

**PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP *RETURN*
SAHAM DENGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar
di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017)**

SKRIPSI



Oleh:

**WILDA ATQIAH
NIM : 14510127**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2018**

**PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP *RETURN*
SAHAM DENGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar
di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)



Oleh:

WILDA ATQIAH
NIM : 14510127

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP *RETURN*
SAHAM DENGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**(Studi pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar
di BEI Periode 2013-2017)**

SKRIPSI

Oleh:

**WILDA ATQIAH
NIM : 14510127**

Telah disetujui pada tanggal 15 Mei 2018

Dosen Pembimbing,



**Supami Wahyu Setyowati, SE., MSA
NIDN. 0715107801**

Mengetahui :

Ketua Jurusan Manajemen



**Drs. Agus Sucipto, MM
NIP. 19670816 200312 1 001**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP RETURN
SAHAM DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
(CSR) SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar
di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017)**

SKRIPSI

Oleh:

**WILDA ATQIAH
NIM : 14510127**

Telah dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)
Pada Tanggal 05 Juni 2018

Susunan Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Ketua Penguji
Zaim Mukaffi, S.E., M.Si : ()
NIP. 19791124 200901 1 007
2. Sekretaris/Pembimbing
Supami Wahyu Setyowati, SE., MSA : ()
NIDN. 0715107801
3. Penguji Utama
Muhammad Sulhan, SE., MM : ()
NIP. 19740604 200604 1 002

Disahkan Oleh:
Ketua Jurusan,



Dr. Agus Sucipto, MM †
NIP. 19620816 200312 1 001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wilda Atqiah
NIM : 14510127
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP RETURN SAHAM DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017)

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari orang lain. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sederhana dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 10 Mei 2018

Hormat saya,



Wilda Atqiah

NIM : 14510127

HALAMAN PERSEMBAHAN

Hanya dengan izin, rahmat serta hidayah Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.

Karya tulis ini saya persembahkan kepada segenap keluarga besar saya terutama kepada Ibu dan Bapak yang telah mendidik serta memberikan dukungan baik secara moral dan spiritual.



MOTTO

“I Always Believe Allah Plan’s”



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Return* Saham dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017)” dapat terselesaikan. Sholawat serta salam semoga tetap membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni agama Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Drs. Agus Sucipto, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen.
4. Supami Wahyu Setiyowati, SE., MSA selaku Dosen Pembimbing selama pengerjaan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi yang telah mengajarkan berbagai ilmu pengetahuan serta memberikan nasehat-nasehat kepada penulis selama studi di Universitas ini, beserta seluruh staf Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Kedua Orang Tuaku *My Best Daddy* H. Suradi dan *My Best Mommy* Hj. Rofiqoh yang senantiasa memberikan doa dan dukungan baik secara moral dan spiritual.

7. Seluruh saudara laki-laki dan perempuanku, Muhammad Rahmi Hidayat, Nora Amaliah, dan Muhammad Zaidan. Dan juga untuk best nenekku Musyarafah serta ngatik, dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan doa serta dukungan baik secara moral dan spiritual.
8. Seluruh teman-teman seperjuanganku, Ema, Yayang, Wity, Iid, Kiki, Nadia yang senantiasa meluangkan waktu dan tenaganya untuk menemani ketika penulis lagi membutuhkan bantuan dan memberikan semangat serta doa dalam penulisan skripsi ini.
9. Seluruh rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen angkatan 2014 yang telah banyak membantu serta memberikan dukungan dan sumbangsih pemikiran dalam memperlancar penulisan skripsi ini.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari, bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak mengalami kekurangan dan jauh dari kata sempurna mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulisan ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun semua pihak.

Malang, 10 Mei 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penulisan	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Batasan Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.2. Kajian Teori	23
2.2.1. <i>Return Saham</i>	23
2.2.2. <i>Profitabilitas</i>	27
2.2.3. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	44
2.2.3.1. <i>Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	44
2.2.3.2. <i>Sejarah Perkembangan Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	46
2.2.3.3. <i>Konsep Triple Botton Line</i>	47
2.2.3.4. <i>Disclosure Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	48
2.2.3.5. <i>Manfaat Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	56
2.2.3.6. <i>Tujuan Perusahaan Melaksanakan Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	59
2.2.3.7. <i>Teori yang Mendasari Perungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	60
2.2.3.8. <i>Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Islam</i>	62
2.3. Model Hipotesis	64
2.4. Hipotesis Penelitian	65

BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	70
3.2. Lokasi Penelitian	70
3.3. Populasi dan Sampel	70
3.4. Teknik Pengambilan Sampel	71
3.5. Data dan Sumber Data	72
3.6. Teknik Pengumpulan Data	73
3.7. Definisi Operasional Variabel	73
3.7.1. Variabel Independen	73
3.7.2. Variabel Dependen	75
3.7.3. Variabel Moderasi	76
3.8. Analisis Data	78
3.8.1. Statistik Deskriptif	78
3.8.2. Uji Asumsi Klasik	78
3.8.3. Regresi Linier Berganda dengan MRA (<i>Moderating Regression Analysis</i>)	80
3.8.4. Uji Hipotesis	83
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	85
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	85
4.1.2. Deskripsi Variabel Penelitian	87
4.1.2.1. Profitabilitas	87
4.1.2.2. <i>Return Saham</i>	92
4.1.2.3. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	94
4.2. Analisis Data	95
4.2.1. Statistik Deskriptif	95
4.2.2. Uji Asumsi Klasik	97
4.2.2.1. Uji Normalitas	97
4.2.2.2. Uji Heteroskedastisitas	98
4.2.2.3. Uji Autokorelasi	99
4.2.3. Analisis Regresi	100
4.2.3.1. Koefisien Determinasi	100
4.2.3.2. Regresi Moderasi	101
4.2.4. Pengujian Hipotesis	103
4.3. Pembahasan	104
4.3.1. Pengaruh <i>Return on Asset (ROA)</i> terhadap <i>Return Saham</i>	105
4.3.2. Pengaruh <i>Return on Equity (ROE)</i> terhadap <i>Return Saham</i>	107
4.3.3. Pengaruh <i>Net Profit Margin (NPM)</i> terhadap <i>Return Saham</i>	109
4.3.4. Pengaruh Moderasi <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> pada Hubungan Profitabilitas yang diprosikan dengan <i>Return on Asset (ROA)</i> , <i>Return on Equity (ROE)</i> , dan <i>Net Profit Margin (NPM)</i> terhadap <i>Return Saham</i>	111
BAB V KESIMPULAN	
5.1. Kesimpulan	115

5.2. Saran 116

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN**



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Pemetaan Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 2.2 Indikator Pengungkapan CSR Berdasarkan GRI-G4.....	50
Tabel 3.1 Kriteria Pengambilan Sampel	72
Tabel 3.2 Daftar Perusahaan yang di Jadikan Sampel	72
Tabel 4.1 Daftar Perusahaan yang di Jadikan Sampel	87
Tabel 4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	96
Tabel 4.3 Hasil Uji Autokorelasi	100
Tabel 4.4 Hasil Koefisien Determinasi	100
Tabel 4.5 Hasil Uji Moderasi ROA, ROE, NPM terhadap <i>Return Saham</i>	101
Tabel 4.6 Hasil Uji Moderasi Variabel Profitabilitas terhadap <i>Return Saham</i> ..	102
Tabel 4.7 Hasil Uji-t.....	103



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman	2
Gambar 2.1	Model Hipotesis	64
Gambar 3.1	Model Hubungan Regresi Dengan Variabel Moderating	81
Gambar 4.1	Grafik Perkembangan <i>Return on Assets</i> (ROA) Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI tahun 2013-2017	88
Gambar 4.2	Grafik Perkembangan <i>Return on Equity</i> (ROE) Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI tahun 2013-2017	90
Gambar 4.3	Grafik Perkembangan <i>Return on Equity</i> (ROE) Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI tahun 2013-2017	91
Gambar 4.4	Grafik Perkembangan <i>Return Saham</i> Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI tahun 2013-2017	93
Gambar 4.5	Grafik Perkembangan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI tahun 2013-2017	95
Gambar 4.6	Hasil Uji Normalitas	98
Gambar 4.7	Hasil Uji Heteroskedastisitas	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Sampel Penelitian	122
Lampiran 2	Data Variabel Profitabilitas Perusahaan Makanan dan Minuman..	123
Lampiran 3	Data <i>Return</i> Saham Perusahaan Makanan dan Minuman	125
Lampiran 4	Data CSRDI Perusahaan Makanan dan Minuman	126
Lampiran 5	Output SPSS	127
Lampiran 6	Output <i>Moderating Regression Analysis</i> (MRA)	130



ABSTRAK

Atqiah, Wilda. 2018, SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Return* saham Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi”.

Pembimbing : Supami Wahyu Setyowati, SE., MSA

Kata Kunci : *Return* Saham, Profitabilitas, *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Return saham merupakan tingkat keuntungan yang dinikmati oleh investor atas suatu investasi saham yang dilakukannya. Tingkat keuntungan sekuritas dapat diketahui melalui kinerja perusahaan yaitu dengan menganalisis rasio keuangannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap *return* saham dan mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dijadikan sebagai variabel moderasi pada hubungan profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM) terhadap *return* saham.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017. Sampel pada penelitian ini diambil dengan teknik *purposive sampling* dan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan maka jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 10 perusahaan. Pengujian hipotesis penelitian digunakan teknik analisis regresi linear berganda dan *Moderating Regression Analysis* (MRA) dengan aplikasi SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Return on Asset* (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham (2) *Return on Equity* (ROE) tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* saham (3) *Net Profit Margin* (NPM) tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* saham, (4) Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memperkuat pengaruh profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM) terhadap *return* saham.

ABSTRACT

Atqiah, Wilda. 2018, *THESIS*. Title: “An Influence of Profitability toward Stock’s Return with Corporate Social Responsibility (CSR) as a Moderation Variable”.

Advisor : Supami Wahyu Setyowati, SE., MSA

Keywords : Stock Return, Profitability, Corporate Social Responsibility (CSR)

The stock return is the level of profit enjoyed by the investors on a stock investment that it does. The Securities Profit level had been known through the company’s performance by analyzing financial ratios. The aim from this research to determine the effect of profitability on stock returns and find out whether Corporate Social Responsibility (CSR) can be used as a moderated variable on the profitability relationship proxied by Return on Asset (ROA), Return on Equity (ROE), and Net Profit Margin (NPM) to stock return.

The population in this research is food and beverage companies. Then listed in Indonesian stock exchange on periods 2013 – 2017. The sample in this research was taken by purposive sampling technique and based criteria then the number of samples obtained as many as 10 companies. The research hypothesis test used multiple linear regression analysis technique and Moderating Regression Analysis (MRA) with SPSS application.

The result shows that the (1) return on asset (ROA) had positive and significant effect to stock return (2) Return on Equity (ROE) has no significant effect on stock return (3) Net Profit Margin (NPM) has no significant effect on stock return (4) Corporate Social Responsibility (CSR) the effect of profitability proxy with Return on Asset (ROA), Return on Equity (ROE), and Net Profit Margin (NPM) to stock return.

الملخص

اطقيه، ولدا. 2018، البحث العلمي. العنوان: "تأثير الربحية على إرجاع السهم بالمسؤولية الاجتماعية للشركات كالمتغير الاعتدال".
المشرفة : سوفامي وحيو ساتيواتي، الماجستير
الكلمة الرئيسية : إرجاع السهم والربحية والمسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR)

إرجاع السهم هو المستوى الربح الذي يتمتع به المستثمر على الاستثمار السهم المستخدم فيه. ويمكن أن يعرف مستوى الربحية الشهادة السهم بإجراء الشريكة من تحليل نسبة الماله. والأهداف هذا البحث هو ليعرف تأثير الربحية على إرجاع السهم ويعرف عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، هل تستطيع أن يكون بها كالمتغير المعتدل على علاقة بين الربحية المتوقعة مع العائد على الأصول (ROA) والعائد على حقوق المساهمين (ROE) والهامش الصافي الربح (NPM) على إرجاع السهم.

ومجتمع هذا البحث هو الشركات المأكولات والمشروبات التي تسجل في البورصة الإندونيسية بفترة 2013-2017. وأما عينة البحث فيأخذ بطريقة أخذ العينات هادف وبالمعايير المحددة، وعدد العينة المحسولة هي 10 الشركات. وتستخدم الباحثة الطريقة تحليل الانحدار الخطي المتعدد وتحليل التعديل الانحدار (MRA) بتطبيق SPSS لتجريب الفرضية هذا البحث.

ونتيجة في هذا البحث هو أربع نتائج منها: (1) العائد على الأصول (ROA) لديه تأثير الإيجابية والكبيرة على إرجاع السهم، (2) ولا تأثير كبيرة العائد حقوق المساهمين (ROE) على إرجاع السهم، (3) ولا تأثير كبيرة الهامش الصافي الربح (NPM) على إرجاع السهم، (4) ويستطيع أن يحكم متغير المسؤولية الاجتماعية للشريكة (CSR) على تأثير الربحية المتوقعة بالعائد على الأصول (ROA) والعائد على حقوق المساهمين (ROE) والهامش الصافي الربح (NPM) على إرجاع السهم.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan makanan dan minuman merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pembuatan produk kemudian dijual guna memperoleh keuntungan yang besar dan merupakan salah satu kategori sektor industri di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang mempunyai peluang untuk tumbuh dan berkembang. Perusahaan makanan dan minuman diprediksi akan membaik kondisinya. Hal ini terlihat semakin menjamunya perusahaan makanan dan minuman di negara ini khususnya semenjak memasuki krisis berkepanjangan. Kondisi ini membuat persaingan semakin ketat sehingga para manajer perusahaan berlomba-lomba mencari investor untuk menginvestasikan dananya di perusahaan makanan dan minuman.

Alasan memilih perusahaan makanan dan minuman karena perusahaan ini dianggap bisa bertahan dalam terjangan krisis global, sebab dalam kondisi krisis konsumen akan membatasi konsumsinya dengan memenuhi kebutuhan primer dan mengurangi barang sekunder. Hal itu dikatakan Kepala Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia (LPEM-FEUI) dalam Media Training, Prospek Ekonomi dan Tantangan Industri Manufaktur 2009, di Hotel Sheraton, Yogyakarta. Alasannya, sejak krisis global yang terjadi pada pertengahan 2008, hanya industri makanan dan minuman yang dapat bertahan. Permintaan pada sektor tersebut tetap tinggi. Industri makanan dan minuman dapat bertahan tidak bergantung pada bahan baku ekspor dan lebih banyak menggunakan bahan baku domestik. Kemudian karakteristik masyarakat

cenderung senang berbelanja makanan, ikut membantu mempertahankan industri makanan dan minuman (Sumber: www.kemenperin.go.id).



Sumber: www.kemenperin.go.id yang telah diolah peneliti, 2018

Dari grafik diatas laju pertumbuhan industri makanan dan minuman tahun 2013-2016 mengalami fluktuasi. Pada tahun 2013, laju pertumbuhan industri ini hanya sebesar 4,07%. Hal ini disebabkan karena adanya krisis global, dimana kondisi perekonomian di Amerika Serikat (AS) dan Uni Eropa masih diwarnai ketidakpastian yang juga mempengaruhi laju pertumbuhan ekonomi Indonesia. Tetapi perusahaan industri makanan dan minuman masih cukup baik karena dalam situasi krisis global, laju pertumbuhan industri ini masih bisa dikatakan stabil dan positif. Bahkan di tahun 2014 laju pertumbuhan perusahaan industri makanan dan minuman mampu naik dua kali lipat dari tahun sebelumnya menjadi 9,49%. Dan pada tahun 2015 menurun menjadi 7,54%, sementara pada tahun 2016 mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya yaitu 8,2-8,5%.

Seiring tingkat pertumbuhan penduduk Indonesia yang terus meningkat, maka pemakaian akan produk sektor industri ini juga akan meningkat. Sehingga investasi di perusahaan manufaktur menjadi alternatif yang dapat dipertimbangkan. Keputusan investor untuk menanamkan modalnya dalam industri makanan dan minuman didorong karena adanya harapan untuk memperoleh *return* atas investasi yang dilakukan. Semakin baik kinerja suatu perusahaan maka akan semakin menarik minat investor karena keuntungan atau *return* yang diharapkan juga akan semakin besar, karena tujuan investor berinvestasi yaitu untuk meningkatkan kekayaan yang ingin dicapai melalui pengembalian saham (*return* saham). *Return* saham adalah laba atau keuntungan yang dinikmati oleh pemodal atas investasi yang dilakukannya pada perusahaan tertentu (Hartono, 2015:235). *Return* merupakan salah satu faktor yang memotivasi investor untuk berinvestasi dan juga merupakan imbalan atas keberanian investor menganggung risiko atas investasi yang dilakukannya (Tandelilin, 2010:102). Keuntungan dalam investasi di pasar modal dapat dicerminkan melalui perolehan *return* atas saham yang dipilih. *Retrun* dapat berupa *return* realisasi yang sudah terjadi atau *return* ekspektasi yang belum terjadi yang juga diharapkan akan terjadi di masa yang akan datang (Jogiyanto, 2003:49). Saham merupakan instrumen investasi yang paling banyak dipilih oleh para investor karena saham mampu memberikan tingkat keuntungan tertentu (Kristina, 2012). Terdapat dua komponen utama yang menjadi sumber dari *return* saham yaitu *capital gain* dan dividen.

Informasi yang terkait dengan saham perusahaan tercermin dalam laporan keuangan. Salah satu metode yang paling umum untuk menganalisis informasi keuangan dengan menggunakan rasio keuangan, karena rasio keuangan merupakan salah satu alat yang digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan. Salah satu cara pengukuran kinerja perusahaan dapat dilihat dari tingkat profitabilitasnya. Profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan mendapatkan laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Sartono, 2010:122). Hal ini akan menarik minat para investor untuk membeli saham, dengan adanya peningkatan permintaan akan menyebabkan kenaikan harga saham. Kenaikan harga saham akan memungkinkan investor mendapat keuntungan (*return*) yang meningkat (Brigham & Houston, 2009:54).

Penelitian ini mengukur rasio profitabilitas dengan *return on asset* (ROA) merupakan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak, karena semakin besar *return on asset* (ROA) berarti semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan atau jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar. *Return on equity* (ROE) merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan pihak manajemen perusahaan, sedangkan *net profit margin* (NPM) untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari penjualan yang dilakukan perusahaan (Sudana, 2009: 26). Penelitian tentang profitabilitas telah dilakukan oleh Rosa (2014) tentang pengaruh rasio likuiditas dan profitabilitas

terhadap *return* saham pada Bank yang terdaftar di BEI, hasilnya menunjukkan bahwa profitabilitas yang di proksikan ROA berpengaruh signifikan terhadap *return* saham. Sejalan dengan penelitian Putra dan Dana (2016) hasilnya menunjukkan bahwa variabel profitabilitas yang di proksikan dengan ROA menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham. Namun berbeda dengan penelitian Zahro (2012) dimana profitabilitas menjadi variabel independen dan *return* saham menjadi variabel dependen menunjukkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan EPS, ROA dan ROE memiliki pengaruh negatif terhadap *return* saham, hal itu disebabkan adanya manipulasi laba, metode ROA cenderung hanya memperhatikan laba namun tidak memperhitungkan biaya modal yang terjadi pada perusahaan, dan ROE mempunyai hubungan langsung dengan risiko besar dan memiliki keuntungan yang besar.

Informasi yang bersifat fundamental berasal dari informasi-informasi yang dipublikasikan dan bersumber dari internal perusahaan. Salah satu informasi fundamental yang juga dipublikasikan perusahaan adalah tentang pengungkapan CSR di dalam laporan tahunan perusahaan sebagai bentuk komitmen bisnis perusahaan untuk berkontribusi positif terhadap aktivitas lingkungan sosial dan masyarakat. *Corporate social responsibility* (CSR) semakin berkembang pesat seiring banyak kasus yang terjadi dimana perusahaan tidak memberikan kontribusi positif secara langsung kepada masyarakat. Pentingnya CSR, telah mendapat perhatian pemerintah dan perusahaan yang ada di Indonesia. Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (pasal 74 ayat 1a) mewajibkan

perusahaan yang usahanya dibidang atau berkaitan dengan sumber daya alam diwajibkan bagi perusahaan bidang tertentu saja terkait dengan semakin parahnya kerusakan lingkungan yang terjadi di Indonesia maupun dunia, mulai dari penggundulan hutan, polusi udara dan air hingga perubahan iklim.

