ini. Ketiga variabel tersebut adalah **ukuran perusahaan (size)**, **pertumbuhan penjualan (growth)** dan **leverage**.

a. **Ukuran Perusahaan (size)**

Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat ditentukan oleh total aset yang dimiliki perusahaan, penjualan yang dilakukan perusahaan, atau nilai pasar dari jumlah saham beredar perusahaan (kapitalisasi pasar). Ukuran perusahaan digunakan sebagai variabel kontrol dalam penelitian ini karena memiliki kemungkinan berpengaruh signifikan terhadap hubungan antara

CSR dan profitabilitas perusahaan, di mana perusahaan sub sektor tekstil dan garmen pasti akan terlibat dalam praktik CSR dibandingkan beberapa perusahaan di sektor lainnya. Berdasarkan Pasal 3 ayat 1,2 dan 3 Permendag 46 tahun 2009, menyatakan bahwa:

1. Klasifikasi perusahaan kecil, adalah untuk perusahaan dengan kekayaan bersih lebih dari Rp 50 juta sampai dengan maksimum Rp 500 juta.
2. Klasifikasi perusahaan menengah, adalah untuk perusahaan dengan kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta sampai dengan maksimum Rp 10 miliar.
3. Klasifikasi perusahaan besar, adalah untuk perusahaan dengan kekayaan bersih lebih dari Rp 10 miliar.

Menurut Murhadi (2013) ukuran perusahaan (*size*) diukur dengan mentransformasikan total aset yang dimiliki perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural. Ukuran perusahaan dihitung dengan menggunakan Log Natural Total Aset dengan tujuan agar mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Dengan menggunakan log natural, jumlah aset dengan nilai ratusan miliar bahkan triliun akan disederhanakan, tanpa mengubah proporsi dari jumlah aset yang sesungguhnya. Secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan (Size)} = \text{Logaritma natural (LN) dari Total Penjualan}$$

Sumber: Sujoko dan Soebiantoro (2007)

b. Pertumbuhan Penjualan (*growth*)

Pertumbuhan penjualan menggambarkan tingkat pertumbuhan perusahaan yang dilihat dari penerimaan pasar atas penjualan produk/jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Pertumbuhan penjualan digunakan sebagai variabel kontrol dalam penelitian ini karena diduga berpengaruh terhadap hubungan antara CSR dan

profitabilitas perusahaan, dimana perusahaan dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi akan menghasilkan keuntungan yang lebih sehingga cenderung terlibat dalam praktik CSR daripada perusahaan dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang rendah dan hal tersebut pasti akan didapat oleh perusahaan sub sektor tekstil dan garmen, yang dimana perusahaan tekstil dan garmen mendapatkan pertumbuhan penjualan yang tinggi di Indonesia. Pertumbuhan penjualan diukur dengan menghitung selisih antara penjualan tahun berjalan dengan penjualan tahun sebelumnya dan membaginya dengan penjualan tahun sebelumnya.

$$\text{Pertumbuhan Penjualan (Growth)} = \frac{\text{Penjualan tahun}_t - \text{Penjualan tahun}_{t-1}}{\text{Penjualan tahun}_{t-1}} \times$$

Sumber: Horne dan Wachowicz (2005)

c. *Leverage*

Leverage merupakan kemampuan perusahaan dalam menjamin seluruh kewajibannya, baik kewajiban lancar maupun kewajiban jangka panjang. *Leverage* digunakan sebagai variabel kontrol dalam penelitian ini karena diperkirakan mempunyai pengaruh terhadap hubungan antara CSR dan profitabilitas perusahaan, dimana perusahaan dengan tingkat toleransi risiko yang tinggi kemungkinan memiliki keterlibatan CSR yang berbeda dengan perusahaan yang memiliki tingkat toleransi risiko yang rendah. *Leverage* diukur dari total liabilitas perusahaan dibagi dengan total aset perusahaan.

$$\text{Leverage} = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Aset}}$$

Sumber: Harahap (2013)

D. Teknik Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Metode analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif yaitu digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data. Analisis ini dimaksudkan untuk menganalisis data disertai dengan perhitungan agar dapat memperjelas keadaan dan karakteristik data tersebut. Pengukuran yang dilihat dari statistik deskriptif meliputi nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan *skewness* (kemencengan distribusi).