Hadi (2009) menyatakan praktik tanggung jawab sosial sesungguhnya adalah persoalan etika bisnis. Mengingat, melaksanakan tanggung jawab sosial tak dapat dilepas dari panggilan nurani pelaku bisnis. Pada dasarnya pengungkapan program CSR bertujuan untuk memperlihatkan kepada masyarakat tentang aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan pengaruhnya kepada masyarakat. Hal tersebut, muncul ketika kesadaran akan *sustainability* jangka panjang perusahaan lebih penting dibandingkan *profitability* (Muid, 2011). Program CSR memang tidak memberikan hasil secara keuangan dalam jangka pendek, akan tetapi akan memberikan hasil baik langsung maupun tidak langsung pada keuangan perusahaan di masa mendatang. Hasil penelitian Putra dan Utama (2015) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan CSR terhadap *return* saham. Sedangkan hasil penelitian Amini (2016) menunjukkan bahwa CSR yang diukur dengan CSRD I tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* saham.

Fakta menunjukkan masih ada perusahaan yang belum mampu menciptakan keseimbangan kepentingan antara dampak sosial dan pencapaian profit perusahaan. Salah satunya dibuktikan dengan adanya bencana asap yang melanda Indonesia belakangan ini akibat ulah perusahaan yang hanya mementingkan profit perusahaan tanpa memikirkan dampak terhadap lingkungan.

Pembakaran hutan dengan sengaja yang mengakibatkan bencana asap di Indonesia di latar belakang oleh motif ekonomi, motif pertama yaitu pembakaran hutan menjadi metode yang paling murah untuk perluasan lahan, motif kedua berkaitan dengan harga lahan, harga lahan setelah pembakaran akan melonjak (BNPB). Menurut Kepala Pusat Data Informasi dan Humas Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB), Sutopo Purwo Nugroho kerugian ekonomi akibat bencana kabut asap yang terjadi di beberapa provinsi di Indonesia pada tahun 2015 melebihi Rp 20 triliun.

Jika dilihat dari adanya kasus yang dipaparkan sebelumnya, maka *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman perlu diungkapkan agar investor dapat mengetahui kondisi perusahaan terhadap lingkungan dan sosialnya, karena perusahaan berhubungan langsung dengan konsumen. Untuk itu, isu terkait keselamatan dan keamanan produk menjadi penting untuk diungkapkan kepada publik. Perusahaan makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang banyak memanfaatkan sumber daya alam, menjadi salah satu sektor yang sering disoroti mengenai tanggung jawab sosial perusahaannya. Selain itu perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi subsektor makanan dan minuman termasuk industri yang produk akhirnya berhubungan langsung dengan konsumen. Terkait limbah dan proses industri, baik limbah cair maupun udara menjadi masalah lingkungan yang tengah disoroti.

Hasil penelitian terdahulu masih terdapat kontradiksi antara hubungan profitabilitas terhadap *return* saham, maka pada penelitian ini ingin menguji kembali dengan mengkolaborasikan penelitian-penelitian secara langsung tersebut

dengan menempatkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi. Jogyanto (2015:237) mengungkapkan bahwa informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan signal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar. Hal ini menunjukkan indikasi bahwa pengungkapan CSR dapat dijadikan sebagai salah satu informasi penentu keputusan investasi oleh para investor. CSR turut serta meningkatkan akuntabilitas dan apresiasi positif para investor untuk membeli saham perusahaan tersebut, karena adanya tingkat keuntungan (*return*) yang ditawarkan dalam jangka panjang.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk meneliti tentang “Pengaruh Profitabilitas terhadap *Return* Saham dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi” (Studi empiris pada Perusahaan Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Return on Assets* (ROA) berpengaruh terhadap *return* saham?
2. Apakah *Return on Equity* (ROE) berpengaruh terhadap *return* saham?
3. Apakah *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh terhadap *return* saham?
4. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memoderasi pengaruh profitabilitas yang diprosikan dengan *Return on Assets* (ROA),

Return on Equity (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM) terhadap *return* saham?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti bukti empiris sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *Return on Assets* (ROA) berpengaruh terhadap *return* saham.
2. Untuk mengetahui *Return on Equity* (ROE) berpengaruh terhadap *return* saham.
3. Untuk mengetahui *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh terhadap *return* saham.
4. Untuk mengetahui *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memoderasi pengaruh profitabilitas yang diprosikan dengan *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM) terhadap *return* saham.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Investor

Memberikan kontribusi bagi investor untuk menambah kajian dan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang berpengaruh dalam pengambilan keputusan investasi.

2. Bagi Mahasiswa

Untuk menambah wawasan ilmu dalam bidang manajemen keuangan, serta sebagai landasan bagi penelitian selanjutnya.

1.5 Batasan Masalah

1. Perusahaan yang diteliti bergerak di bidang industri makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2013-2017 yang menerbitkan laporan keuangan (*Annual Report*).
2. Membatasi penelitian sebagai variabel dependen merupakan *return* saham perusahaan makanan dan minuman.
3. Variabel independen profitabilitas di ukur dengan *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM).

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Sebelum dilakukannya penelitian ini, telah dilakukan beberapa penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yang terkait dengan analisa variabel profitabilitas terhadap *return* saham dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi. Beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian kali ini, antara lain:

Zahro (2012) melakukan penelitian tentang “Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap *Return* Saham Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI” dan hasil penelitiannya adalah: 1) adanya pengaruh negatif *earnings per share* terhadap *return* saham. Hal tersebut disebabkan investor memiliki tingkat kepercayaan yang rendah terhadap laba akuntansi yang disebabkan adanya manipulasi laba. Hal itu disebabkan kelemahan dalam laporan keuangan yaitu laba yang dilaporkan tidak memasukkan biaya modal ekuitas sehingga pengukuran kinerja yang mempergunakan laporan rugi laba mengandung distorsi. 2) *return on asset* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *return* saham. Hal itu disebabkan Metode ROA cenderung hanya memperhatikan laba, namun tidak memperhitungkan biaya modal yang terjadi pada perusahaan. Hal ini mengakibatkan tingkat laba yang diperoleh dengan menggunakan rasio ROA sering kurang akurat karena tidak memasukkan semua unsur dalam laporan laba rugi dan neraca perusahaan. Data yang digunakan adalah data akuntansi yang tidak terlepas dari estimasi yang dapat

mengakibatkan timbulnya berbagai distorsi sehingga kinerja keuangan perusahaan tidak terukur secara tepat dan akurat. 3) ROE tidak memiliki pengaruh positif terhadap *return* saham. Hal itu disebabkan ROE mempunyai hubungan langsung dengan risiko besar dan memiliki keuntungan yang besar. Modal pemegang saham dalam hal ini adalah selisih antara aktiva dan kewajiban. Sehubungan dengan itu, semakin kecil modal pemegang saham, maka semakin besar pula risikonya. Rasio yang rendah mengindikasikan bahwa kinerja manajemen tidak efisien atau menunjukkan berjalannya bisnis yang mengeluarkan modal sangat banyak dengan sedikit utang jangka panjang.

Budi (2012) dengan penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Kinerja Keuangan Perusahaan Terhadap *Return* Saham di Indeks LQ45 BEI Periode 2008-2010”, kesimpulan dari hasil penelitian ini menunjukkan: 1) variabel Pengungkapan CSR berpengaruh secara positif terhadap *return* saham perusahaan yang terdaftar dalam Indeks LQ45 BEI periode 2008-2010. Ini membuktikan variabel Pengungkapan CSR turut menjadi salah satu bahan pertimbangan yang digunakan investor dalam kebijakan keputusan investasinya. 2) variabel kinerja keuangan diukur dengan rasio perfitabilitas yaitu ROA berpengaruh secara positif terhadap *return* saham perusahaan yang terdaftar dalam Indeks LQ45 BEI periode 2008-2010. Ini sejalan dengan pendapatan laba bersih dari perusahaan mengalami peningkatan yang relatif stabil sehingga memberikan pengaruh positif terhadap *return* saham. 3) variabel kinerja keuangan diukur dengan rasio pasar yaitu EPS berpengaruh secara positif terhadap *return* saham perusahaan yang terdaftar dalam Indeks

LQ45 BEI periode 2008-2010. Dibuktikan dengan membaiknya kinerja perusahaan yang diakibatkan dari tingginya tingkat EPS, hal itu dapat mempengaruhi perubahan *return* saham. 4) variabel kinerja keuangan diukur dengan menggunakan variabel profitabilitas yaitu NPM serta rasio pasar (PER) tidak berpengaruh secara positif terhadap *return* saham perusahaan yang terdaftar dalam Indeks LQ45 BEI periode 2008-2010. Perusahaan harus meningkatkan penjualan agar menghasilkan laba yang tinggi karena semakin besar NPM, maka kinerja perusahaan akan semakin tinggi. Sedangkan PER yang tinggi akan menyebabkan harga saham yang rendah, begitu pula pada PER yang rendah akan menyebabkan harga saham tinggi. Semakin tinggi tingkat kemampuan (*return*) maka semakin tinggi PER. 5) variabel pengungkapan CSR, kinerja keuangan diukur dengan rasio profitabilitas NPM, ROA, serta rasio pasar EPS, PER secara simultan berpengaruh positif terhadap *return* saham perusahaan yang terdaftar dalam Indeks LQ45 BEI periode 2008-2010.

Mardianti (2012) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh *Earning Per Share*, *Net Profit Margin*, dan *Return on Asset* terhadap *Return* saham”, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh signifikan terhadap *Return* Saham perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Net Profit Margin* (NPM) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return* Saham perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel *Return On Asset* (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return* Saham perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Rosa (2014) penelitian ini tentang “Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap *Return* Saham Bank yang Terdaftar di BEI”, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara likuiditas dan profitabilitas terhadap *return* saham pada tahun 2011 dan tahun 2012. Selain itu masih ada pengaruh lain selain likuiditas dan profitabilitas terhadap *return* saham. Tetapi, dilihat dari laporan harga penutupan saham, harga penutupan saham pada tahun 2011 mengalami penurunan atau tidak ada perubahan harga. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa hal antaranya krisis pada tahun 2011 atau adanya *issue-issue* yang menyebabkan harga saham berubah. Variabel profitabilitas mempunyai pengaruh yang lebih besar terhadap *return* saham dibandingkan dengan variabel likuiditas.

Penelitian yang dilakukan oleh Putri, dkk (2014) yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi pada Indeks SRI-KEHATI yang Listing di BEI Periode 2010-2012)” hasil dari penelitian ini adalah: 1) CSR berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan yang diprosikan dengan ROA. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap ROA dapat diterima. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan akan semakin meningkatkan profitabilitas perusahaan. 2) CSR berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan yang diprosikan dengan ROE. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap

ROE dapat diterima. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan akan semakin meningkatkan profitabilitas perusahaan. 3) CSR memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap EPS. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap EPS ditolak. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan antara CSR terhadap EPS, hal ini dimungkinkan karena kurang maksimalnya perusahaan dalam mengungkapkan CSR.

Penelitian Putra (2015) yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2013)” hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap ROA, CSR memiliki pengaruh yang positif tidak signifikan terhadap ROE, CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap NPM.

Penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Utama (2015) yang berjudul “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Informasi Laba Akuntansi pada *Return Saham*”, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masing-masing variable *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan pada *return* saham dan informasi laba akuntansi tidak berpengaruh terhadap *return* saham. Perusahaan harus mampu konsisten dan meningkatkan terus bentuk pertanggungjawaban sosial yang dilakukan agar investor tertarik untuk menanamkan modalnya.

Bintara (2015) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap *Return* Saham Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderating”, hasilnya menunjukkan bahwa (1) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap *return* saham Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Logam & Sejenisnya yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Ini menunjukkan bahwa semakin baik kinerja keuangan perusahaan semakin tinggi *return* saham; (2) Interaksi antara profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *return* saham dengan hubungan yang negatif. Artinya bahwa *Corporate Social Responsibility* bukan merupakan variabel moderating melainkan variabel *intervening* atau variabel independen; (3) Interaksi antara ukuran perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh dan signifikan terhadap *return* saham dengan hubungan yang negatif. Artinya bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan variabel moderating memperlemah hubungan antara ukuran perusahaan dan *return* saham.

Putra dan Dana (2016) melakukan penelitian tentang “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Return* Saham Perusahaan Farmasi di BEI” kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah: 1) *Return On Asset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham pada perusahaan farmasi di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2014. Dengan meningkatnya *return on asset* berarti kinerja perusahaan semakin baik dan sebagai dampaknya harga saham perusahaan semakin meningkat. Dengan meningkatnya harga saham, maka *return* saham perusahaan yang bersangkutan juga meningkat.

2) *Debt to equity ratio* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *return* saham pada perusahaan farmasi di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2014. Semakin besar *debt to equity ratio*, menunjukkan semakin besar beban perusahaan terhadap pihak luar, baik berupa pokok maupun bunga pinjaman. Jika beban perusahaan semakin berat maka kinerja perusahaan semakin memburuk dan hal ini berdampak pada harga saham di pasar modal. Dengan menurunnya harga saham maka *return* juga menurun. 3) *Current ratio* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *return* saham pada perusahaan farmasi di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2014 semakin tinggi *current ratio* maka dapat dikatakan bahwa perusahaan mempunyai kemampuan yang lebih besar dalam memenuhi kewajiban keuangan jangka pendeknya. Semakin baik *current ratio* mencerminkan semakin likuid perusahaan tersebut, sehingga kemampuan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya semakin tinggi, hal ini akan mampu meningkatkan kredibilitas perusahaan dimata investor sehingga akan mampu meningkatkan *return* saham perusahaan. 4) Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham pada perusahaan farmasi di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2014 ukuran perusahaan yang besar akan membangun kepercayaan investor terhadap suatu perusahaan. Peningkatan kepercayaan investor ini akan meningkatkan permintaan saham dan pada akhirnya akan meningkatkan harga saham dan juga *return* saham.

Penelitian Amini (2016) yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Return On Asset*, dan *Debt to Equity Ratio* Terhadap *Return Saham* Perusahaan yang Terdaftar pada Indeks Bisnis 27 di Bursa Efek

Indonesia” hasil dari penelitian ini adalah: 1) variabel CSR tidak berpengaruh terhadap *Return Saham*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR maka tidak berpengaruh terhadap peningkatan *Return Saham* perusahaan. 2) variabel ROA berpengaruh positif terhadap *return* saham. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai ROA maka *return* yang akan diperoleh investor juga semakin tinggi, sehingga berpengaruh terhadap peningkatan *return* saham perusahaan. 3) variabel DER tidak berpengaruh terhadap *return* saham. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai DER, tidak berpengaruh terhadap peningkatan *return* saham perusahaan. 4) CSR, ROA, dan DER secara simultan berpengaruh positif terhadap *return* saham perusahaan.

Sari (2016) melakukan penelitian tentang “Pengaruh NPM, ROE, EPS Terhadap *Return Saham* Pada Perusahaan Farmasi di BEI” yang hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa NPM berpengaruh positif terhadap *return* saham, ROE berpengaruh negatif terhadap *return* saham dan EPS berpengaruh positif terhadap *return* saham.

Penelitian Mughni (2017) yang berjudul “Pengaruh Likuiditas, dan Profitabilitas Terhadap *Return* saham (Studi pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2007-2014)” hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial hanya variabel profitabilitas saja yang dihitung dengan *Return On Equity* mempengaruhi *return* saham, sedangkan secara simultan seluruh variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap *return* saham.

Tabel 2.1
Pemetaan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel	Hasil
1.	Zahro (2012) Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Return Saham Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI	- Variabel dependen: <i>return</i> saham - Variabel independen: rasio profitabilitas	<i>Earning per share</i> , <i>return on assets</i> , dan <i>return on equity</i> memiliki pengaruh negatif terhadap <i>return</i> saham. 14% variabel dependen <i>return</i> saham dapat dijelaskan informasinya oleh <i>earning per share</i> , <i>return on assets</i> , dan <i>return on equity</i> , dan sisanya 86% dielaskan oleh variabel-variabel yang lain di luar penelitian ini.
2.	Budi (2012) Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Keuangan Perusahaan Terhadap Return Saham di Indeks LQ45 BEI Periode 2008-2010	- Variabel dependen: <i>return</i> saham - Variabel independen: Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Keuangan	Secara parsial CSR berpengaruh positif terhadap <i>return</i> saham, variabel kinerja keuangan diukur dengan rasio Profitabilitas yaitu ROA berpengaruh positif terhadap <i>return</i> saham, variabel kinerja keuangan diukur dengan rasio pasar yaitu EPS berpengaruh positif terhadap <i>return</i> saham. variabel kinerja keuangan diukur dengan profitabilitas yaitu NPM serta rasio pasar yaitu PER tidak berpengaruh positif terhadap <i>return</i> saham. sedangkan variabel pengungkapan CSR, kinerja keuangan diukur dengan rasio profitabilitas NPM, ROA serta rasio pasar EPS, PER secara simultan berpengaruh positif terhadap <i>return</i> saham perusahaan yang terdaftar dalam indeks LQ45 BEI periode 2008-2010.
3.	Mardianti (2012) Pengaruh <i>Earning Per Share</i> , <i>Net Profit Margin</i> , dan <i>Return on Asset</i> terhadap Return Saham	- Variabel dependen: <i>return</i> saham - Variabel Independen: <i>Earning Per Share</i> , <i>Net Profit Margin</i> , dan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya variabel EPS yang berpengaruh signifikan terhadap Return Saham, sedangkan variabel NPM dan ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap Return Saham.

		<i>Return on Asset</i>	
4.	Rosa (2014) Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap <i>Return Saham</i> Bank yang Terdaftar di BEI	- Variabel dependen: <i>return</i> saham - Variabel independen: likuiditas dan profitabilitas	Likuiditas dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap <i>return</i> saham pada tahun 2011-2012. Hal ini menunjukkan bahwa meningkatnya <i>return</i> saham diimbangi dengan peningkatan Likuiditas dan Profitabilitas Bank tersebut, namun masih ada pengaruh lain selain Likuiditas dan Profitabilitas terhadap <i>return</i> saham.
5.	Putri, dkk (2014) Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi pada Indeks SRI-KEHATI yang Listing di BEI Periode 2010-2012)	- Variabel dependen: profitabilitas - Variabel independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap ROA dan ROE, namun CSR berpengaruh tidak signifikan terhadap EPS.
6.	Putra (2015) Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2013)	- Variabel dependen: profitabilitas - Variabel independen: <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan CSR terhadap Profitabilitas perusahaan yang diukur dengan <i>Return on Asset</i> (ROA), 2) Terdapat pengaruh positif, namun tidak signifikan CSR terhadap Profitabilitas perusahaan yang diukur dengan <i>Return on Equity</i> (ROE), 3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan CSR terhadap Profitabilitas perusahaan yang diukur dengan <i>Net Profit Margin</i> (NPM).
7.	Putra dan Utama (2015)	- Variabel dependen:	Hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing variabel

	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan Informasi Laba Akuntansi pada <i>Return Saham</i>	<p><i>return</i> saham</p> <ul style="list-style-type: none"> - Variabel independen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan Informasi Laba Akuntansi 	<i>corporate social responsibility</i> berpengaruh positif signifikan pada <i>return</i> saham dan informasi laba akuntansi tidak berpengaruh terhadap <i>return</i> saham. Oleh karena itu perusahaan harus mampu konsisten dan meningkatkan terus bentuk pertanggungjawaban sosial yang dilakukan agar investor tertarik untuk menanamkan modalnya.
8.	Bintara (2015) Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap <i>Return Saham</i> Dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Moderating	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel dependen: <i>Return Saham</i> - Variabel Independen: Kinerja Keuangan - Variabel Moderasi: CSR 	(1) profitabilitas dampak positif di saham; (2) interaksi antara profitabilitas dan <i>corporate social responsibility</i> tidak signifikan terhadap saham; (3) interaksi antara ukuran dan <i>corporate social responsibility</i> signifikan terhadap saham dengan hubungan yang negatif.
9.	Putra dan Dana (2016) Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Return Saham</i> Perusahaan Farmasi di BEI	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel dependen: <i>return</i> saham - Variabel independen: profitabilitas, <i>leverage</i>, likuiditas, dan ukuran perusahaan 	Profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>return</i> saham, <i>leverage</i> dan likuiditas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap <i>return</i> saham.
10.	Amini (2016) Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), <i>Return On Asset</i> , dan <i>Debt to Equity Ratio</i> Terhadap <i>Return Saham</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel dependen: <i>return</i> saham - Variabel independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), <i>Return On Asset</i>, dan 	CSR yang diukur dengan CSRDI tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>return</i> saham, ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>return</i> saham, DER tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>return</i> saham, CSR, ROA, dan DER bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>return</i> saham.

	Perusahaan yang Terdaftar pada Indeks Bisnis 27 di BEI	<i>Debt to Equity Ratio</i>	
11.	Sari (2016) Pengaruh NPM, ROE, EPS Terhadap <i>Return</i> Saham Pada Perusahaan Farmasi di BEI	- Variabel dependen: <i>return</i> saham - Variabel independen: NPM, ROE, EPS	NPM dan EPS berpengaruh positif terhadap <i>return</i> saham, ROE, sedangkan ROE berpengaruh terhadap <i>return</i> saham.
12.	Mughni (2017) Pengaruh Likuiditas, dan Profitabilitas Terhadap <i>Return</i> saham (Studi pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2007-2014)	- Variabel dependen: <i>return</i> saham - Variabel independen: likuiditas dan profitabilitas	Secara parsial hanya variabel profitabilitas yang dihitung dengan ROE mempengaruhi <i>return</i> saham, sedangkan secara simultan seluruh variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap <i>return</i> saham.

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2018

Penelitian mengenai pengaruh langsung variabel profitabilitas terhadap *return* saham telah dilakukan Zahro (2012), Putra dan Dana (2016), Sari (2016), Mughni (2017), dan Rosa (2014). Sedangkan penelitian mengenai pengaruh langsung *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah dilakukan oleh Putra dan Utama (2015), Amini (2016), Budi (2012), Putri, dkk (2014), dan Putra (2015).

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu pada tabel diatas, akhirnya peneliti ingin menguji kembali mengenai rasio keuangan terhadap *return* saham. peneliti akan meneliti dengan variabel independen yaitu *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM). Lalu variabel dependen yang akan digunakan yaitu *return* saham. selain itu, peneliti juga menambahkan CSR sebagai variabel pemoderasi yang nantinya akan memperkuat atau memperlemah pengaruh antara variabel independen dan dependen.

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 *Return Saham*

Di dalam konteks investasi, *return* atau imbal hasil diartikan sebagai hasil keuntungan atau kerugian yang diperoleh investor dari kegiatan investasinya, oleh karena itu sudah menjadi hal umum bagi investor bahwa tujuan dilakukannya investasi yaitu memaksimalkan *return* tersebut (Halim, 2015:25). Tandelilin (2010:102) menyatakan bahwa, *return* merupakan salah satu faktor yang memotivasi investor berinvestasi dan merupakan imbalan atas keberanian investor menanggung risiko yang dihadapinya. *Return* dapat dikelompokkan

menjadi dua, yaitu *return* realisasi (*realized return*) dan *return* ekspektasi (*expected return*).

Hartono (2015:109) mengemukakan *return* dapat berupa tingkat pengembalian realisasi yang sudah terjadi atau tingkat pengembalian ekspektasi yang belum terjadi tetapi yang diharapkan akan terjadi di masa mendatang. Fahmi (2013:151) mengartikan *return* adalah keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan, individu dan institusi dari hasil kebijakan investasi yang dilakukannya. Dalam berinvestasi seorang investor mengharapkan *expected return*, *expected return* adalah keuntungan yang diharapkan oleh seorang investor di kemudian hari terhadap sejumlah dana yang telah ditematkannya (Fahmi, 2013:152).

Untuk mengetahui sebuah untung rugi investasi perlu mengetahui *capital gain*, *capital gain* merupakan selisih untung (rugi) dari harga investasi sekarang relatif dengan harga periode yang lalu. Jika harga investasi sekarang lebih tinggi dari harga investasi periode lalu ini berarti terjadi keuntungan modal (*capital gain*), apabila sebaliknya maka terjadi kerugian modal (*capital loss*), (Hartono, 2015:110).

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi *return* saham terdiri atas faktor makro dan faktor mikro (Samsul, 2006:32), sebagai berikut:

- a. Faktor makro, yaitu faktor yang berada di luar perusahaan, yaitu:
 - 1) Faktor makro ekonomi yang meliputi tingkat bunga umum domestik, tingkat inflasi, kurs valuta asing dan kondisi ekonomi internasional.

- 2) Faktor non ekonomi yang meliputi peristiwa politik dalam negeri, peristiwa politik di luar negeri, peperangan, demonstrasi massa dan kasus lingkungan hidup.
- b. Faktor mikro, yaitu faktor yang berada di dalam perusahaan itu sendiri, yaitu:
- 1) Laba bersih per saham,
 - 2) Nilai buku per saham,
 - 3) Rasio utang terhadap ekuitas,
 - 4) Dan rasio keuangan lainnya.

Dalam Al-quran surat Al-Qashash ayat 77 menjelaskan tentang keuntungan, dalam hal ini *return* saham, yaitu:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا
أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”

Di dalam tafsir Ibnu Katsir dijelaskan bahwa maksud ayat di atas adalah gunakanlah harta yang berlimpah dan nikmat yang bergelimang sebagai karunia Allah kepadamu untuk bekal ketaatan kepada Tuhanmu dan mendekatlah diri kepada-Nya dengan mengerjakan sebagai amal pendekatan diri kepada-Nya, dan dengannya kamu akan memperoleh padahal di dunia dan di akhirat.

Selain itu mengenai *return* juga diterangkan dalam hadist Nabi yang berbunyi:

اعمل لدنياك كأنك تعيش أبدا ، و اعمل لآخرتك كأنك تموت غدا

“Carilah kebahagiaan (mencari harta sebanyak-banyaknya) di dunia seakan-akan engkau akan hidup selamanya. Dan beribadahlah kamu setiap saat seakan-akan engkau akan mati esok hari”.

Dikuatkan pula oleh sebuah hadist hasan yaitu, Rasulullah SAW bersabda yang artinya: “Penghasilan atau keuntungan adalah imbalan atas kesapan menanggung kerugian.” (HR. Ahmad, Abu Daud, AT-Tirmidzi). Dari Al-quran dan hadist diatas jelas bahwa umat manusia dianjurkan untuk mencari keuntungan, dalam hal ini diperoleh atas sebuah investasi saham.

Return adalah hasil yang diperoleh dari investasi dengan cara menghitung selisih harga saham periode berjalan dengan periode sebelumnya dengan mengabaikan deviden, maka dapat ditulis rumus (Ross *et al*, 2003:238).

$$Return (R_i) = (P_t - P_{t-1}) / P_{t-1}$$

Dimana: R_i = Tingkat keuntungan saham i

P_t = Harga saham pada periode t

P_{t-1} = Harga saham pada periode t-1

2.2.2 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan faktor penting yang harus diperhatikan bagi kelangsungan perusahaan, karena untuk dapat menjalankan kegiatan operasionalnya perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Menurut Sudana (2009:25) rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal atau penjualan perusahaan.

Menurut Fred J. Weston, rasio profitabilitas bertujuan untuk mengukur efektifitas manajemen yang tercermin pada imbalan hasil dari investasi melalui kegiatan penjualan. Sedangkan menurut John J. Hampton, rasio profitabilitas mempunyai tujuan untuk efisiensi aktivitas perusahaan dan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba (Sugiono, 2009:68). Dengan kata lain, rasio ini menjelaskan seberapa berhasilkah perusahaan berhasil dalam menjalankan bisnisnya (Zimmerer dan Scarborough, 2008:138).

Kasmir (2016:198) menjelaskan tujuan dan manfaat rasio profitabilitas tidak hanya bagi milik usaha (pihak manajemen) tetapi juga bagi pihak luar perusahaan:

Tujuan:

1. Mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.

2. Menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Manfaat:

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 seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Terdapat beberapa cara untuk mengukur besar kecilnya profitabilitas, yaitu:

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

Profitabilitas suatu perusahaan dapat diukur dengan menghubungkan antara keuntungan atau laba yang diperoleh dari kegiatan pokok perusahaan dengan kekayaan atau asset yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan perusahaan (*operating asset*). Beberapa definisi mengenai ROA menurut Para Ahli, sebagai berikut:

- 1) Pengukuran kinerja keuangan dengan ROA menunjukkan kemampuan atas modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba. ROA adalah rasio keuntungan bersih setelah pajak untuk menilai seberapa besar tingkat pengembalian dari asset yang dimiliki oleh perusahaan. ROA yang negatif disebabkan laba perusahaan dalam kondisi negatif pula atau rugi. Hal ini menunjukkan kemampuan dari modal yang diinvestasikan secara keseluruhan belum mampu untuk menghasilkan laba (Hakim, 2006:19).
- 2) ROA mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat asset tertentu. ROA sering disebut sebagai ROI (*Return On Investment*) (Hanafi, 2016: 42).
- 3) ROA adalah perbandingan antara pendapatan bersih (*net income*) dengan rata-rata aktiva (*Average Assets*) (Arifin, 2009: 71).

4) ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Semakin besar ROA, berarti semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar, dan sebaliknya (Sudana, 2009:26).

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan ROA adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba atas total aktivanya. ROA memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan (Kasmir, 2016:76).

b. Perhitungan *Return on Assets* (ROA)

Menurut Brigham dan Houston (2012:159), ROA adalah rasio yang dihitung dengan membagi laba bersih setelah pajak dengan total asset perusahaan. ROA dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Assets}}$$

Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen perusahaan dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan. Rasio ini menunjukkan tingkat efisiensi pengelolaan aktiva yang dilakukan oleh perusahaan. Semakin besar

ROA maka semakin besar tingkat keuntungan dan semakin baik posisi perusahaan dari segi penggunaan aktiva (Sutrisno, 2011:52)

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Return on Assets* (ROA)

Munawir (2007:89) mengatakan bahwa besarnya *Return On Asset* (ROA) dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu:

- 1) *Turnover* dari *operating assets* (tingkat perputaran aktiva yang digunakan untuk operasi).
- 2) *Profit margin*, yaitu besarnya keuntungan operasi yang dinyatakan dalam persentase dan jumlah penjualan bersih. *Profit margin* ini mengukur tingkat keuntungan yang dapat dicapai oleh perusahaan dihubungkan dengan penjualannya.

Besarnya ROA akan berubah jika ada perubahan pada *profit margin* atau *assets turnover*, baik masing-masing atau keduanya. Dengan demikian maka pemimpin perusahaan dapat menggunakan salah satu atau keduanya dalam rangka usaha untuk memperbesar ROA.

d. Manfaat Analisa *Return on Assets* (ROA)

ROA memiliki tujuan dan manfaat yang tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi bagi pihak di luar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan.

Munawir (2007:91) mengemukakan kegunaan dari ROA yaitu sebagai berikut:

- 1) Sebagai salah satu kegunaannya yang prinsipil ialah sifatnya yang menyeluruh. Apabila perusahaan sudah menjalankan praktek akuntansi yang baik maka manajemen dengan menggunakan teknik analisa ROA dapat mengukur efisiensi penggunaan modal yang bekerja, efisiensi produksi dan efisiensi bagian penjualan.
- 2) Apabila perusahaan dapat mempunyai data industri sehingga dapat diperoleh rasio industri, maka dengan analisa ROA ini dapat dibandingkan efisiensi penggunaan modal pada perusahaannya dengan perusahaan lain yang sejenis, sehingga dapat diketahui apakah perusahaannya berada di bawah, sama, atau di atas rata-ratanya. Dengan demikian akan dapat diketahui dimana kelemahannya dan apa yang sudah kuat pada perusahaan tersebut dibandingkan dengan perusahaan lain yang sejenis.
- 3) Analisa ROA dapat digunakan untuk mengukur efisiensi tindakan-tindakan yang dilakukan oleh divisi/bagian, yaitu dengan mengalokasikan semua biaya dan modal ke dalam bagian yang bersangkutan. Arti pentingnya mengukur *rate of return* pada tingkat bagian adalah untuk dapat membandingkan efisiensi suatu bagian dengan bagian yang lain di dalam perusahaan yang bersangkutan.

- 4) Analisa ROA juga dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas dari masing-masing produk yang dihasilkan perusahaan dengan menggunakan *product cost system* yang baik, modal dan biaya dapat dialokasikan kepada berbagai produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan, sehingga dengan demikian akan dapat dihitung profitabilitas dari masing-masing produk. Dengan demikian manajemen akan dapat mengetahui produk mana yang mempunyai *profit potential* di dalam *long run*.
- 5) ROA selain berguna untuk keperluan kontrol, juga berguna untuk keperluan perencanaan. Misalnya ROA dapat digunakan sebagian dasar untuk pengembalian keputusan kalau perusahaan akan mengadakan ekspansi.

2. *Return on Equity* (ROE)

a. Pengertian *Return on Equity* (ROE)

Arifin (2009:71) menyatakan ROE didefinisikan sebagai perbandingan antara pendapatan bersih (*net income*) dengan rata-rata modal (*average equity*). Hanafi (2016:42-43) ROE digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan modal tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dilihat dari sudut pandang pemegang saham. angka yang tinggi untuk ROE menunjukkan tingkat profitabilitas yang tinggi.

Menurut Margaretha (2007:62) ROE adalah perbandingan antara laba bersih dengan modal sendiri. Rasio ini banyak diamati oleh para pemegang saham serta investor dipasar modal yang ingin membeli saham. Dengan demikian, rasio ROE ini merupakan indikator untuk mengukur kemampuan dalam memperoleh laba bersih yang dikaitkan dengan pembayaran dividen. Kenaikan dalam rasio ini berarti terjadi kenaikan laba bersih sehingga menyebabkan kenaikan harga saham.

ROE menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi ROE semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan pihak manajemen perusahaan (Sudana, 2009:26). ROE mengukur keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba bagi para pemegang saham. Oleh karena itu, ROE dianggap sebagai representasi dari kekayaan pemegang saham atau nilai perusahaan (Mardiyanto, 2008:63).

Dari pengertian-pengertian diatas maka dapat disimpulkan ROE adalah rasio profitabilitas yang menunjukkan suatu pengukuran dari penghasilan (*income*) yang tersedia bagi para pemilik perusahaan (baik pemegang saham biasa maupun pemegang saham preferen) atas modal yang mereka investasikan

didalam perusahaan. Rasio ini juga dapat menunjukkan berapa persen laba setelah pajak terhadap ekuitas (modal).

b. Perhitungan *Return on Equity* (ROE)

Menurut Sudana (2009:26) ROE dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Equity}}$$

c. Kekurangan *Return on Equity* (ROE)

Kegunaan ROE dalam menggambarkan tingkat pengembalian atas modal yang ditanamkan investor memiliki sisi negatif lain, menurut Brigham & Houston (2012:163) ROE memiliki beberapa kekurangan dalam menentukan kinerja keuangan suatu perusahaan yaitu:

- 1) ROE tidak mempertimbangkan risiko. Setiap investasi dalam saham pasti memiliki risiko, semakin besar investasi yang ditanamkan maka semakin besar pula risiko yang akan dihadapi oleh para investor. Hal ini tidak tergambar dalam perhitungan rasio ROE. Leverage keuangan dapat meningkatkan perkiraan ROE, tetapi dengan pengorbanan risiko yang lebih tinggi sehingga meningkatkan ROE melalui penggunaan leverage yang lebih besar mungkin tidak terlalu baik. Terdapat dua alasan di balik dampak leverage: (1) Karena bunga dapat menjadi pengurang pajak, penggunaan

utang akan mengurangi kewajiban pajak dan menyisakan laba operasi yang lebih besar bagi investor perusahaan. (2) Jika laba operasi sebagai persentase terhadap aset melebihi tingkat bunga atas utang seperti yang umumnya diharapkan, maka perusahaan dapat menggunakan utang untuk membeli aset, membayar bunga atas utang, dan mendapatkan sisanya bagi pemegang saham sehingga mendorong tingkat pengembalian atas ekuitas.

2) ROE tidak mempertimbangkan jumlah modal yang diinvestasikan. Tingkat ROE suatu perusahaan belum tentu memberikan nilai tambah yang besar pula terhadap investor, karena nilai pengembalian investasi tergantung pada besar modal yang diinvestasikan oleh para investor.

3. *Net Profit Margin* (NPM)

a. Pengertian *Net Profit Margin* (NPM)

Kasmir (2016:200) mengatakan “Margin Laba Bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan”.

Darsono dan Ashari (2005:56) mengatakan “*Net Profit Margin* (NPM) adalah menggambarkan besarnya laba bersih yang diperoleh perusahaan setiap penjualan yang dilakukan”.

Lukman Syamsuddin (2007:62) mendefinisikan NPM sebagai berikut, “*Net profit margin* adalah merupakan rasio antara laba

bersih (*Net Profit*) yaitu penjualan sesudah dikurangi dengan seluruh *expense* termasuk pajak dibandingkan dengan penjualan. Semakin tinggi NPM, semakin baik operasi suatu perusahaan”.

Harahap (2007:304) mendefinisikan NPM sebagai berikut, “*Net Profit Margin* merupakan bagian dari rasio profitabilitas dan menunjukkan berapa besar persentase pendapatan bersih yang diperoleh dari setiap penjualan”.

Rasio ini menunjukkan berapa besar persentase pendapatan bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Menurut Harahap (2007:304), semakin besar rasio ini semakin baik karena dianggap kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba semakin baik. *Profit margin* yang tinggi menandakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu. *Profit margin* yang rendah menandakan penjualan yang terlalu rendah untuk tingkat biaya yang tertentu, atau biaya yang terlalu tinggi untuk tingkat penjualan yang tertentu, atau kombinasi dari kedua hal tersebut (Hanafi, 2016: 207).

NPM merupakan salah satu indikator yang penting untuk menilai suatu perusahaan. NPM selain digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba juga untuk mengetahui efektifitas perusahaan dalam mengelola sumber-sumber yang dimilikinya. Rasio ini bermanfaat untuk menunjukkan seberapa kemampuan manajemen dalam

menghasilkan pendapatan untuk mengendalikan pabrik, operasi dan pinjaman-pinjaman perusahaan. Laba bersih yang diperoleh juga tergantung pada kebijakan pemerintah mengenai tingkat suku bunga dan pajak penghasilan yang akan mengurangi laba bersih yang diperoleh perusahaan.

b. Perhitungan *Net Profit Margin* (NPM)

Net Profit Margin dapat dirumuskan sebagai berikut (Kasmir, 2016:200) :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Earning After Interest and tax (EAIT)}}{\text{Sales}}$$

NPM mengukur laba yang dihasilkan perusahaan dari perbandingan antara laba sesudah pajak dengan penjualan bersih. Hasil dari perhitungan mencerminkan keuntungan neto per rupiah penjualan. Para investor pasar modal perlu mengetahui kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Dengan mengetahui hal tersebut investor dapat menilai apakah perusahaan itu *profitable* atau tidak.