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan salah satu langkah penting yang digunakan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan benar-benar bebas dari adanya gejala-gejala multikolonieritas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Penelitian ini menggunakan model regresi linear berganda sebagai alat analisis, sehingga terlebih dahulu harus lolos uji asumsi klasik agar syarat asumsi dalam regresi terpenuhi. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini ialah uji normalitas, autokorelasi, heteroskedastisitas dan multikolinieritas.

2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Untuk mendeteksi normalitas dapat dilakukan dengan uji statistik. Test statistik yang digunakan antara lain: analisis grafik histogram, normal probability-plot dan uji Kolmogorov-Smirnov. Penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan dasar pengambilan keputusannya adalah (Ghozali, 2013):

- Jika nilai Asymp.Sig. (2-tailed) kurang dari 0,05 berarti data residual terdistribusi tidak normal.
- Jika nilai Asymp.Sig. (2-tailed) lebih dari 0,05 berarti data residual terdistribusi normal.

2.2 Uji Multikolinieritas

Pendeteksi terhadap multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflating Factor* (VIF) dari hasil analisis regresi. Jika nilai $VIF > 10$ maka terdapat gejala multikolinearitas (Sanusi, 2011)

2.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan dengan pengujian Durbin-Watson (d). Hasil perhitungan Durbin-Watson (d) dibandingkan dengan nilai d_{tabel} pada $\alpha = 0,05$. Tabel d memiliki dua nilai, yaitu batas atas (d_U) dan nilai batas bawah (d_L) untuk berbagai nilai n dan k (Sanusi, 2011).

- Jika $d < d_L$; maka terjadi autokorelasi positif
- $d > 4 - d_L$; maka terjadi autokorelasi negatif
- $d_U < d < 4 - d_U$; maka tidak terjadi autokorelasi
- $d_L \leq d \leq d_U$ atau $4 > d_U \leq d \leq 4 - d_L$; maka pengujian tidak meyakinkan

2.4 Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas diuji dengan metode Glejer dengan cara menyusun regresi antara nilai absolut residual dengan variabel bebas. Apabila masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap absolut residual ($\alpha = 0,05$) maka dalam model regresi tidak terjadi gejala heterokedastisitas (Sanusi, 2011).

3. Uji Model Data Panel

Data panel adalah gabungan antara data runtut waktu (*time series*) dan data silang (*cross section*). Menurut Widarjono (2009) penggunaan data panel dalam sebuah observasi mempunyai beberapa keuntungan yang diperoleh. Pertama, data panel yang merupakan gabungan dua data *time series* dan *cross section* mampu menyediakan data yang lebih banyak sehingga akan lebih menghasilkan *degree of freedom* yang lebih besar. Kedua, menggabungkan informasi dari data *time series* dan *cross section* dapat mengatasi masalah yang timbul ketika ada masalah penghilangan variabel (*omitted-variabel*). Uji model data panel yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Chow dan uji Hausman.

3.1 Uji Chow

Chow test (Uji Chow) yakni pengujian untuk menentukan model *Fixed Effect* atau *Common Effect* yang paling tepat digunakan dalam mengestimasi data panel. Hipotesis dalam uji chow adalah:

H_0 : *Common Effect Model* atau *pooled OLS*

H_1 : *Fixed Effect Model*

Dasar penolakan terhadap hipotesis diatas adalah dengan membandingkan perhitungan F-statistik dengan F-tabel. Perbandingan dipakai apabila hasil F hitung lebih besar ($>$) dari F tabel maka H_0 ditolak yang berarti model yang paling tepat digunakan adalah *Fixed Effect Model*. Begitupun sebaliknya, jika F hitung lebih kecil ($<$) dari F tabel maka H_0 diterima dan model yang digunakan adalah *Common Effect Model* (Widarjono, 2009).