Tinggi rendahnya NPM dipengaruhi oleh penjualan dan biaya-biaya operasi (harga pokok penjualan + biaya pemasaran + biaya administrasi dan umum). NPM yang tinggi menandakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu yang disebabkan kenaikan tingkat penjualan lebih besar dari pada biaya operasi. Sedangkan NPM yang rendah menunjukkan rendahnya kemampuan perusahaan

dalam menghasilkan laba dari tingkat penjualan tertentu yang disebabkan penjualan yang terlalu rendah untuk biaya tertentu, atau biaya yang terlalu tinggi untuk penjualan tertentu, atau kombinasi dari kedua hal tersebut. Secara umum NPM yang rendah menunjukkan manajemen yang tidak efisien. Setiap perusahaan berkepentingan terhadap NPM yang tinggi.

Besarnya *profit margin* pada setiap transaksi penjualan ditentukan oleh dua faktor, yaitu *net sales* (penjualan bersih) dan *net operating income* (laba bersih operasi). Besar kecilnya *net operating income* (laba bersih operasi) tergantung pada pendapatan dari sales dan besarnya *operating expense* (biaya operasi). Dengan jumlah *operating expense* tertentu *profit margin* dapat diperbesar dengan memperbesar *sales*, atau dengan jumlah *sales* tertentu *profit margin* dapat diperbesar dengan memperkecil *operating expensenya*. Hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan oleh Riyanto (2008:39) yang menyatakan bahwa, terdapat dua alternatif usaha untuk memperbesar *profit margin*, yaitu:

- 1) Dengan menambah biaya operasi sampai tingkat tertentu diusahakan tercapainya tambahan sales yang sebesar-besarnya, atau dengan kata lain, tambahan sales harus lebih besar dari pada tambahan *operating expense*. Perubahan besarnya sales dapat disebabkan oleh perubahan harga penjualan per unit

apabila *volume sales* dalam unit sudah tertentu, atau disebabkan karena luasnya penjualan bertambah dalam unit kalau tingkat harga produk per unit sudah tertentu. Dengan demikian dapatlah dikatakan bahwa pengertian meningkatkan sales di sini dapat berarti memperbesar pendapatan dari *sales* dengan jalan:

- a) Memperbesar *volume sales* unit pada tingkat harga penjualan tertentu.
 - b) menaikkan harga penjualan per unit produk pada luas *sales* dalam unit tertentu.
- 2) Dengan mengurangi pendapatan dari *sales* sampai tingkat tertentu diusahakan adanya pengurangan dari *operating expense* yang sebesar-besarnya, atau dengan kata lain mengurangi biaya usaha relatif lebih besar dari pada berkurangnya pendapatan dari *sales*. Meskipun jumlah sales dari periode tertentu berkurang, tetapi karena disertai dengan berkurangnya *operating expense* yang lebih sebanding maka akibatnya ialah bahwa *profit marginnya* makin besar.

Penelitian ini menetapkan *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM) sebagai proksi dari profitabilitas didasarkan pada pertimbangan karena ROA digunakan untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aktiva perusahaan, sedangkan ROE digunakan

untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengelolaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan, serta NPM digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari penjualan yang dilakukan perusahaan.

Ayat berikut menjelaskan bagaimana pandangan Islam mengenai pengambilan laba.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S. An Nisa’ 29).

Dalil di atas menunjukkan bolehnya mencari laba dengan aktivitas jual beli. Bolehnya mencari laba berdasarkan ayat di atas bersifat mutlak, dari segi berapa besarnya laba maksimal yang ditetapkan syariah. Dalam hal ini kaidah ushulfihi menetapkan : al muthlaqu yajriy ‘alaa ithlaaqihi maa lam yarid daliilunyadullu ‘ala at taqyiid (dalil yang mutlak tetap dalam kemutlakannya, selama tidak terdapat dalil yang menunjukkan adanya pembatasan) (Zuhaili, 1996:208). Dan menurut hadist yang di riwayatkan oleh Bukhari menyatakan sebagaimana berikut:

عَنْ عُرْوَةَ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، أَعْطَاهُ دِينَارًا يَشْتَرِي لَهُ بِهِ شَاةً فَأَشْتَرَى لَهُ بِهِ شَاتَيْنِ فَبَاعَ إِحْدَاهُمَا بِدِينَارٍ وَجَاءَهُ بِدِينَارٍ وَشَاةٍ فَدَعَا لَهُ بِالْبَرَكَةِ فِي بَيْعِهِ وَكَانَ لَوْ اشْتَرَى الثَّرَابَ لَرَبِحَ فِيهِ ۝

“Dari Urwah al Bariqi, bahwasanya Rasulullah Shalallahu ‘Alaihi wa Sallam memberinya satu dinar uang untuk membeli seekor kambing. Dengan uang satu dinar tersebut, dia membeli dua ekor kambing dan kemudian menjual kembali seekor kambing satu dinar. Selanjutnya dia datang menemui nabi Shallahu ‘Alaihi wa Sallam dengan membawa seekor kambing dan unag satu dinar. (Melihat hal ini) Rasulullah SAW mendoakan keberkahan pada perniagaan sahabat Urwah, sehingga seandainya ia membeli debu, niscaya ia mendapatkan laba darinya.” (HR. Bukhari, no. 3443)

Pada kisah ini, sahabat Urwah ra. Dengan modal satu dinar, ia mendapatkan untung satu dinar atau 10%. Pengambilan untung sebesar 100% ini mendapat restu dari Nabi SAW. Dan bukan hanya merestui, bahkan beliau berdo’a agar perniagaan sahabat Urwah senantiasa diberkahi. Sehingga sejak itu, beliau semakin lihai berniaga. Seorang penjual berhak mendapatkan keuntungan dari usahanya, sedang seorang pembeli berkewajiban untuk memberikan kompensasi bagi jasa yang telah ia terima dari penjual. Dalam keuntungan yang wajar, tidak saja dimaksudkan untuk kebutuhan konsumtifnya saja tetapi juga ia mampu mengembangkan usahanya (produktif). Hadist di atas seringkali dijadikan patokan oleh para pedagang untuk mengambil keuntungan yang sebanyak-banyaknya, dengan meminimalkan modal yang dikeluarkan, sehingga tujuan dari perdagangan yaitu untuk memperoleh laba semaksimal mungkin dapat cepat terwujud (Qaradhawi, 1998:74).

Dalam Islam, untuk menciptakan asas keadilan dan kesejahteraan baik harta maupun keuntungan harus terbagi secara merata sebagaimana yang tersurat dalam Al-quran surat al-Hasyr ayat 7, yaitu:

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَى فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَى
وَالْيَتَامَى وَالْمَسَاكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا
آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ
(7)

Artinya : Apa saja harta rampasan (*fai-i*) yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, untuk Rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu, maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu, maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat keras hukumannya.

Menurut Islam, harta pada hakikatnya adalah milik Allah SWT. Namun karena Allah telah menyerahkan kekuasaan-Nya atas harta tersebut kepada manusia, maka ia diberi kewenangan untuk memanfaatkan dan mengembangkannya. Sebab, ketika seseorang memiliki harta maka esensinya ia memiliki harta tersebut hanya untuk dimanfaatkan dan dikembangkan terutama untuk mendapat keuntungan.

Dalam pandangan Islam, seorang pengusaha bukan hanya mencari keuntungan saja, akan tetapi dia dalam menjalankan aktivitas bisnisnya dia juga mencari keberkahan dari keuntungan yang ia dapat, dimana ia memperoleh keuntungan yang wajar yang diridhai Allah. Ini berarti yang harus diraih oleh seorang pengusaha dalam melakukan bisnis

tidak sebatas keuntungan materiil, tetapi yang penting lagi adalah keuntungan immaterial (spiritual) (Djakfar, 2008:86).

2.2.3 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

2.2.3.1 *Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)*

Dalam perkembangannya, konsep CSR tidak hanya memiliki definisi tunggal. Hal ini karena pengungkapan, penjabaran, dan penerapan CSR yang dilakukan perusahaan juga berbeda-beda. Sehingga terdapat beberapa definisi *Corporate Social Responsibility (CSR)*, salah satu yang cukup menarik adalah yang dibuat oleh lingkaran studi *Corporate Social Responsibility (CSR)* di Indonesia, adalah:

... upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial dan lingkungan, agar mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan. (Nurdizal, 2011:15).

World Business Council for Sustainable Development (2004) dalam Wibisono (2007:7) mendefinisikan CSR adalah: *CSR is commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives, the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development.*

Dalam bahasa Indonesia, Wibisono (2007:7) mengartikan bahwa:

“CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari

komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjaanya beserta seluruh keluarganya”.

Sedangkan menurut Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 pasal satu butir tiga, menyatakan bahwa:

“Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”.

Sehingga menurut Wibisono (2007:8) CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (*triple bottom line*) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

Dari berbagai macam definisi di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu bentuk komitmen dan kepedulian perusahaan untuk mewujudkan hubungan yang baik dengan masyarakat dan lingkungan (dalam Islam disebut *hablum minannas wa habum minal 'alam*). Dalam kaidah itulah penerapan CSR sangat dipandang sebagai suatu keharusan. CSR bukan saja sebagai tanggung jawab, tetapi juga sebagai kewajiban. CSR adalah salah satu peran bisnis yang dapat pula mempertahankan dan meningkatkan stabilitas perusahaan baik finansial maupun nonfinansial.

2.2.3.2 Sejarah Perkembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Perkembangan CSR dibagi menjadi tiga periode (Solihin, 2009:124), sebagai berikut:

1) Perkembangan awal CSR antara tahun 1950-1960.

Pada awalnya CSR masih dipahami secara sederhana. Pada saat itu, CSR dianggap sebagai derma perusahaan terhadap masyarakat sekitarnya. Wujud CSR bersifat kegiatan amal dan insidental yang bergantung pada kondisi kesadaran dan keinginan pemodal. Serta tipe kontrak pelaksana yang mendasari CSR bersifat prinsip perwalian (*stewardship principle*). Konsep tersebut mendudukan pelaku bisnis sebagai wali (*steward*) masyarakat, sehingga perlu mempertimbangkan kepentingan para *stakeholder*.

2) Perkembangan pertengahan antara tahun 1970-1980.

Jika pada era sebelumnya, praktik CSR lebih dilihat sebagai bentuk derma perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, era tahun 1970-an kegiatan CSR berorientasi pada pemberdayaan masyarakat. CSR merupakan suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, termasuk konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Seiring dengan pesatnya perkembangan bidang ekonomi, penerapan CSR dimaksudkan untuk mendorong perusahaan lebih etis dalam menjalankan

aktivitasnya agar tidak berpengaruh atau berdampak buruk pada masyarakat dan lingkungan hidupnya, sehingga pada akhirnya dunia usaha akan dapat bertahan secara berkelanjutan untuk memperoleh manfaat ekonomi yang menjadi tujuan dibentuknya dunia usaha.

3) Perkembangan era tahun 1990-an sampai sekarang.

Perkembangan CSR pada tahun 1997, diwarnai dengan beragam pendekatan, seperti pendekatan integral, pendekatan *stakeholder* maupun pendekatan *civil society* (Wibisono, 2007:231). Salah satu yang terkenal adalah teori “*The Triple Bottom Line*” yang dikemukakan oleh John Elkington seorang *businessmen* asal Inggris melalui bukunya “*Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*”. Elkington mengembangkan konsep *Triple Bottom Line* dengan istilah *economic prosperity*, *environmental quality*, dan *social justice*. Konsep tersebut berpandangan jika perusahaan ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya, maka perusahaan tersebut harus memperhatikan 3P, selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*), dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

2.2.3.3 Konsep *Triple Bottom Line*

Tonggak penting dalam perkembangan konsep CSR yang dikemukakan oleh Elkington (1997) yang terkenal dengan “*The Triple Bottom Line*” yang dimuat dalam buku “*Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*”. Konsep tersebut mengakui bahwa jika perusahaan ingin

sustain maka perlu memperhatikan 3P, yaitu bukan Cuma *profit* yang diburu, namun juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Konsep *Triple Botton Line* yang pertama yaitu *profit* merupakan satu bentuk yang harus dicapai perusahaan, selain itu profit merupakan orientasi utama perusahaan. Kedua *people* merupakan lingkungan masyarakat dimana perusahaan berada. Mereka adalah para pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan. Dengan demikian, *community* memiliki interrelasi kuat dalam rangka menciptakan nilai bagi perusahaan.

Ketiga, *planet* merupakan lingkungan fisik perusahaan. Lingkungan fisik memiliki sigifikansi terhadap eksistensi perusahaan. Satu konsep yang tidak bisa diniscayakan adalah hubungan perusahaan dengan alam yang bersifat sebab-akibat. Ketiga komponen dalam *Triple Botton Line* merupakan rangkaian yang tidak terpisahkan . ketiga komponen tersebut juga dinamis tergantung dalam kondisi dan tekanan social, politik, ekonomi dan lingkungan.

2.2.3.4 Disclosure Corporate Social Responsibility (CSR)

Hadianto (2013), pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *corporate social responsibility disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting*, merupakan cara mengkomunikasikan informasi sosial kepada *stakeholders*. Standar pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia adalah merujuk standar yang dikembangkan oleh *Global Reporting Initiatives* (GRI). Standar GRI dipilih karena lebih memfokuskan pada standar pengungkapan berbagai kinerja

ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas dan pemanfaatan *sustainability reporting*. Hadianto (2013), *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia.

Corporate Social Responsibility dihitung berdasarkan jumlah pendapatan bersih perusahaan dan dibagi dengan 91 indikator berdasarkan GRI-G4. GRI-G4 menyediakan kerangka kerja yang relevan secara global untuk mendukung pendekatan yang terstandarisasi dalam pelaporan, yang mendorong tingkat transparansi dan konsistensi yang diperlukan untuk membuat informasi yang disampaikan menjadi berguna dan dapat dipercaya oleh pasar dan masyarakat. Fitur yang ada di GRI-G4 menjadikan pedoman ini lebih mudah digunakan, baik bagi pelapor yang berpengalaman dan bagi mereka yang baru dalam pelaporan keberlanjutan dari sektor apapun dan didukung oleh bahan-bahan dan layanan GRI lainnya. (Sumber: www.globalreporting.org).

GRI-G4 juga menyediakan panduan mengenai bagaimana menyajikan pengungkapan keberlanjutan dalam format yang berbeda: baik itu laporan keberlanjutan mandiri, laporan terpadu, laporan tahunan, laporan yang membahas norma-norma internasional tertentu, atau pelaporan online. Jenis pendekatan pengukuran GRI-G4 melalui isi laporan tahunan dengan aspek-aspek penilaian tanggungjawab sosial yang dikeluarkan oleh GRI (Global

Reporting Initiative) yang diperoleh dari website www.globalreporting.org. Standar GRI dipilih karena lebih memfokuskan pada standar pengungkapan berbagai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas, dan pemanfaatan *sustainability reporting*. Dalam standar GRI-G4 (2013) indikator kinerja dibagi menjadi 3 komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial mencakup praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat, tanggung jawab atas produk dengan total kinerja indikator mencapai 91 indikator. Penjelasannya dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 2.2 Indikator Pengungkapan CSR Berdasarkan GRI-G4

KATEGORI EKONOMI		
-Kinerja Ekonomi	EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan.
	EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim.
	EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas imbalan pasti.
	EC4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah.
-Keberadaan Pasar	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (<i>entry level</i>) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan.
	EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di operasi yang signifikan.
-Dampak Ekonomi Tidak Langsung	EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan.
	EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak.
-Praktek Pengadaan	EC9	Perbandingan dari pemasok lokal di operasional yang signifikan.
KATEGORI LINGKUNGAN		
-Bahan	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat dan volume.
	EN2	Presentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang.
-Energi	EN3	Konsumsi energi dalam organisasi.
	EN4	Konsumsi energi diluar organisasi.
	EN5	Intensitas energi

	EN6	Pengurangan konsumsi energi.
-Air	EN7	Konsumsi energi diluar organisasi.
	EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber.
	EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air.
	EN10	Presentase dan total volum air yang didaur ulang dan digunakan kembali.
-Keanekaragaman Hayati	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam, atau yang berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung.
	EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi dikawasan lindung.
	EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan.
	EN14	Jumlah total spesies dalam <i>iucn red list</i> dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
-Emisi	EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (Cakupan 1)
	EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2).
	EN17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (Cakupan 3).
	EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK).
	EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK).
	EN20	Emisi bahan perusak ozon (BPO).
	EN21	NOX, SOX, dan emisi udara signifikan lainnya.
-Efluen dan Limbah	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan.
	EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan.
	EN24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan.
	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi Basel2 Lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional.
	EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari pembuangan dan air limpasan dari organisasi.
-Produk dan Jasa	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak

		lingkungan produk dan jasa.
	EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori.
-Kepatuhan	EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan.
-Transportasi	EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi, dan pengangkutan tenaga kerja.
-Lain-lain	EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis.
-Asesmen Pemasok Atas Lingkungan	EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan.
	EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
-Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.
KATEGORI SOSIAL		
SUB-KATEGORI: PRAKTEK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA		
-Kepegawaian	LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah.
	LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan.
	LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender.
-Hubungan Industrial	LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama.
-Kesehatan dan Keselamatan Kerja VV	LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja.
	LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender.
	LA7	Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka.
	LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup

		dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja.
-Pelatihan dan Pendidikan	LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan.
	LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberkelanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti.
	LA11	Persentase karyawan yang menerima reviuw kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan.
-Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya.
-Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki	LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan.
-Asesmen Pemasok Terkait Praktik Ketenagakerjaan	LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan.
	LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
	LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui pengaduan resmi
SUB-KATEGORI: HAK ASASI MANUSIA		
-Investasi	HR1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia.
	HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan Aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih.
-Non-Diskriminasi	HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil.
-Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama	HR4	Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut.
-Pekerja Anak	HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif.
-Pekerja Paksa Atau Wajib	HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko

Kerja		tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja.
-Praktik Pengamanan	HR7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi.
-Hak Adat	HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
-Asesmen	HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan reviu atau asesmen dampak hak asasi manusia.
-Asesmen Pemasok Atas Hak Asasi Manusia	HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia.
	HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
-Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia	HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal.
SUB-KATEGORI: MASYARAKAT		
-Masyarakat Lokal	SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan.
	SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal.
-Anti Korupsi	SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi.
	SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi.
	SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil.
-Kebijakan Publik	SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat.
-Anti Persaingan	SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait Anti Persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya.
-Kepatuhan	SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan.
-Asesmen Pemasok Atas Dampak Terhadap Masyarakat	SO9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat.
	SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.

-Mekanisme Pengaduan Dampak Terhadap Masyarakat	SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.
SUB-KATEGORI: TANGGUNGJAWAB ATAS PRODUK		
-Kesehatan Keselamatan Pelanggan	PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan.
	PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil.
-Pelabelan Produk dan Jasa	PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis.
	PR4	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil.
	PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan.
-Komunikasi Pemasaran	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan.
	PR7	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor, menurut jenis hasil.
-Privasi Pelanggan	PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan.
-Kepatuhan	PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa.

Sumber: www.globalreporting.org.

Keluasan pengungkapan adalah salah satu bentuk kualitas pengungkapan. Hendriksen (1997:204) menyatakan bahwa tingginya kualitas informasi akuntansi sangat berkaitan dengan tingkat kelengkapan pengungkapan. Ada tiga konsep mengenai luas pengungkapan yaitu *adequate*, *fair* dan *full disclosure*. Konsep yang paling sering dipraktekkan adalah pengungkapan yang cukup (*adequate disclosure*), yaitu pengungkapan

minimum yang disyaratkan oleh peraturan yang berlaku, di mana pada tingkat pengungkapan ini investor dapat menginterpretasikan angka-angka dalam laporan keuangan dengan benar. Pengungkapan yang *fair (fair disclosure)* mengandung sasaran etis dengan menyediakan informasi yang layak terhadap pembaca (investor) potensial.

Pengungkapan penuh (*full disclosure*) merupakan pengungkapan atas semua informasi yang relevan. Ada dua jenis pengungkapan dalam hubungannya dengan persyaratan yang ditetapkan oleh standar. Pertama adalah pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*), yaitu pengungkapan informasi yang diharuskan oleh peraturan yang berlaku. Jika perusahaan tidak bersedia untuk mengungkapkan informasi secara sukarela, pengungkapan wajib akan memaksa perusahaan untuk mengungkapkannya. Kedua adalah pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*), merupakan pilihan bebas manajemen perusahaan untuk memberikan informasi akuntansi dan informasi lainnya yang dipandang relevan untuk pembuatan keputusan oleh pemakai laporan tahunannya.