3.2 Uji Hausman

Uji Hausman dapat didefinisikan sebagai pengujian statistik untuk memilih apakah model *Fixed Effect* atau *Random Effect* yang paling tepat digunakan.

Pengujian uji Hausman dilakukan dengan hipotesis berikut:

H_0 : *Random Effect Model*

H_1 : *Fixed Effect Model*

Statistik Uji Hausman ini mengikuti distribusi statistic *Chi Square* dengan *degree of freedom* sebanyak k , dimana k adalah jumlah variabel independen. Jika nilai statistik Hausman lebih besar dari nilai kritisnya maka H_0 ditolak dan model yang tepat adalah model *Fixed Effect*, sedangkan sebaliknya bila nilai statistik Hausman lebih kecil dari nilai kritisnya maka model yang tepat adalah model *Random Effect* (Widarjono, 2009).

3.3 Uji Lagrangian Multiplier Test

Lagrange Multiplier (LM) test adalah uji untuk mengetahui apakah model *Random Effect* atau model *Common Effect* (OLS) yang paling tepat digunakan.

Uji signifikasi *Random Effect* ini dikembangkan oleh Breusch Pagan. Metode Breusch Pagan untuk uji signifikasi *Random Effect* didasarkan pada nilai residual dari metode *Common Effect*.

H_0 : *Common Effect Model* atau *pooled OLS*

H_1 : *Random Effect Model*

Uji LM ini didasarkan pada distribusi chi-squares dengan *degree of freedom* sebesar jumlah variabel independen. Jika nilai LM statistik lebih besar dari nilai kritis statistik chi-squares, maka kita menolak hipotesis nul, yang artinya estimasi yang tepat untuk model regresi data panel adalah metode *Random Effect* dari pada metode *Common Effect*. Sebaliknya jika nilai LM

statistik lebih kecil dari nilai statistik chi-squares sebagai nilai kritis, maka kita menerima hipotesis nul, yang artinya estimasi yang digunakan dalam regresi data panel adalah metode *Common Effect*, bukan metode *Random Effect* (Widarjono, 2009).

E. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode yang digunakan untuk mengetahui pengaruh *CSR* terhadap profitabilitas saham digunakan analisis regresi berganda. Uji statistik regresi linear berganda dikatakan model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi normalitas data dan terbebas dari asumsi-asumsi klasik statistik, baik multikolineritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Analisis regresi berganda bertujuan untuk menganalisis hubungan linear antara dua variabel independen atau lebih dengan satu variabel dependen. Model persamaan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + \beta X_4 + e_{it}$$

Keterangan:

Y = Profitabilitas
 α = Bilangan konstanta
 β = Koefisien regresi
 X_1 = *CSR*
 X_2 = *Size*
 X_3 = *Growth*
 X_4 = *Leverage*
 e = *Error* (Kesalahan pengganggu)

F. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan model analisis regresi linier berganda (Multiple Regression Analysis) dengan menggunakan program EViews. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menyatakan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen penelitian.

Untuk menguji ketepatan model regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dengan menggunakan uji statistik t, uji statistik F, dan determinasi (R^2).

1. Uji Statistik T (Uji Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual, yaitu pengaruh *CSR*, *size*, *growth* dan *leverage* terhadap profitabilitas dengan tingkat signifikansi 5%. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 5% maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan), artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen. Jika nilai signifikan lebih kecil dari 5% maka hipotesis diterima, yang berarti bahwa secara parsial terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen.

2. Uji Statistik F

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu pengaruh *CSR*, *size*, *growth* dan *leverage* terhadap profitabilitas. Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen maka digunakan kriteria pengambilan keputusan:

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau probabilitas < nilai signifikan ($Sig \leq 0,05$), maka hipotesis tidak dapat ditolak, ini berarti bahwa secara simultan variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau probabilitas > nilai signifikan ($Sig \geq 0,05$), maka hipotesis diterima, ini berarti bahwa secara simultan variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3. **Koefisien Determinasi (R^2)**

Uji koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentasi pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Semakin besar nilai (mendekati 1), semakin baik hasil untuk model regresi tersebut dan semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen atau dapat juga dikatakan ada faktor lain diluar variabel independen yang diteliti yang menjelaskan variabel dependen.

V. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2010–2016. Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan:

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel CSR berpengaruh positif terhadap ROE. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat dikatakan bahwa hipotesis yang menyatakan CSR berpengaruh positif terhadap ROE terdukung.

Hasil dari penelitian mengindikasikan bahwa variabel CSR mendukung dari teori sinyal. Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya perusahaan memberikan sinyal-sinyal pada investor. Sinyal yang diberikan dapat berupa sinyal positif maupun sinyal negatif, sehingga memberikan informasi mengenai prospek perusahaan kepada investor untuk membeli atau berinvestasi pada saham-saham industri manufaktur sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada variabel CSR memberikan sinyal positif untuk membeli saham pada perusahaan manufaktur sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di BEI.

B. Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka beberapa hal yang dapat menjadi masukan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan diharapkan dapat mempertahankan kinerja pada nilai *Corporate Social Responsibility* (CSR) karena investor percaya bahwa sinyal-sinyal yang diberikan oleh perusahaan dapat menjelaskan perubahan *Return On Equity* (ROE) perusahaan itu sendiri dan terus meningkatkan seluruh bagian perusahaan untuk menjadi lebih baik.

2. Bagi Investor

Bagi para investor, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat terkait pengambilan keputusan investasi yang tepat pada saham-saham industri tekstil dan garmen yaitu sehubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Equity* (ROE).

3. Bagi Peneliti

Bagi peneliti selanjutnya, dapat menambah rentang waktu observasi penelitian serta meningkatkan jumlah sampel sehingga mendapatkan kesimpulan dan cakupan yang lebih luas. Selain itu, peneliti disarankan menambah rasio profitabilitas yang lainnya karena rasio profitabilitas tidak hanya ROE.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Fr. R. R. 2006. "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta)". *Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang*.
- Apridita, Nurina. 2009. "Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Profitabilitas Perusahaan". *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana (tidak dipublikasikan).
- Aprilia, Wahyu, dkk. 2016. "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan (Studi Komparatif pada Perusahaan Multinasional yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan Bursa Malaysia Tahun 2012-2015)". *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 39 No. 2. Malang. Universitas Brawijaya.
- Budimanta, Arif. 2008. *Corporate Social Responsibility Alternatif bagi Pembangunan Indonesia*. Indonesian Centre For Sustainability.
- Carroll, A. B. 1979. "A three-dimensional conceptual model of corporate Performance". *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Catherine. 2008. "Stewards of virtue? The ethical dilemma of CSR in African Agriculture". *Development and Change* 39(1): 1-23.
- Christiawan, Y.J., dan Cheng, M. 2011. "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Abnormal Return. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 13 (1):24-26.
- Ghozali, Achmad dan Choriri. 2007. *Teori Akuntansi*. Yogyakarta, Penerbit Andi.
- Darwin, Ali. 2004. "Penerapan Sustainability Reporting di Indonesia". *Konvensi Nasional Akuntansi V*, Program Profesi Lanjutan, Yogyakarta.
- Dahlia, D. dan Siregar. 2008. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)". *Skripsi*. Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Departemen Perindustrian. 2010. *Industri Tekstil dan Produk Tekstil di Revitalisasi*. Biro Umum dan Humas. Jakarta.
- Epstein, J. 1989. "Family Structures and Student Motivation: A Developmental Perspective". In C. Ames & R. Ames (Eds.) *Research on Motivation in Education* (Vol. 3, pp. 259-295). San Diego, CA: Academic Press.