2.2.3.5 Manfaat *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Kotler (2005:157) menjelaskan bahwa terdapat banyak manfaat yang dapat diperoleh atas aktivitas CSR. Adapun manfaat dari CSR tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan penjualan dan *market share*.
- b. Memperkuat *brand positioning*.
- c. Meningkatkan citra perusahaan.

- d. Menurunkan biaya operasi.
- e. Meningkatkan daya tarik perusahaan di mata para investor dan analisis keuangan.

Menurut Sawir (2004:56) sejumlah pakar *strategic management* menyebutkan ada lima keuntungan atau manfaat utama bila perusahaan mempraktikkan *Corporate Social Responsibility*, diantaranya:

- a. Profitabilitas akan semakin kokoh.
- b. Meningkatkan akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas investor, kreditor, pemasok dan konsumen.
- c. Meningkatnya komitmen, etos kerja, efisiensi dan produktivitas karyawan.
- d. Menurunnya kerentanan gejolak sosial dan resistensi komunitas sekitarnya karena mereka diperhatikan dan dihargai perusahaan.
- e. Meningkatnya reputasi dan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

Oleh karena itu, bisa dipastikan bahwa jika CSR dipraktikkan secara etis dan berkelanjutan serta terintegrasi dalam nilai-nilai kultur perusahaan, lima keuntungan tersebut bisa didapatkan perusahaan secara terus-menerus. Itu tentu akan berdampak positif pada nilai perusahaan, nilai pemegang saham, nilai pajak, dan nilai *stakeholders* secara berkelanjutan.

Dengan adanya CSR akan meningkatkan profit bagi perusahaan dan kinerja finansial yang lebih baik karena banyak perusahaan-perusahaan besar yang mengungkapkan program CSR menunjukkan keuntungan yang nyata terhadap peningkatan nilai saham. disamping itu CSR dapat menurunkan risiko

benturan dengan komunitas masyarakat sekitar, karena sesungguhnya substansi keberadaan CSR adalah dalam rangka memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri di sebuah kawasan, dengan jalan membangun kerjasama antar *stakeholder* yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat sekitar atau dalam pengertian kemampuan perusahaan untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya, komunitas, dan *stakeholder* yang terkait. CSR juga mampu meningkatkan reputasi perusahaan yang dapat dipandang sebagai *social marketing* bagi perusahaan. *Social marketing* akan dapat memberikan manfaat dalam pembentukan *brand image* suatu perusahaan dalam kaitannya dengan kemampuan perusahaan terhadap komitmen yang tinggi terhadap lingkungan selain memiliki produk yang berkualitas tinggi. Hal ini tentu saja akan memberikan dampak positif terhadap volume unit produksi yang terserap pasar yang akhirnya akan mendatangkan keuntungan yang besar terhadap peningkatan laba perusahaan. Kegiatan CSR yang diarahkan memperbaiki konteks korporat inilah yang memungkinkan *alignment* antara manfaat sosial dan bisnis yang muaranya untuk meraih keuntungan materi dan sosial dalam jangka panjang.

Dengan melaksanakan CSR secara konsisten dalam jangka panjang akan menumbuhkan rasa keberterimaan masyarakat terhadap kehadiran perusahaan. Kondisi seperti itulah yang pada gilirannya dapat memberikan keuntungan ekonomis-bisnis kepada perusahaan yang bersangkutan. CSR tidaklah harus dipandang sebagai tuntutan represif dari masyarakat, melainkan sebagai kebutuhan dunia usaha.

2.2.3.6 Tujuan Perusahaan Melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Williams (2001:123) menyebutkan bahwa :

“Tujuan perusahaan menerapkan CSR agar dapat memberi manfaat yang terbaik bagi *stakeholders* dengan cara memenuhi tanggung jawab ekonomi, hukum, etika dan kebijakan”.

- a. Tanggung jawab ekonomis. Kata kuncinya adalah: *make a profit*. Motif utama perusahaan adalah menghasilkan laba. Laba adalah pondasi perusahaan. Perusahaan harus memiliki nilai tambah ekonomi sebagai prasyarat agar perusahaan dapat terus hidup (*survive*) dan berkembang.
- b. Tanggung jawab legal. Kata kuncinya: *obey the law*. Perusahaan harus taat hukum. Dalam proses mencari laba, perusahaan tidak boleh melanggar kebijakan dan hukum yang telah ditetapkan pemerintah.
- c. Tanggung jawab etis. Kata kuncinya: *be ethical*. Perusahaan memiliki kewajiban untuk menjalankan praktek bisnis yang baik, benar, adil dan *fair*. Norma-norma masyarakat perlu menjadi rujukan bagi perilaku organisasi perusahaan
- d. Tanggung jawab filantropis. Selain perusahaan harus memperoleh laba, taat hukum dan berperilaku etis, perusahaan dituntut agar dapat memberikan kontribusi yang dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan semua. Kata kuncinya: *be a good citizen*. Para pemilik dan pegawai yang bekerja di perusahaan memiliki tanggung jawab ganda, yakni

kepada perusahaan dan kepada public yang kini dikenal dengan istilah “*non-fiduciary responsibility*”.

Keempat jenjang tanggung jawab tersebut perlu dipahami sebagai satu kesatuan. Walaupun demikian, kesalahan interpretasi umumnya kerap terjadi dimana muncul argumen bahwa laba yang harus diutamakan. Tetapi kegiatan mencari keuntungan atau laba hendaknya dikaitkan atau tidak terlepas dengan kegiatan lainnya, seperti mengembangkan masyarakat. CSR pada saat ini bukan lagi hanya sekedar kegiatan *philanthropy* konvensional, memberikan sejumlah dana untuk tujuan-tujuan yang baik di akhir tahun saat pembukuan selesai. Namun sudah lebih luas lagi dan ini justru dijadikan tanggung jawab yang perusahaan lakukan sepanjang tahun untuk lingkungan di sekitar mereka, untuk kegiatan bekerja yang lebih baik, untuk komitmen perusahaan terhadap komunitas lokal dan untuk pengakuan atas *brands names* perusahaan yang tidak hanya akan bergantung pada kualitas, harga, dan keunikan yang mereka miliki, namun juga pada interaksi perusahaan dengan tenaga kerja yang dimilikinya, komunitas dan lingkungan secara kumulatif.

2.2.3.7 Teori yang Mendasari Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Ada beberapa alasan perusahaan untuk melakukan atau tidak melakukan pengungkapan CSR. Alasan-alasan tersebut dapat dijelaskan menggunakan *agency theory*, *legitimacy theory*, dan *stakeholder theory* (Sembiring, 2005:58) :

1. *Agency Theory*

Agency theory (teori keagenan) menjelaskan tentang hubungan antara dua pihak dimana salah satu pihak menjadi agen dan pihak yang lain bertindak sebagai principal. Teori ini menyatakan bahwa hubungan keagenan timbul ketika salah satu pihak (*prinsipal*) menyewa pihak lain (agen) untuk melakukan beberapa jasa untuk kepentingannya yang melibatkan pendelegasian beberapa otoritas pembuatan keputusan kepada agen. Yang dimaksud dengan *principal* adalah pemegang saham atau investor, sedangkan yang dimaksud agen adalah manajemen yang mengelola perusahaan.

2. *Legitimacy Theory*

Legimitasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat. Untuk mencapai tujuan ini organisasi berusaha untuk mengembangkan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang dihubungkan dengan kegiatannya dan norma-norma dari perilaku yang diterima dalam sistem sosial yang lebih besar dimana organisasi itu berada serta menjadi bagiannya.

3. *Stakeholder Theory*

Menurut Wikipedia, Teori *Stakeholder* diartikan sebagai: “*a theory of organizational management and business ethics that addresses morals and values in managing on organization*”. Atau dengan kata lain teori *stakeholder* adalah teori etika manajemen dan bisnis organisasi yang membahas moral dan nilai-nilai dalam mengelola organisasi. Menurut teori

stakeholder, meningkatkan CSR membuat perusahaan lebih menarik bagi konsumen. Oleh karena itu, CSR harus dilakukan oleh semua perusahaan.

2.2.3.8 Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Islam

Dalam Al-quran surat Al-Baqarah ayat 177 yaitu:

لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ
بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ عَلَىٰ
حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي
الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا
وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ (١٧٧)

“Kebajikan itu bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat, tetapi kebajikan itu ialah (kebajikan) orang yang beriman kepada Allah, hari akhir, malaikat-malaikat, kitab-kitab, dan nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabat, anak yatim, orang-orang miskin, orang-orang yang dalam perjalanan (musafir), peminta-minta, dan untuk memerdekakan hamba sahaya, yang melaksanakan shalat dan menunaikan zakat, orang-orang yang menepati janji apa bila berjanji, dan orang yang sabar dalam kemelaratan, penderitaan dan pada masa peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar, dan mereka itulah orang-orang yang bertakwa.”

Dari ayat di atas dapat diambil kesimpulan bahwa Islam adalah agama yang mengedepankan pentingnya nilai-nilai sosial di masyarakat ketimbang hanya sekedar menghadapkan wajah kita ke barat dan ke timur dalam shalat. Tanpa mengesampingkan akan pentingnya shalat dalam Islam, Al-quran menintegrasikan makna dan tujuan shalat dengan nilai-nilai sosial. Di samping memberikan nilai keimanan berupa iman kepada Allah SWT, Kitab-Nya, dan

Hari Kiamat, Al-quran menegaskan bahwa keimanan tersebut tidak sempurna jika tidak disertai dengan amalan-amalan sosial berupa kepedulian dan pelayanan kepada kerabat, anak yatim, orang miskin, dan musafir serta menjamin kesejahteraan mereka yang membutuhkan.

Dilihat dari kacamata ajaran ihsan, program CSR merupakan pengejawatahan dan ajaran kebajikan yang sangat mulia dan terhormat, baik di sisi manusia maupun Tuhan. Djakfar (2012: 225) program CSR juga merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam. Alah adalah Pemilik Mutlak (*haqiqiyah*), sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (*temporer*) yang berfungsi sebagai penerima amanah. Selain itu, ia didorong untuk berbuat ihsan (baik) dan dilarang membuat kerusakan di muka bumi, sebagaimana firman-Nya:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا
أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.” (QS Al-Qashash, 77)”

Dengan demikian, melakukan program CSR jika motivasinya (niat) tulus membantu masyarakat yang membutuhkan, niscaya bisa dikategorikan ke dalam ibadah *ghairu mahdlah*. Maksudnya, kendati program itu pada asalnya bukan termasuk ibadah, namun karena semata untuk membantu orang lain dan berharap ridla Allah SWT, maka subjek pelakunya akan mendapat pahala

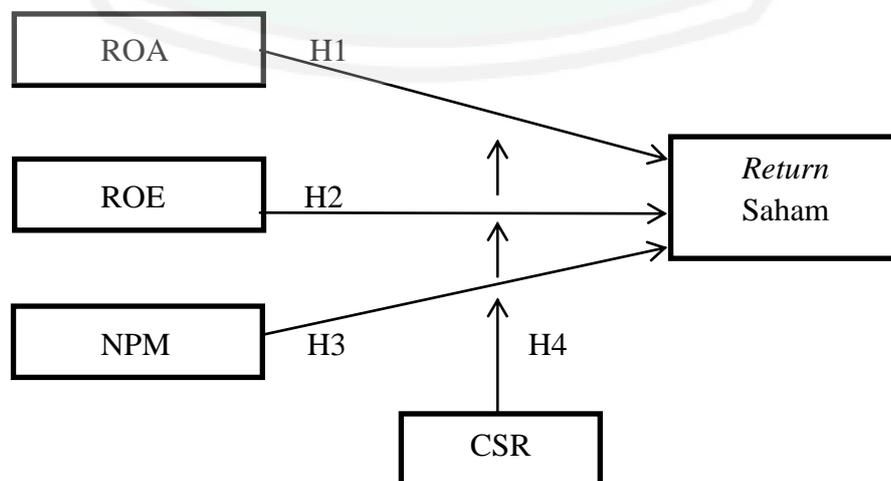
sebagaimana melakukan ibadah. Ini berarti apabila niat yang dicanangkan seperti itu, maka keuntungan melakukan CSR tidak saja perusahaan akan semakin dekat dengan masyarakat. Namun yang lebih bermakna, para pengelolanya akan semakin dekat dan mendapat pahala dari Tuhan Yang Maha Rahman, Maha Rahim, dan Maha melihat.

Apabila tidak, katakan saja program CSR itu hanya bermotif ekonomi semata, maka niscaya tidak akan memperoleh pahala ibadah, karena sejak awal telah teralienasi dari nilai-nilai teologis yang sejatinya dapat disetting sejak merencanakan program. Karena itu betapa ruginya perusahaan yang melakukan program CSR hanya semata-mata ingin meraih keuntungan duniawi sesaat (Djakfar, 2012: 28).

2.3 Model Hipotesis

Berdasarkan pemaparan di atas, maka terdapat model hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

Gambar 2.1
Model Hipotesis



Dari gambar kerangka konseptual diatas, dijelaskan bahwa profitabilitas yang diukur dengan *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE) dan *Net Profit Margin* (NPM) dapat mempengaruhi *return* saham dengan *Corporate Social Respsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi. Variabel moderasi adalah variabel independen yang akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen lainnya terhadap variabel dependen.

2.4 Hipotesis Penelitian

2.4.1 Pengaruh *Return on Assets* (ROA) terhadap *Return Saham*

ROA mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat asset yang tertentu, rasio ini merupakan rasio terpenting diantara rasio profitabilitas lainnya. semakin besar ROA berarti semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar, dan sebaliknya (Sudana, 2009: 26).

Semakin besar ROA menunjukkan semakin efisien perputaran aset perusahaan tersebut dan semakin besar pula *profit margin* yang diperoleh perusahaan. Hal ini akan menarik minat para investor untuk membeli saham, dengan adanya peningkatan permintaan akan menyebabkan kenaikan harga saham. kenaikan harga saham akan memungkinkan investor mendapat keuntungan (*return*) yang meningkat (Brigham & Houston, 2009:54). Menurut hasil penelitian Putra dan Dana (2016), Rosa (2014) menunjukkan bahwa

indikator ROA mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan dengan hipotesis:

H1 : ROA berpengaruh terhadap *return* saham.

2.4.2 Pengaruh *Return on Equity* (ROE) terhadap *Return* Saham

ROE mengukur keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba bagi para pemegang saham. oleh karena itu ROE dianggap sebagai representasi dari kekayaan pemegang saham atau nilai perusahaan (Mardiyanto, 2008: 63).

Dengan adanya peningkatan ROE, dapat dikatakan bahwa kinerja perusahaan dilihat dari aspek profitabilitasnya semakin baik. Kinerja perusahaan yang membaik akan menarik minat investor untuk membeli saham, tentunya juga diikuti kenaikan harga saham dan *return* saham akan ikut naik (Anggraini, 2007:45). Dibuktikan dengan hasil penelitian Mughni (2017) menunjukkan bahwa ROE berpengaruh signifikan terhadap *return* saham, namun berbeda dengan penelitian Zahro (2012) dan Sari (2016) hasil penelitiannya menunjukkan adanya pengaruh negatif ROA terhadap *return* saham. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan dengan hipotesis:

H2 : ROE berpengaruh terhadap *return* saham.

2.4.3 Pengaruh *Net Profit Margin* (NPM) terhadap *Return* Saham

NPM mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari penjualan yang dilakukan perusahaan. Jadi kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih atas penjualan semakin meningkat maka hal

ini akan berdampak pada meningkatnya pendapatan yang akan di terima oleh pemegang saham. NPM semakin meningkat menggambarkan kinerja perusahaan yang semakin baik dan keuntungan yang diperoleh pemegang saham akan meningkat pula (Sudana, 2009: 27).

Dengan semakin meningkatnya NPM akan mencerminkan bagian laba dalam bentuk *capital gain* maupun *dividen* yang diterima oleh pemegang saham semakin besar. Dengan demikian para investor atau calon investor lain akan tertarik untuk menanamkan dananya ke dalam perusahaan tersebut. Berdasarkan konsep tersebut maka NPM berpengaruh positif terhadap *return* saham. Penelitian Budi (2012) dan Sari (2016) menunjukkan bahwa indikator NPM mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *retrun* saham. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan dengan hipotesis:

H3 : NPM berpengaruh terhadap *return* saham

2.4.4 Pengaruh Moderasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada hubungan Profitabilitas terhadap *Return* Saham

Teori sinyal menjelaskan bahwa pengungkapan aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan CSR merupakan salah satu cara untuk mengirimkan signal positif kepada *stakeholder* dan pasar mengenai prospek perusahaan di masa yang akan datang bahwa perusahaan memberikan *guarantee* atas keberlangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang.

Selain itu perusahaan juga harus memperhatikan kesejahteraan dan keselamatan karyawannya hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* menjelaskan

bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya (Ghozali dan Chariri, 2007:30). Sejalan dengan teori legitimasi, legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai (*congruent*) dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan (Hadi, 2011:23).

Pelaksanaan program CSR merupakan salah satu bukti bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi pada kepentingan *shareholder* dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, namun juga pada kepentingan *stakeholder*. Pengungkapan pelaksanaan program CSR perusahaan kepada *stakeholder* diharapkan dapat meningkatkan *image* perusahaan menjadi lebih baik untuk mendorong penjualan produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Selanjutnya, pengungkapan pelaksanaan program CSR turut serta meningkatkan akuntabilitas dan apresiasi positif para investor untuk membeli saham diperusahaan tersebut, karena adanya tingkat keuntungan (*return*) yang ditawarkan dalam jangka panjang.

Penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Utama (2015) CSR menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap *return* saham. Hal yang sama ditunjukkan dalam penelitian Budi (2012) hasil penelitiannya menunjukkan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Amini (2016) bahwa CSR yang diukur dengan CSRD I tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* saham.

Jogiyanto (2015:89), menunjukkan indikasi bahwa pengungkapan CSR dapat dijadikan sebagai salah satu informasi penentu keputusan investasi oleh para investor. CSR sendiri merupakan suatu bentuk komitmen akan etika bisnis perusahaan dalam menjalankan usaha sehingga mendapat keuntungan. Nantinya keuntungan yang didapat perusahaan akan memberikan dampak positif yang cenderung besar bagi perusahaan tersebut. Keuntungan inilah yang merupakan kunci informasi bagi investor dalam menganalisis suatu perusahaan guna pengambilan keputusan investasinya. Putri, dkk (2014) dan Putra (2015) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap profitabilitas. Dari pemaparan tersebut, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H4 : *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memoderasi dengan memperkuat pengaruh profitabilitas yang di proksikan dengan *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM) terhadap *return* saham.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan alat statistik dan pengujian hipotesis. Menurut Sugiyanto (2013:8) penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi dari penelitian ini adalah di Galeri Investasi BEI Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang datanya dapat diambil dari data sekunder melalui BEI dengan website www.idx.co.id.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan obyek penelitian baik terdiri dari benda yang nyata, abstrak, peristiwa ataupun gejala yang merupakan sumber data dan memiliki karakter tertentu dan sama (Sukandarrumidi, 2005:47). Populasi penelitian ini sebanyak 18 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dimana perusahaan-perusahaan bisa mempublikasikan laporan-laporan keuangannya pada masyarakat umum. Penelitian ini mengambil periode 2013-2017.