- Eriana, Dewi. 2011. "Perbandingan Efektivitas Strategi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Tingkat Profitabilitas Perusahaan Dalam SRI-KEHATI INDEX (Studi pada Metode Cause Branding, Venture Philantrophy dan Mix Method)". *Skripsi*. Universitas Negeri Surabaya.
- Fama, Eugene F. 1978. "The Effect of a Firm Investment and Financing Decisison on the Welfare of its Security Holders". *American Economic Review* : Vol. 68 PP.271-282.
- Febriani, A dan R. Zulfadin. 2003. *Analisis Kinerja Bank Devisa dan Non Devisa Indonesia*. Kajian Ekonomi dan Keuangan Vol. 7 No.4.PP 38-54
- Freeman, R. E. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston, Pitman.
- Freeman, R. E. 2004. *The Stakeholder Theory: The State of The Art*. Cambridge. Cambridge University Press.
- Gantino, Rilla. 2016. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2014". Jakarta. *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis (JDAB)*. Vol. 3(2), 2016, pp 19-32.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gulsevrim, Y.G. dan Gokhan, S.G. 2009. "Corporate Social Responsibility Practices of the Texile Firm Quted in Istanbul Stock Exchange". *International Journal of Business, Economics, Finance and Management Sciences*.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2013. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Cetakan kesebelas, Penerbit Rajawali Pers, Jakarta.
- Helfert, Erick A. 2000. *Teknik Analisis Keuangan: Petunjuk Praktis untuk Mengelola dan Mengukur Kinerja Perusahaan*. Dialihbahasakan oleh Wibowo, Edisi Kedelapan, Erlangga, Jakarta.
- Husnan, Suad. 2001. *Dasar-Dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas*. Yogyakarta. Penerbit: UPP AMP YKPN.
- Jalal. 2007. *Membumikan Bisnis Berkelanjutan: Memahami Konsep dan Praktik Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Jakarta. Cetakan Pertama. Indonesia Business Links.
- Jamali, D. dan Mirshak, R. 2006. "Corporate Social Responsibility (CSR): theory

and practice in developing country context”. *Journal of Business Ethics*, Vol 72.

Kast E, Freemont & James E. Rosenzweig. 2002. *Organisasi & Manajemen*. Jakarta, Bumi Aksara.

Kurnia. 2013. “Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan: Kebijakan Dividen dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Antara”. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*. Volume 1. Hal: 37-57.

Kotler, Philip dan Lee, Nancy. 2005. *Corporate Social Responsibility: Doing The Most Good For You Company and For You Cause*. United States of America: John Wiley & Sons, Inc.

Leki, Rambu dan Christiawan, Y. Jogi. 2013. “Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Penjualan dan Biaya Operasional Perusahaan di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2011”. *Business Accounting Review*, VOL. 1, No. 2, 2013.

Lindrawati, Nita Felicia, J.Th Budianto T. 2008. “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Terdaftar sebagai 100 Best Corporate Citizens oleh Kld Research & Analytics”.

Michelle dan Megawati. 2005. “Tingkat Pengembalian Investasi Dapat Diprediksi Melalui Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage”. *Kumpulan Jurnal Ekonomi_com*.

Munawir S. (2002). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.

Murhadi, Werner R. 2013. *Analisis Laporan Keuangan Proyeksi dan Valuasi Saham*. Jakarta: Salemba Empat.

Nelling dan Webb. 2006. *CSR and Financial Performance: The “Virtuous Circle” Revisited*.

Nugroho, Yanuar. 2007. “Dilema Tanggung Jawab Korosasi”. *Kumpulan Tulisan*. www.unisosdem.org. Diunduh tanggal 5 Juli 2017.