Sampel adalah sekelompok kecil yang diamati dan merupakan bagian dari populasi sehingga sifat dan karakteristik populasi juga dimiliki oleh sampel (Sedarmayanti, 2002:37). Dari populasi yang telah di sebutkan di atas, pengambilan sampel dari perusahaan makanan dan minuman dengan persyaratan kriteria sampel.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, dengan tujuan untuk memperoleh sampel yang representatif berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini:

- a. Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013-2017, jika perusahaan baru terdaftar pada tahun tersebut atau delisting pada tahun tersebut maka perusahaan tidak dapat dijadikan sampel.
- b. Perusahaan makanan dan minuman yang mempublikasikan laporan keuangan selama tahun pengamatan dari tahun 2013-2017.
- c. Perusahaan makanan dan minuman harus mengalami laba pada tahun 2013-2017.
- d. Perusahaan makanan dan minuman yang menginformasikan data mengenai CSR.
- e. Perusahaan makanan dan minuman harus mempunyai data secara lengkap untuk kebutuhan penelitian kali ini.

Tabel 3.1
Kriteria Pengambilan Sampel

No	Keterangan	Jumlah
1.	Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI	18
2.	Perusahaan makanan dan minuman yang baru terdaftar atau delisting pada tahun 2013-2017	(4)
3.	Perusahaan makanan dan minuman pada tahun 2013-2017 yang tidak mengalami laba (rugi)	(2)
4.	Perusahaan makanan dan minuman yang tidak mempublikasikan data secara lengkap dalam penelitian ini	(2)
	Jumlah sampel penelitian periode 2013-2017	10

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2018

Berdasarkan kriteria pemilihan sampel yang telah diketahui diatas, maka di dapatkan 10 nama sampel perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2013-2017 sebagai berikut:

Tabel 3.2
Daftar Perusahaan yang di Jadikan Sampel

No	Kode Saham	Nama Perusahaan
1.	AISA	PT. Tiga Pilar Sejahtera Food, Tbk.
2.	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia, Tbk.
3.	DLTA	PT. Delta Djakarta, Tbk.
4.	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk.
5.	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk.
6.	MLBI	PT. Multi Bintang Indonesia, Tbk.
7.	MYOR	PT. Mayora Indah, Tbk.
8.	ROTI	PT. Nippon Indosari Corpindo, Tbk.
9.	STTP	PT. Siantar Top, Tbk.
10.	ULTJ	PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company, Tbk.

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2018

3.5 Data dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder (Abdillah dan Jogiyanto, 2015: 51) merupakan data yang diperoleh melalui atau berasal dari pihak

kedua yang ikut mengetahui atau memiliki suatu data. Data sekunder tersebut berupa laporan tahunan perusahaan, laporan tahunan tersebut digunakan untuk mengetahui profitabilitas dengan GRI *corporate social responsibility* perusahaan yang diperoleh di situs BEI yaitu www.idx.co.id.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik dokumentasi, yang mana metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan seluruh data sekunder yang terdapat di dalam laporan keuangan perusahaan, dan seluruh informasi melalui jurnal, jurnal, dan media informasi lainnya yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah yang ada (Arikunto, 2013: 274). Adapun data yang dikumpulkan adalah data laporan keuangan selama kurun waktu lima tahun pada perusahaan makanan dan minuman yang telah *go public* di BEI periode 2013-2017.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Setelah ditentukan variabel bebas (*Independent variabel*), variabel terikat (*Dependent variabel*), dan variabel moderasi maka akan dijelaskan pendefinisian terhadap masing-masing variabel. Penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

3.7.1 Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini yaitu profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE) dan *Net Profit Margin* (NPM).

3.7.1.1 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Secara garis besar laba yang dihasilkan perusahaan berasal dari penjualan dan investasi yang dilakukan oleh perusahaan. Profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return on Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE) dan *Net Profit Margin* (NPM).

a. *Return on Assets* (ROA)

ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Semakin besar ROA, berarti semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar, dan sebaliknya (Sudana, 2009: 26). Rumus untuk mencari *Return On Asset* dapat digunakan sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Assets}}$$

b. *Return On Equity* (ROE)

Return On Equity (ROE) adalah salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur dan membandingkan kinerja profitabilitas perusahaan. (Horne dan John, 2005:181) ROE dibutuhkan investor untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba bersih yang berkaitan dengan dividen.

Pemilihan ROE sebagai poksi dari profitabilitas adalah karena dalam ROE menunjukkan, semakin tinggi ROE menunjukkan semakin efisien perusahaan dalam menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba investor yang ditanam pada perusahaan.

Rumus untuk mencari *Return On Equity* sebagai berikut:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Equity}}$$

c. *Net Profit Margin* (NPM)

Net Profit Margin adalah rasio yang digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari penjualan yang dilakukan perusahaan. (Sudana, 2009: 26) Rasio ini mencerminkan efisiensi seluruh bagian, yaitu produksi, personalia, pemasaran, dan keuangan yang ada dalam perusahaan. Rumus untuk mencari *Net Profit Margin* sebagai berikut:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Earning After tax}}{\text{Sales}}$$

3.7.2 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen yang diteliti dalam penelitian ini adalah *Return Saham* (Y). *Return* merupakan salah satu faktor yang memotivasi investor berinvestasi dan juga merupakan imbalan atas keberanian investor

menanggung risiko atas investasi yang dilakukannya. Sumber-sumber return investasi terdiri dari dua komponen utama, yaitu *yield* dan *capital gain (loss)*. Dalam penelitian ini sumber return yang digunakan adalah *capital gain (loss)* yaitu return yang diperoleh dari perubahan harga sekuritas (selisih antara harga beli dan harga jual). (Tandelilin, 2010:102).

Adapun rumus untuk menentukan return berdasarkan selisih harga saham (*capital gain*) adalah sebagai berikut: (Jogiyanto, 2015: 264)

$$Return (R_i) = (P_t - P_{t-1}) / P_{t-1}$$

Dimana: R_i = Tingkat keuntungan saham i
 P_t = Harga saham pada periode t
 P_{t-1} = Harga saham pada periode t-1

3.7.3 Variabel Moderasi

Variabel Moderasi adalah variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel moderasi pada penelitian ini menggunakan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang diproksikan ke dalam pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR adalah pengungkapan informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan di dalam laporan tahunan. Instrumen pengukuran yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada GRI-G4. Dalam menentukan indeks pengungkapan menggunakan teknik tabulasi berdasarkan daftar (*checklist*) pengungkapan sosial. Adapun langkah – langkah yang perlu dilakukan yaitu:

- a. Membuat suatu daftar pengungkapan sosial. Daftar disusun dalam bentuk daftar item pengungkapan yang masing – masing item disediakan tempat jawaban mengenai status pengungkapannya pada laporan yang bersangkutan.
- b. Menentukan indeks pengungkapan sosial untuk perusahaan berdasarkan daftar pengungkapan sosial. Dalam menentukan indeks ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:
 - 1) Pemberian skor pengungkapan bersifat dikotomi, dimana sebuah item pengungkapan diberi skor 1 apabila diungkapkan dan diberi skor 0 jika tidak diungkapkan. Menggunakan model pengungkapan yang tidak diberi bobot sehingga memperlakukan semua item pengungkapan secara sama.
 - 2) Skor yang diperoleh dijumlahkan untuk mendapatkan skor total.
 - 3) Perhitungan indeks dilakukan dengan cara membagi skor total dengan skor total yang diharapkan.

Instrument pengukuran *CSRDI (Corporate Social Responsibility Disclosure Index)* dilakukan dengan menggunakan pendekatan dikotomi. Rumus perhitungan CSRDI adalah sebagai berikut (Sayekti dan Wondabio, 2007) :

$$\text{CSRDI}_j = \frac{\sum X_j}{N_j}$$

CSRDI_i = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan *j*.
 $\sum X_j$ = total angka atau skor yang diperoleh masing-masing perusahaan.

N_j = jumlah item pengungkapan CSR (91).

3.8 Analisis Data

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh hubungan antara variabel independen dan dependen, serta menguji apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai pengaruh terhadap hubungan antara ROA, ROE, dan NPM. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dan *Moderating Regression Analysis* (MRA).

3.8.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskripsi menurut Sugiyono (2005: 142) adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Data tersebut berasal dari data sekunder, dimana data-data tersebut bersumber dari laporan keuangan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2017.

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang baik yaitu memiliki distribusi data normal atau mendekati normal dan juga harus bebas dari asumsi klasik (multikolinearitas, heterokedstisitas, dan autokorelasi).

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji

normalitas dilakukan dengan menggunakan grafik normal probability plot (grafik plot). Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika data menyebar disekitar diagonal dan mengikuti arah garis dialog, maka regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis dialog dan atau tidak mengikuti arah garis dialog, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2007:26).

Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan cara melihat grafik *plot* antar nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antar SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi-Y

sesungguhnya) yang telah di-*studentized* (Ghozali, 2007:28). Selain itu untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan uji *Glejser*, apabila probabilitas signifikansinya di atas 5%. Untuk mendeteksi dapat dilihat pada gambar grafik *scatter plot*, apabila ada pola-pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola teratur maka disebut heterokedastisitas.

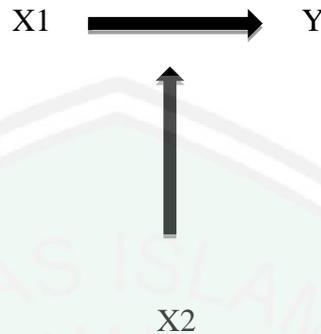
c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$. Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala autokorelasi dalam model regresi linier bisa dilakukan dengan pendeteksian dengan percobaan Durbin-Watson (Uji DW) dengan ketentuan jika angka D-W diantara -2 sampai $+2$, berarti tidak ada autokorelasi.

3.8.3 Regresi Linier Berganda dengan MRA (*Moderating Regression Analysis*)

Ghozali (2016: 213) variabel moderating adalah variabel independen yang akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen lainnya terhadap variabel dependen. Model hubungan menggambarkan adanya pengaruh moderating sebagai berikut:

Gambar 3.1 Model Hubungan Regresi Dengan Variabel Moderating



Pada gambar 3.1 merupakan variabel X2 sebagai variabel moderating, karena dapat memperkuat atau memperlemah hubungan X1 dan Y. Maka dari itu, semakin tinggi X1 dan X2, maka semakin tinggi Y, sebaliknya semakin rendah X1 dan X2, maka semakin rendah pula Y.

Adapun cara untuk menguji regresi dengan variabel moderating yaitu MRA (*Moderating Regression Analysis*). Analisis MRA ini selain untuk melihat apakah terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel tak bebas juga untuk melihat apakah dengan diperhatikannya variabel moderasi dalam model, dapat meningkatkan pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel tak bebas atau malah sebaliknya. MRA (*Moderating Regression Analysis*) atau uji interaksi yaitu aplikasi khusus untuk regresi berganda linier dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 Z + \beta_3 X_1 * Z + e$$

Keterangan:

Y	= <i>Return Saham</i>
a	= <i>Konstanta</i>
$\beta_1 - \beta_3$	= <i>Koefisien regresi</i>
X1	= <i>Profitabilitas</i>
Z	= <i>CSR</i>
e	= <i>standard error</i>

Dari hasil persamaan- persamaan diatas dapat terjadi beberapa kemungkinan sebagai berikut:

1. Jika variabel moderator (Z) tidak berintraksi dengan variabel *prediktor/* independen (X) namun berhubungan dengan variabel *criterion/* dependen (Y) maka variabel Z tersebut bukanlah variabel moderator melainkan merupakan variabel intervening atau variabel independen.
2. Jika variabel moderator (Z) berinteraksi dengan variabel independen (X) dan juga tidak terjadi hubungan dengan variabel dependen (Y) maka variabel Z tersebut merupakan variabel quasi moderator homologizer.
3. Jika variabel moderator (Z) berinteraksi dengan variabel independen (X) dan juga berhubungan signifikan dengan variabel dependen (Y) maka variabel Z tersebut merupakan *variabel qusai dependen* (moderator semu). Hal ini karena variabel Z tersebut dapat berlaku sebagai moderator juga sekaligus sebagai variabel independen.
4. Jika variabel moderator (Z) berinteraksi dengan variabel independen (X) namun tidak berhubungan signifikan dengan variabel dependen (Y), maka variabel Z tersebut merupakan variabel *pure moderator* (Moderator murni).

Untuk menilai ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *goodness of fit* nya. Secara statistik *goodness of fit* dapat diukur dari nilai statistic t, nilai statistic f dan nilai koefisien determinasi. Dengan demikian untuk menilai ketepatan fungsi regresi sampel perlu dilakukan uji hipotesis berupa uji t.

3.8.4 Uji Hipotesis

3.8.4.1 Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2007:198) koefisien determinasi adalah ikhtisar yang menyatakan seberapa baik garis regresi mencocokkan data. Nilai R berkisar antara 0-1. Nilai yang kecil diartikan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Sedangkan, nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen yang memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

3.8.4.2 Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2012: 98) Uji Statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistic F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai F lebih besar dari 4 maka H_0 ditolak pada derajat kepercayaan 5% dengan kata lain menerima hipotesis *alternatife*, yang menyatakan

bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

- 2) Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan F menurut tabel. Apabila nilai F_{hitung} lebih besar dari pada nilai F_{tabel} , maka H_0 ditolak dan menerima H_a .

3.8.4.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji signifikansi parameter individual menunjukkan seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji signifikansi parameter individual, nilai t hitung akan dibandingkan dengan nilai t tabel, cara yang akan dilakukan, sebagai berikut:

1. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau probabilitas $<$ tingkat signifikansi ($sig < 0,005$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak, variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau probabilitas $>$ tingkat signifikansi ($sig > 0,005$), maka H_a ditolak dan H_0 diterima, variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Sub sektor industri makanan dan minuman merupakan industri yang mengolah bahan mentah atau barang menjadi barang jadi yang berupa makanan dan minuman. Industri makanan dan minuman sendiri biasanya memproduksi bahan baku dari bahan pangan yang diolah menjadi bahan pangan lainnya, kemudian dijual guna memperoleh keuntungan yang besar dan merupakan salah satu kategori sektor industri di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang mempunyai peluang untuk tumbuh dan berkembang.

Dipilihnya perusahaan makanan dan minuman sebagai populasi dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh profitabilitas terhadap *return* saham dengan meletakkan program sosial (aktivitas CSR perusahaan) sebagai variabel moderasi. Sebagai subsektor industri yang memegang peranan penting dalam menyumbang nilai PDB, perusahaan makanan dan minuman harus mampu meningkatkan profitabilitasnya secara konsisten agar *return* yang diperoleh perusahaan juga semakin meningkat. Selain itu, pemilihan ini juga merupakan upaya untuk membuktikan ada tidaknya pengaruh aktivitas CSR, mengingat pada awal diterbitkannya Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 banyak kaangan asosiasi industri yang menolak diwajibkannya

pengungkapan CSR, termasuk asosiasi pengusaha makanan dan minuman (Ridwan, 2007).

Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu menggunakan *purposive sampling*, dengan tujuan untuk memperoleh sampel yang representatif berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini:

- 1) Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013-2017, jika perusahaan baru terdaftar pada tahun tersebut atau delisting pada tahun tersebut maka perusahaan tidak dapat dijadikan sampel.
- 2) Perusahaan makanan dan minuman yang mempublikasikan laporan keuangan selama tahun pengamatan dari tahun 2013-2017.
- 3) Perusahaan makanan dan minuman harus mengalami laba pada tahun 2013-2017.
- 4) Perusahaan makanan dan minuman yang menginformasikan data mengenai CSR.
- 5) Perusahaan makanan dan minuman harus mempunyai data secara lengkap untuk kebutuhan penelitian kali ini.

Berdasarkan kriteria pemilihan sampel yang telah diketahui diatas, maka di dapatkan 10 nama sampel perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2013-2017 sebagai berikut:

Tabel 4.1.
Daftar Perusahaan yang di Jadikan Sampel

No	Kode Saham	Nama Perusahaan
1.	AISA	PT. Tiga Pilar Sejahtera Food, Tbk.
2.	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia, Tbk.
3.	DLTA	PT. Delta Djakarta, Tbk.
4.	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk.
5.	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk.
6.	MLBI	PT. Multi Bintang Indonesia, Tbk.
7.	MYOR	PT. Mayora Indah, Tbk.
8.	ROTI	PT. Nippon Indosari Corpindo, Tbk.
9.	STTP	PT. Siantar Top, Tbk.
10.	ULTJ	PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company, Tbk.

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

4.1.2. Deskripsi Variabel Penelitian

4.1.2.1. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan perhitungan rasio yang mengukur efektifitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya yang diperoleh perusahaan dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Rasio profitabilitas yang semakin baik maka semakin baik pula dalam menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan. Dalam penelitian ini terdapat tiga perhitungan rasio yang menjadi pengukur rasio profitabilitas, yaitu *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM).

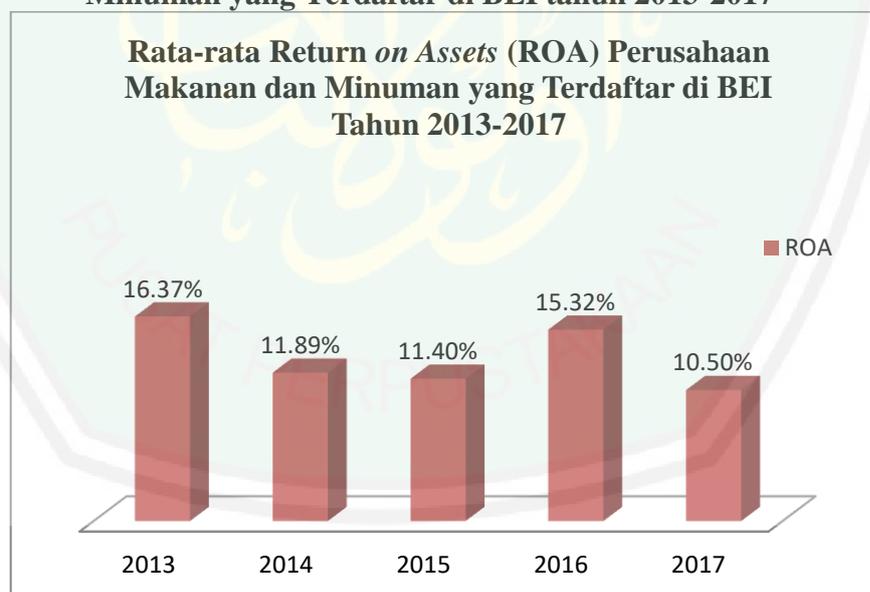
a. *Return on Assets* (ROA)

Return on Assets (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. ROA digunakan untuk

mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Semakin tinggi nilai ROA, berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset perusahaan. Sebaliknya, semakin rendah ROA berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dalam setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.

Berikut merupakan grafik yang menggambarkan pergerakan rata-rata nilai *Return on Assets* (ROA) pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2017.

Gambar 4.1.
Grafik Perkembangan *Return on Assets* (ROA) Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI tahun 2013-2017



Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2018)

Berdasarkan grafik perkembangan *Return On Assets* (ROA) diatas dapat diketahui bahwa nilai ROA pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2017 mengalami fluktuasi. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata nilai ROA pada tahun 2013 sebesar 16,37%,

tahun 2014 mengalami penurunan dengan rata-rata nilai ROA yaitu sebesar 11,89%, tahun 2015 dengan rata-rata nilai ROA yaitu sebesar 11,40%, yang selanjutnya pada tahun 2016 mengalami peningkatan dengan rata-rata nilai ROA sebesar 15,32%, dan pada tahun selanjutnya yaitu 2017 mengalami penurunan dengan rata-rata nilai ROA sebesar 10,50%.

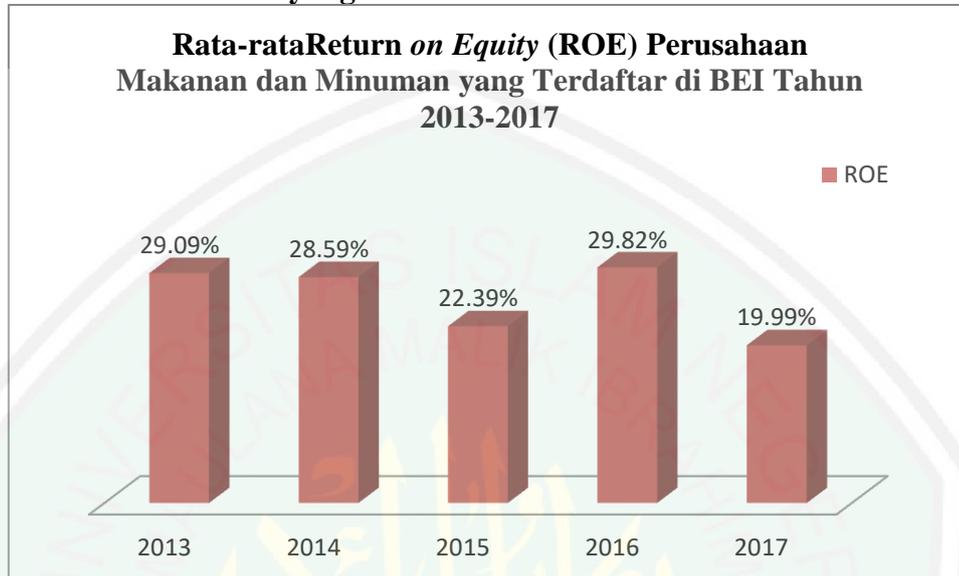
Peningkatan dan penurunan ROA pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI dapat disebabkan oleh penurunan dan kenaikan laba bersih tersebut juga diikuti dengan penurunan dan kenaikan aset perusahaan serta beban-beban perusahaan. Kenaikan dan penurunan laba bersih tersebut disebabkan oleh kenaikan laba kotor namun diikuti dengan biaya-biaya dan beban-beban yang ditanggung oleh perusahaan sehingga menyebabkan laba bersih perusahaan mengalami penurunan dan kenaikan.

b. Return on Equity (ROE)

Return on Equity (ROE) merupakan rasio yang menggambarkan seberapa besar kontribusi dari total ekuitas perusahaan dalam menciptakan laba yang diperoleh perusahaan. Semakin tinggi nilai ROE, maka semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan perusahaan dari setiap dana yang tertanam dalam ekuitas. Begitu juga sebaliknya semakin rendah ROE, maka semakin rendah pula laba bersih yang dihasilkan perusahaan dari setiap dana yang tertanam dalam ekuitas.

Berikut merupakan grafik yang menggambarkan pergerakan rata-rata nilai *Return on Equity* (ROE) pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2017.

Gambar 4.2.
Grafik Perkembangan *Return on Equity* (ROE) Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI tahun 2013-2017



Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2018)

Berdasarkan grafik perkembangan *Return On Equity* (ROE) diatas dapat diketahui bahwa, sama halnya dengan ROA rata-rata nilai ROE pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2013-2017 mengalami fluktuasi. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata nilai ROE pada tahun 2013 sebesar 29,09%, pada tahun 2014 rata-rata nilai ROE sebesar 28,59%, pada tahun 2015 rata-rata nilai ROE mengalami penurunan yaitu sebesar 22,39%, selanjutnya pada tahun 2016 rata-rata nilai ROE mengalami peningkatan yaitu sebesar 29,82%, dan pada tahun 2017 rata-rata nilai ROE mengalami penurunan yaitu sebesar 19,99%.

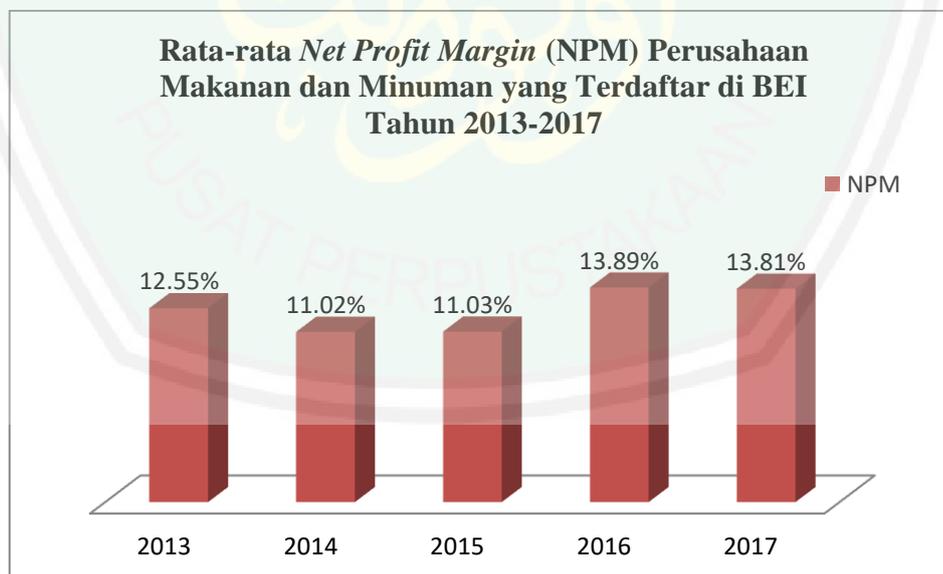
Tinggi rendahnya nilai ROE disebabkan oleh proporsi laba setelah pajak dan proporsi modal sendiri. Sehingga jika nilai ROE rendah disebabkan oleh proporsi laba setelah pajak mengalami penurunan dan proporsi modal sendiri mengalami peningkatan.

c. *Net Profit Margin* (NPM)

Net Profit Margin (NPM) adalah rasio yang digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari penjualan yang dilakukan perusahaan. Rasio ini mencerminkan efisiensi seluruh bagian, yaitu produksi, personalia, pemasaran, dan keuangan yang ada dalam perusahaan.

Berikut merupakan grafik yang menggambarkan pergerakan rata-rata nilai *Net Profit Margin* (NPM) pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2017.

Gambar 4.3.
Grafik Perkembangan *Return on Equity* (ROE) Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI tahun 2013-2017



Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2018)

Berdasarkan grafik perkembangan *Net Profit Margin* (NPM) diatas dapat diketahui bahwa perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode

2013-2015 juga mengalami fluktuasi. Pada tahun 2013, nilai NPM perusahaan makanan dan minuman sebesar 12,55%, selanjutnya pada tahun 2014 nilai NPM perusahaan makanan dan minuman mengalami penurunan yaitu sebesar 11,02%, tahun 2015 sebesar 11,03%, yang selanjutnya pada tahun 2016 nilai NPM perusahaan makanan dan minuman mengalami peningkatan yaitu sebesar 13,89%, dan pada tahun 2017 nilai NPM perusahaan makanan dan minuman sebesar 13,81%. Hal ini disebabkan proporsi laba setelah pajak dan proporsi penjualan mengalami peningkatan dan penurunan dari tahun 2013-2017.

4.1.2.2. Return Saham

Return saham merupakan tingkat pengembalian atas investasi yang dilakukan untuk meningkatkan keuntungan dan kekayaan oleh para investor. *Return* saham menjadi salah satu alasan yang memotivasi investor untuk melakukan investasi pada saham. *Return* saham terdiri dari *capital gain* dan juga *yield*. Dalam penelitian ini, *return* saham berupa *capital gain* perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2017.

Berikut merupakan grafik yang menggambarkan pergerakan rata-rata nilai *Return* saham pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2017.

Gambar 4.4.
Grafik Perkembangan *Return* Saham Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI tahun 2013-2017



Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2018)

Berdasarkan grafik perkembangan *return* saham diatas dapat diketahui bahwa terjadi penurunan yang cukup drastis rata-rata nilai *return* saham pada perusahaan makanan dan minuman pada periode 2013 ke 2014 dan 2015. 2013 nilai rata-rata *return* saham terbilang sangat baik yaitu sebesar 0,506 sedangkan tahun 2014 perkembangannya turun menjadi 0, 243 dan tahun 2015 lebih meurun menjadi -0,096. Namun pada tahun 2016 perkembangan rata-rata nilai *return* saham mengalami kenaikan menjadi 0,173, dan tahun 2017 sebesar 0,126.

Rata-rata nilai *return* yang terjadi pada tahun 2013-2017 menunjukkan bahwa *return* yang diperoleh investor yang berinvestasi pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI mengalami peningkatan dan penurunan. Naik dan turunnya *return* tersebut dapat disebabkan oleh permintaan akan saham pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Perusahaan makanan dan minuman yang mempunyai prospek dan dianggap kebal dengan kondisi krisis

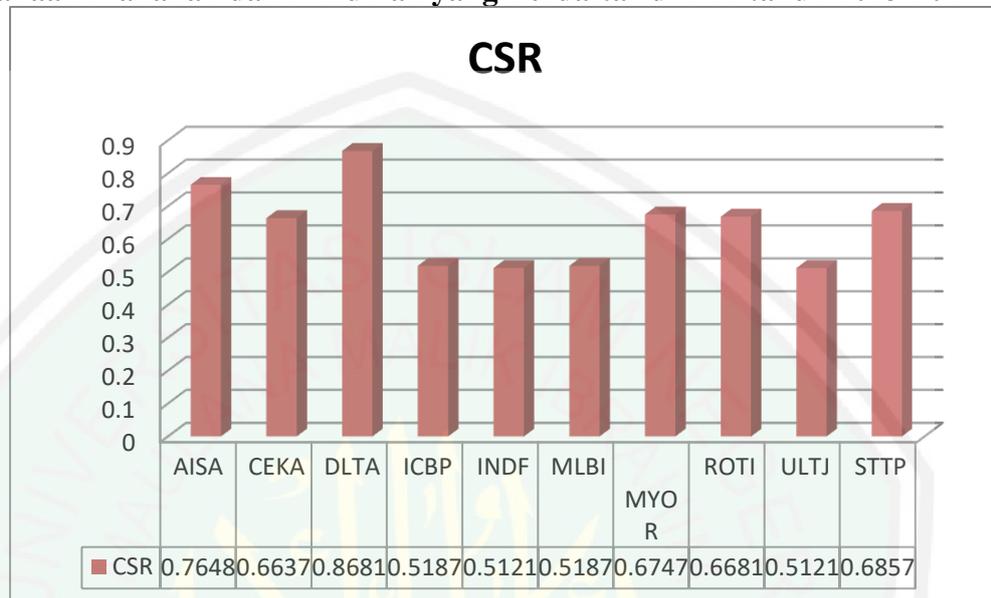
global, sehingga dianggap akan mampu memiliki keuntungan yang tinggi menyebabkan banyak minat para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan makanan dan minuman. Penurunan *return* saham yang cukup tinggi terjadi pada 2015 dan peningkatan *return* saham tertinggi terjadi pada tahun 2013.

4.1.2.3. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Variabel moderasi adalah variabel yang mendukung atau melemahkan hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel moderasi yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diprosikan ke dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan atau tanggung jawab perusahaan untuk berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi, lingkungan, dan sosial masyarakat sekitar perusahaan. Berikut merupakan grafik yang menggambarkan pergerakan rata-rata nilai *Corporate Social Responsibility* (CSR) saham pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2017.

Gambar 4.5.
Grafik Perkembangan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)
Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI tahun 2013-2017



Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2018)

Berdasarkan grafik perkembangan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan makanan dan minuman periode 2013-2017. Untuk saham AISA memperoleh rata-rata nilai CSRI sebesar 0,765, CEKA sebesar 0,664, DLTA sebesar 0,868, ICBP sebesar 0,519, INDF sebesar 0,512, MLBI sebesar 0,519, MYOR sebesar 0,675, ROTI sebesar , 0,668, selanjutnya untuk kode saham ULTJ memperoleh rata-rata nilai CSRI sebesar 0,512, dan kode saham STTP sebesar 0,686. Perusahaan yang memiliki nilai CSRI tertinggi adalah PT. Delta Djakarta, Tbk (DLTA) pada periode 2013-2017.

4.2. Analisis Data

4.2.1. Statistik Deskriptif

Tujuan penggunaannya adalah untuk mengetahui gambaran umum mengenai data penelitian dan hubungan yang ada antara variabel-variabel yang

digunakan dalam penelitian. Statistik deskriptif memberikan gambaran mengenai nilai minimum, nilai maksimum, nilai total, nilai rata-rata dan standar deviasi yang digunakan dalam penelitian. Statistik deskriptif dalam penelitian ini pada dasarnya merupakan proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi yang menyajikan ringkasan, pengukuran atau penyusunan data dalam bentuk tabel numerik dan grafik sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan.

Tabel 4.2.
Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Return Saham	50	-0,26	0,96	0,196	0,314
CSR	50	0,49	0,87	0,639	0,118
NPM	50	1,11	12,44	6,339	3,144
ROA	50	1,83	18,50	7,933	4,168
ROE	50	3,77	28,12	14,809	5,934
Valid N (listwise)	50				

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2018)

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada tabel 4.2 dapat dijelaskan hasil sebagai berikut.

- 1) Nilai *return* saham perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2013-2017 memiliki rata-rata sebesar 0,196 dengan nilai minimum sebesar -0,26 dan nilai maksimum sebesar 0,96.
- 2) Nilai rata-rata CSR pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2013-2017 adalah sebesar 0,639. Nilai maksimum CSR sebesar 0,87 dan nilai minimum CSR sebesar 0,49 sedangkan Standar Deviasi CSR sebesar 0,118.

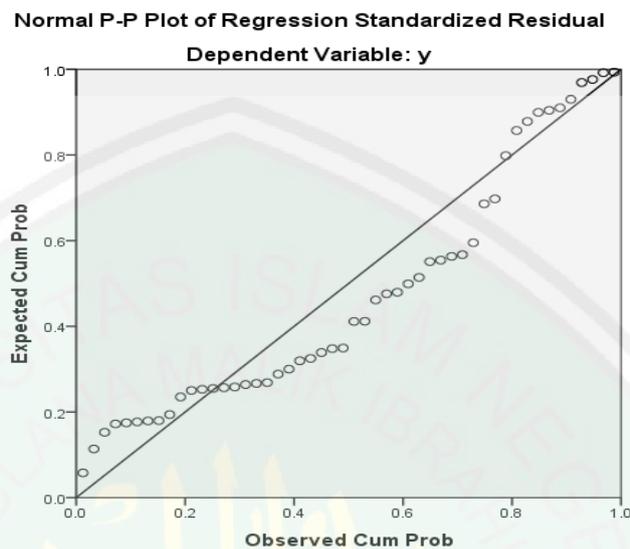
- 3) NPM yang digunakan untuk mengukur profitabilitas perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2013-2017 memiliki rata-rata sebesar 6,339. Nilai maksimum NPM sebesar 12,44 dan nilai minimum NPM sebesar 1,11 sedangkan Standar Deviasi NPM sebesar 3,144.
- 4) ROA yang digunakan untuk mengukur profitabilitas perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2013-2017 memiliki rata-rata sebesar 7,933. Nilai maksimum ROA sebesar 18,50 dan nilai minimum ROA sebesar 1,83 sedangkan Standar Deviasi ROA sebesar 4,168.
- 5) ROE yang digunakan untuk mengukur profitabilitas perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2013-2017 memiliki rata-rata sebesar 14,809. Nilai maksimum ROE sebesar 28,12 dan nilai minimum ROE sebesar 3,77 sedangkan Standar Deviasi ROE sebesar 5,934.

4.2.2. Uji Asumsi Klasik

4.2.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan grafik normal *probability plot* (grafik plot). Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Hasil uji normalitas dengan variabel dependen *return* saham dapat dilihat dalam gambar berikut.

Gambar 4.6.
Hasil Uji Normalitas



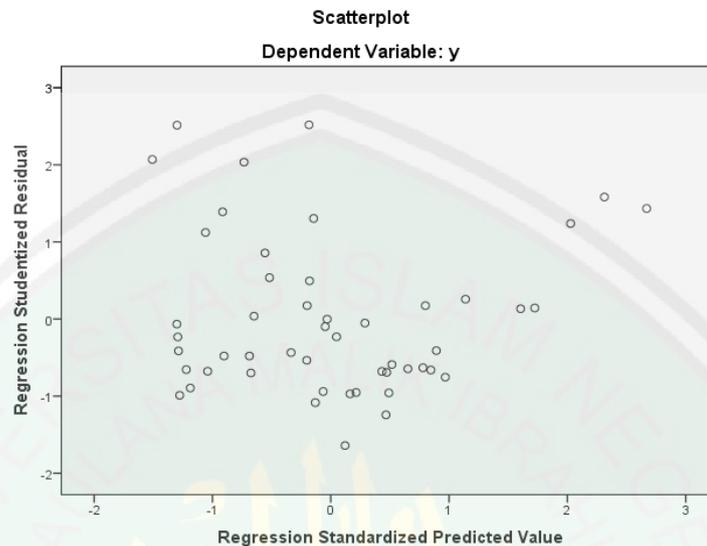
Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2018)

Dari hasil grafik normal P-P plot diperoleh hasil titik-titik plot data berhimpit dengan garis diagonal, sehingga tidak ditemukan masalah normalitas dan asumsi normalitas terpenuhi.

4.2.2.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Berikut disajikan hasil uji heteroskedastisitas terhadap model MRA antara ROA, ROE, NPM terhadap *Return Saham* menggunakan grafik Scatterplot.

Gambar 4.7.
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2018)

Dari hasil scatter plot antara data residu yang telah distandarkan (SRESID) dengan hasil prediksi variabel dependen yang telah distandarkan (ZPRED). Dari hasil scatter plot di atas diperoleh titik-titik plot menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu sehingga tidak ditemukan masalah heteroskedastisitas.

4.2.2.3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$. Pengujian autokorelasi menggunakan Durbin Watson. Jika angka D-W diantara -2 sampai $+2$, maka tidak ada autokorelasi. Hasil uji autokorelasi dengan uji Durbin Watson terhadap model MRA antara ROA, ROE, NPM terhadap *Return Saham* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3.
Hasil Uji Autokorelasi

Variabel Terikat	Durbin-Watson	dU	4-dU
Biaya Ekuitas	1,709	1,702	2,298

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2018)

Hasil uji autokorelasi dengan uji asumsi autokorelasi dengan uji Durbin Watson terhadap model MRA antara ROA, ROE, NPM terhadap *Return Saham* diperoleh nilai DW dalam rentang nilai dU dan nilai 4-dU di sekitar angka 2, maka dapat dikatakan tidak terjadi autokorelasi sehingga uji autokorelasi terpenuhi.

4.2.3. Analisis Regresi

4.2.3.1. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Nilai determinasi ditentukan dengan nilai *Adjusted R Square*. Berikut disajikan hasil koefisien determinasi antara variabel ROA, ROE, NPM terhadap *Return Saham* dengan CSR sebagai variabel moderasi.

Tabel 4.4.
Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.512	.262	.214

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2018)

Hasil koefisien determinasi didapatkan nilai R Square sebesar 0,262 artinya bahwa 26,2% variabel *return saham* dapat dijelaskan oleh ROA, ROE, NPM, dan CSR, adapun sisanya yaitu sebesar 73,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model penelitian.

4.2.3.2. Regresi Moderasi

Berikut adalah hasil regresi moderasi antara ROA, ROE, NPM terhadap *return* saham dengan CSR sebagai variabel moderasi.

Tabel 4.5.
Hasil Uji Moderasi ROA, ROE, NPM terhadap *Return* Saham

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.045	.103		.435	.666
1 ROA*CSR	.047	.013	.579	3.705	.001
ROE*CSR	-.012	.012	-.155	-.935	.355
NPM*CSR	.001	.022	.005	.032	.975

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2018)

Dari hasil persamaan regresi linier berganda antara variabel ROA, ROE, NPM terhadap *Return* Saham dengan CSR sebagai variabel moderasi disajikan sebagai berikut :

$$Return = a + b_1 ROA*CSR + b_2 ROE*CSR + b_3 NPM*CSR + e$$

$$Return = 0,045 + 0,047 ROA*CSR - 0,012 ROE*CSR + 0,001 NPM*CSR + e$$

Dari persamaan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Nilai koefisien ROA dengan moderasi CSR sebesar 0,047 menunjukkan setiap peningkatan nilai ROA dengan moderasi CSR sebesar 1 satuan akan meningkatkan nilai *Return* Saham sebesar 0,047 satuan atau semakin meningkat nilai ROA dengan moderasi CSR maka semakin meningkat nilai *Return* Saham.
- 2) Nilai koefisien ROE dengan moderasi CSR sebesar -0,012 menunjukkan setiap peningkatan nilai ROE dengan moderasi CSR sebesar 1 satuan akan meningkatkan nilai *Return* Saham sebesar -0,012 satuan atau semakin

meningkat nilai ROE dengan moderasi CSR maka semakin menurunkan nilai *Return Saham*.