Payamta. 2001. “Analisis Pengaruh Keputusan Merger dan Akuisisi terhadap Kinerja Perusahaan Publik di Indonesia”. *Simposium Nasional Akuntansi (SNA) IV*. Jakarta.

Permanasari, Ika Wien. 2010. “Pengaruh Kepemilikan manajerial, kepemilikan, Institusional dan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan”. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 46/M
DAG/PER/9/2009 Tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan
Republik Indonesia Nomor: 36/M-DAG/PER/9/2007 Tentang Penerbitan
Surat Izin Usaha Perdagangan

Priyanka, Sukirno. 2013. "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas Perusahaan High Profile". *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*. Vol. 1 No.3. Universitas Negeri Yogyakarta.

Purwanto, Agus. 2011. "Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility*". *Jurnal Akuntansi dan Auditing*, Universitas Diponegoro. Vol. 8. No. 1.

Putra, Anggara Satria. 2015. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013". *Jurnal Nominal* Vol. IV No. 2.

Rahayu, Wiwik. 2014. "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Periode 2012-2013 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)". *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 17 No. 2. Malang. Universitas Brawijaya.

Rahman, Reza. 2009. *Corporate Social Responsibility: Antara Teori dan Kenyataan*. Yogyakarta, MedPress.

Riyanto, Bambang. 2002. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Edisi 4. Yogyakarta: BPFE.

Sanusi, Anwar. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat, Jakarta.

Satyo. 2005. *Perlu Politik yang Kuat*. Media Akuntansi. Edisi 47. Tahun XII, Juli 2005. Hal. 10-11.

Satria, Emerald Dany. 2013. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan*. Semarang. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.

Sayekti, Y. dan L. S. Wondabio. 2007. "Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient". *Simposium Nasional Akuntansi X*. Makassar, 26-28 Juli.

Sembiring, 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta*. Paper Presented at the Seminar Nasional Akuntansi, Solo.

- Shapiro. 1991. "Analisis Pengaruh Return On Equity, Insider Ownership, Investment Opportunity Set, Firm Size, Cash Flo, dan Debt Ratio terhadap Dividend Payout Ratio (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur di BEI Periode 2004-2007)". *Skripsi Ekonomi Akuntansi*, Universitas Diponegoro
- Siegel, Donald S. dan Paul, Catherine J. M. 2006. *Corporate Social Responsibility and Economic Performance*, Springer Science & Business Media. LLC, (J Prod Anal 26, p. 207-211).
- Solihin. 2009. *Corporate Social Responsibility from charity to sustainability*. Salemba Empat, Jakarta.
- Sujoko dan Soebiantoro, Ugy. 2007. "Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Interen dan Faktor Ekstern terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol 9, No. 1.
- Sunarto dan Budi, Agus Prasetyo. 2009. *Pengaruh Leverage, Ukuran dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas*. TEMA, Vol. 6, pp. 86 –103.
- Syamsudin, Lukman. 2013. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Tsoutsoura, Margarita. 2004. *Corporate Social Responsibility and Financial Performance*. University of California, Berkeley, Working Paper.
- UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas
- UU No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil
- Van Horne, James C dan Wachowicz, John M. 2005. *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan*. Edisi kedua belas. Jakarta: Salemba Empat.
- Wahyuningsih. 2012. *Pengaruh Kinerja Keuangan dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Go Public yang Terdaftar di BEI*.
- Weston dan Copeland. 1997. *Manajemen Keuangan Jilid 2 Edisi 9*. (Penerjemah: Jaka Wasana dan Kibrandoko. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Wibisono. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*. Surabaya: Media Grapka.
- Widarjono, Agus. 2009. *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Ekonesia.
- Widarjono, Agus. 2013. *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasi reviews*. UPP STIM YKPN: Yogyakarta.

-----, www.globalreporting.co.id

-----, www.idx.co.id

-----, www.sahamok.com