- 3) Nilai koefisien NPM dengan moderasi CSR sebesar 0,001 menunjukkan setiap peningkatan nilai NPM dengan moderasi CSR sebesar 1 satuan akan meningkatkan nilai *Return Saham* sebesar 0,001 satuan atau semakin meningkat nilai NPM dengan moderasi CSR maka semakin meningkat nilai *Return Saham*.

Pengujian hipotesis keempat bertujuan untuk menguji CSR apakah dapat memoderasi hubungan profitabilitas yang diproksikan dengan ROA, ROE, dan NPM terhadap *return* saham. Berikut variabel profitabilitas yang diproksikan dengan ROA, ROE, dan NPM terhadap *return* saham dengan CSR sebagai variabel moderasi.

Tabel 4.6.
Hasil Uji Moderasi Variabel Profitabilitas terhadap *Return Saham*

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.267	3	.422	5.454	.003 ^b
	Residual	3.561	46	.077		
	Total	4.827	49			

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2018)

Dari hasil output SPSS diatas menunjukkan bahwa pengaruh profitabilitas yang diproksikan dengan ROA, ROE, dan NPM terhadap *return* saham pada tabel 4.6 hasil signifikansinya kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel CSR mampu memperkuat hubungan profitabilitas yang diproksikan dengan ROA, ROE, dan NPM terhadap *return* saham.

4.2.4. Pengujian Hipotesis

4.2.4.1. Uji-t

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Hasil pengolahan data SPSS pengujian hipotesis ditunjukkan pada tabel berikut ini.

Tabel 4.7.
Hasil Uji-t

Model	t	Sig.
ROA	3.547	.001
ROE	-.656	.515
NPM	.276	.784

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2018)

Berdasarkan hasil Uji Parsial atau Uji t diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Hipotesis 1 : ROA berpengaruh terhadap *return* saham

Pengujian hipotesis pertama bertujuan untuk menguji pengaruh antara ROA terhadap *return* saham. Uji parsial antara ROA terhadap *Return* Saham didapatkan nilai t hitung (3,547) lebih dari t tabel (2,013) atau nilai signifikansi (0,001) lebih kecil dari tingkat signifikansi yang diharapkan ($0,1\% < 5\%$), sehingga ROA mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.

- 2) Hipotesis 2 : ROE berpengaruh terhadap *return* saham

Pengujian hipotesis kedua bertujuan untuk menguji pengaruh antara ROE terhadap *return* saham. Uji parsial antara variabel ROE terhadap variabel *Return Saham* didapatkan nilai t hitung (0,656) kurang dari t tabel (2,013) atau nilai signifikansi (0,515) lebih dari alpha (0,050), sehingga ROE tidak mempunyai pengaruh terhadap *return* saham pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.

3) Hipotesis 3 : NPM berpengaruh terhadap *return* saham

Pengujian hipotesis ketiga bertujuan untuk menguji pengaruh antara ROE terhadap *return* saham. Uji parsial antara variabel NPM terhadap variabel *Return Saham* didapatkan nilai t hitung (0,276) kurang dari t tabel (2,013) atau nilai signifikansi (0,784) lebih dari alpha (0,050), sehingga NPM tidak mempunyai pengaruh terhadap *return* saham pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.

4.3. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data laporan tahunan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2013-2017. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ROA, ROE, dan NPM terhadap *return* saham, dan untuk mengetahui apakah variabel CSR mampu memoderasi hubungan ROA, ROE, NPM terhadap *return* saham.

Berdasarkan pengujian pada hipotesis yang telah dilakukan peneliti, diperoleh hasil bahwa *Return on Asset* (ROA) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *return* saham, sedangkan untuk *Return on Equity* (ROE) dan *Net Profit*

Margin (NPM) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *return* saham. pada hipotesis keempat ditemukan hasil bahwa penggunaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi menunjukkan bahwa CSR mempunyai pengaruh dan mampu memperkuat hubungan antara profitabilitas yang di proksikan dengan *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM) terhadap *return* saham. Hasil penelitian pada masing-masing variabel dapat diuraikan sebagai berikut :

4.3.1. Pengaruh *Return on Asset* (ROA) terhadap *Return Saham*

Hasil dari hipotesis pertama menunjukkan bahwa ROA mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *return* saham perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2013-2017. Pernyataan ini dibuktikan dengan hasil nilai signifikansi uji t lebih kecil dari α , dengan demikian ROA pada perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *return* saham. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Dana (2016), Rosa (2014), Bintara (2015) yang menghasilkan bahwa ROA berpengaruh dan signifikan terhadap *return* saham.

Tanda dalam koefisien ini sesuai dengan asumsi semula dimana ROA berpengaruh positif terhadap *return* saham. dan variabel bebas ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *return* saham. Sehingga dapat dikatakan bahwa ROA masih dijadikan investor sebagai acuan dalam memilih keputusan berinvestasi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Brigham dan Houston (2009:53-54) yang mengatakan bahwa ROA berpengaruh terhadap

tingkat imbal hasil ekuitas (*return* saham). Apabila ROA meningkat, berarti profitabilitas perusahaan meningkat, sehingga dampaknya adalah peningkatan *return* saham yang dinikmati oleh pemegang saham (Husnan, 2009: 176). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu memanfaatkan sumber daya hasil kegiatan operasionalnya untuk meningkatkan kinerja perusahaan dengan diinvestasikan dalam bentuk aktiva-aktiva untuk keberlanjutan usaha perusahaan.

Dalam Islam, untuk menciptakan asas keadilan dan kesejahteraan baik harta maupun keuntungan harus terbagi secara merata sebagaimana yang tersurat dalam Al-quran surat al-Hasyr ayat 7, yaitu:

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ
وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ وَإِنَّ السَّبِيلَ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا
آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ
(7)

Artinya : *Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, untuk Rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu, maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu, maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat keras hukumannya.*

Menurut Islam, harta pada hakikatnya adalah milik Allah SWT. Namun karena Allah telah menyerahkan kekuasaan-Nya atas harta tersebut kepada manusia, maka ia diberi kewenangan untuk memanfaatkan dan mengembangkannya. Sebab, ketika seseorang memiliki harta maka esensinya ia

memiliki harta tersebut hanya untuk dimanfaatkan dan dikembangkan terutama untuk mendapat keuntungan.

Dalam pandangan Islam, seorang pengusaha bukan hanya mencari keuntungan saja, akan tetapi dia dalam menjalankan aktivitas bisnisnya dia juga mencari keberkahan dari keuntungan yang ia dapat, dimana ia memperoleh keuntungan yang wajar yang diridhai Allah. Ini berarti yang harus diraih oleh seorang pengusaha dalam melakukan bisnis tidak sebatas keuntungan materiil, tetapi yang penting lagi adalah keuntungan immaterial (spiritual) (Djakfar, 2008:86).

Seorang investor boleh berupaya keras untuk menghasilkan profit atau keuntungan, karena tujuan investasi adalah mencari keuntungan atau mengembangkan modal yang telah diinvestasikan. Tetapi untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan yang diharapkan harus sesuai dengan kaidah Islam, yaitu disertai dengan asa sidiq, amanah, tabliq, dan fatonah. Keempat asaa tersebut yang selalu diutamakan dan diamalkan Nabi Muhammad SAW dalam berdagang dan mencari keuntungan yang halal dan di ridhai Allah SWT.

4.3.2. Pengaruh *Return on Equity* (ROE) terhadap *Return Saham*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ROE tidak berpengaruh terhadap *return* saham pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2013-2017. Pernyataan ini dibuktikan dengan hasil analisis yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji t lebih besar dari α . Dengan demikian ROE pada perusahaan tidak berpengaruh terhadap *return* saham. Hal ini bertolak belakang dengan hipotesis yang diajukan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hadi (2012), Syarifudin (2013) yang menghasilkan kesimpulan bahwa ROE tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* saham. Akan tetapi hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mughni (2017) menunjukkan bahwa ROE berpengaruh signifikan terhadap *return* saham, dan penelitian Zahro (2012) dan Sari (2016) hasil penelitiannya menunjukkan adanya pengaruh negatif ROA terhadap *return* saham. Penelitian ini tidak sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh (Helfert, 1997) dalam Anggraeni (2007:45) yang mengatakan bahwa ROE berpengaruh terhadap tingkat hasil ekuitas (*return* saham).

Penyebab ROE tidak berpengaruh terhadap *return* saham pada perusahaan makanan dan minuman diduga disebabkan oleh fluktuasi indeks yang cepat naik turun, yang terjadi karena mengikuti perkembangan ekonomi global yang belum stabil. Kenaikan atau penurunan ROE perusahaan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor secara umum, seperti tingkat penjualan, krisis global, efektifitas dan efisiensi penggunaan sumber daya yang dimiliki perusahaan dalam beroperasi. Khususnya didalam negeri terdapat permasalahan yang mempengaruhi laju indeks saham domestik yaitu dampak kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) bersubsidi dan laju inflasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan lemah antara ROE dengan *return* saham yang mana naiknya ROE belum tentu dapat menaikkan *return* saham yang diharapkan. Semakin kecil tingkat ROE maka semakin kecil pula tingkat penghasilan yang dihasilkan oleh perusahaan.

Meskipun pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ROE tidak berpengaruh signifikan terhadap *retrun* saham, namun dalam pengambilan keputusan berinvestasi salah satu yang dapat dipertimbangkan oleh seorang investor sebelum melakukan investasi adalah harus memperhatikan seberapa besar modal sendiri yang mampu dihasilkan oleh perusahaan, karena dengan adanya peningkatan ekuitas (modal sendiri), dapat dikatakan bahwa kinerja perusahaan dilihat dari aspek profitabilitasnya semakin baik.

Seperti halnya yang tertuang dalam surat al-Hasyr ayat 18, yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya : *Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.*

Evaluasi kinerja dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Dalam Islam dijelaskan bahwa setiap tindakan manusia hendaknya memperhatikan apa yang akan diperbuat pada masa lalu sebagai pengingat perencanaan kedepan seperti halnya laporan keuangan adalah salah satu bentuk tanggung jawab seseorang dalam kinerjanya. Dari laporan keuangan tersebut dapat digunakan untuk pengambilan keputusan baik itu terkait dengan kebijakan perusahaan atau keputusan investasi.

4.3.3. Pengaruh *Net Profit Margin* (NPM) terhadap *Return Saham*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa NPM tidak berpengaruh terhadap *return* saham pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2013-2017. Pernyataan ini dibuktikan dengan hasil analisis yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji t lebih besar dari α . Dengan demikian NPM pada perusahaan tidak berpengaruh terhadap *return* saham. Hal ini bertolak belakang dengan hipotesis yang diajukan. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya produksi penjualan akan tetapi *return* saham yang dihasilkan semakin menurun. Pada saat ini, investor tidak bersedia membeli saham dengan harga tinggi dengan NPM perusahaan rendah, akibatnya NPM tidak mempengaruhi tingkat pengembalian (*return*) perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mardianti (2012) hasilnya menunjukkan bahwa NPM tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* saham, namun hasil berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh Sari (2016) dan Putra (2015) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa NPM berpengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham.

Meskipun pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa NPM tidak berpengaruh pada *return* saham, namun dalam pengambilan keputusan investasi, investor tetap perlu memperhatikan kinerja perusahaan pada kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih dengan hasil penjualannya. Hal ini sesuai dengan pendapat Sudana (2009: 27) NPM semakin meningkat menggambarkan kinerja perusahaan yang semakin baik dan keuntungan yang diperoleh pemegang saham akan meningkat pula. Dengan semakin meningkatnya NPM akan

mencerminkan bagian laba dalam bentuk *capital gain* maupun *dividen* yang diterima oleh pemegang saham semakin besar.

Sesuai dengan ayat berikut menjelaskan bagaimana pandangan Islam mengenai pengambilan laba.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S. An Nisa’ 29).

Dalil di atas menunjukkan bolehnya mencari laba dengan aktivitas jual beli. Bolehnya mencari laba berdasarkan ayat di atas bersifat mutlak, dari segi berapa besarnya laba maksimal yang ditetapkan syariah. Dalam hal ini kaidah ushulfih menetapkan : *al muthlaqu yajriy ‘alaa ithlaaqihi maa lam yarid daliilunyadullu ‘ala at taqyiid* (dalil yang mutlak tetap dalam kemutlakannya, selama tidak terdapat dalil yang menunjukkan adanya pembatasan) (Zuhaili, 1996:208).

4.3.4. Pengaruh Moderasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Hubungan Profitabilitas yang diprosikan dengan *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM) terhadap *Return Saham*

CSR mampu memoderasi hubungan profitabilitas yang diprosikan dengan ROA, ROE, dan NPM terhadap *return* saham, yaitu memperkuat

hubungan profitabilitas terhadap *return* saham pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2013-2017. Maka hipotesis 4 yaitu CSR mampu memoderasi, yaitu memperkuat hubungan profitabilitas yang diprosikan dengan ROA, ROE, dan NPM terhadap *return* saham, diterima.

Pelaksanaan program CSR merupakan salah satu bukti bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi pada kepentingan *shareholder* dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, namun juga pada kepentingan *stakeholder*. Pengungkapan pelaksanaan program CSR perusahaan kepada *stakeholder* diharapkan dapat meningkatkan *image* perusahaan menjadi lebih baik untuk mendorong penjualan produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Selanjutnya, pengungkapan pelaksanaan program CSR turut serta meningkatkan akuntabilitas dan apresiasi positif para investor untuk membeli saham diperusahaan tersebut, karena adanya tingkat keuntungan (*return*) yang ditawarkan dalam jangka panjang.

Jogiyanto (2015:89), menunjukkan indikasi bahwa pengungkapan CSR dapat dijadikan sebagai salah satu informasi penentu keputusan investasi oleh para investor. CSR sendiri merupakan suatu bentuk komitmen akan etika bisnis perusahaan dalam menjalankan usaha sehingga mendapat keuntungan. Nantinya keuntungan yang didapat perusahaan akan memberikan dampak positif yang cenderung besar bagi perusahaan tersebut. Keuntungan inilah yang merupakan kunci informasi bagi investor dalam menganalisis suatu perusahaan guna pengambilan keputusan investasinya.

Apabila perusahaan mempunyai tingkat profitabilitas yang tinggi serta didukung dengan CSR yang baik maka akan semakin meningkatkan pula *return*

saham yang diperoleh pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2013-2017. Jika dengan adanya tingkat profitabilitas yang semakin meningkat, maka perusahaan tersebut mampu menghasilkan kinerja keuangan yang baik dan tentunya membuka peluang untuk permintaan saham dari investor semakin meningkat, sehingga apabila semakin meningkatnya permintaan saham, maka harga saham juga akan semakin meningkat dan *return* saham yang diinginkan akan tercapai pula. Sebagaimana dalam QS. Al-Qashash ayat 77 :

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا
أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.” (QS Al-Qashash, 77)”

Dengan demikian, melakukan program CSR jika motivasinya (niat) tulus membantu masyarakat yang membutuhkan, niscaya bisa dikategorikan ke dalam ibadah *ghairu mahdlah*. Maksudnya, kendati program itu pada asalnya bukan termasuk ibadah, namun karena semata untuk membantu orang lain dan berharap ridla Allah SWT, maka subjek pelakunya akan mendapat pahala sebagaimana melakukan ibadah. Ini berarti apabila niat yang dicanangkan seperti itu, maka keuntungan melakukan CSR tidak saja perusahaan akan semakin dekat dengan masyarakat. Namun yang lebih bermakna, para pengelolanya akan semakin dekat

dan mendapat pahala dari Tuhan Yang Maha Rahman, Maha Rahim, dan Maha melihat.

Apabila tidak, katakan saja program CSR itu hanya bermotif ekonomi semata, maka niscaya tidak akan memperoleh pahala ibadah, karena sejak awal telah teralienasi dari nilai-nilai teologis yang sejatinya dapat disetting sejak merencanakan program. Karena itu betapa ruginya perusahaan yang melakukan program CSR hanya semata-mata ingin meraih keuntungan duniawi sesaat (Djakfar, 2012: 28).



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

- 1) *Return on Asset* (ROA) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2013-2017. Sehingga dapat dikatakan bahwa ROA masih dijadikan investor sebagai acuan dalam memilih keputusan berinvestasi. Apabila ROA meningkat, berarti profitabilitas perusahaan meningkat, sehingga dampaknya adalah peningkatan *return* saham yang dinikmati oleh pemegang saham.
- 2) *Return on Equity* (ROE) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *return* saham pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2013-2017. Naik turunnya ROE belum tentu dapat menaikkan *return* saham yang diharapkan.
- 3) *Net Profit Margin* (NPM) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *return* saham pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2013-2017. Nilai NPM tidak mempengaruhi *return* saham perusahaan, namun tetap dapat digunakan sebagai patokan keputusan investor untuk menanamkan saham di perusahaan.

4) *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam penelitian ini diposisikan sebagai variabel moderasi. Dan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa CSR mempengaruhi hubungan profitabilitas yang diproksikan dengan ROA, ROE, dan NPM terhadap *return* saham, yang pengaruhnya yaitu memperkuat hubungan profitabilitas terhadap *return* saham pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2013-2017. Apabila perusahaan mempunyai tingkat profitabilitas yang tinggi serta didukung dengan CSR yang baik maka akan semakin meningkatkan pula *return* saham yang diperoleh perusahaan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya dapat ditarik beberapa saran sebagai berikut.

- 1) Bagi investor, hendaknya mengumpulkan informasi mengenai profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) karena variabel-variabel tersebut akan berdampak terhadap *return* saham.
- 2) Bagi perusahaan, hendaknya terus meningkatkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dampaknya pada profitabilitas dan *return* saham semakin meningkat.
- 3) Bagi peneliti selanjutnya, untuk lebih mempertimbangkan dalam pengambilan objek penelitian. Selain itu peneliti selanjutnya juga disarankan untuk menambah variabel lain dalam kinerja keuangan pada perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Al-quran al-Karim dan Terjemahan.

Hadist Bukhari.

Abdillah, Willy dan Jogiyanto. 2015. *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Ed.1. Yogyakarta: ANDI.

Adisaputro, Gunawan dan Yunita Anggraini. 2007. *Anggaran Bisnis, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian Laba*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN

Al-Qardhawi. Yusuf. "Fiqh Zakat". 1998. Musassah Risalah. Bairut.

Amini, Fitria Indah. 2016. Pengaruh *Corporate Social Responsibility, Return on Assets*, dan *Debt to Equity Ratio* Terhadap *Return Saham* Perusahaan yang Terdaftar pada Indeks Bisnis 27 di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Arifin, Johar, dan Fakhruddin M. 2009. *Kamus Istilah Pasar Modal, Akuntansi, Keuangan, dan Perbankan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.

Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB). 2015. (Artikel) *Masyarakat dalam Penanggulangan Bencana Asap*. Diunduh dari www.bnpb.go.id, pada 25 Februari 2018.

Bintara, Rista. 2015. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap *Return Saham* Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal TEKUN*. Vol. VI, No. 02.

Brigham, Eugene F. dan Joel F. Houston. 2009. *Fundamentals of Financial Management, 12th edition*. Mason: South-Western Cengage Learning.

Brigham dan Houston. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan, Edisi V*. Jakarta: Salemba Empat.

Buchari, Alma. 2012. *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Budi, Tomas Setya. 2012. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Keuangan Perusahaan Terhadap *Return Saham* Perusahaan di Indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2010. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang*

- Darsono dan Ashari. 2005. *Pedoman Praktis Memahami Laporan Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Djakfar, Muhammad. 2008. *Etika Bisnis Islami Tataran Teoritis dan Praktis*. Malang: UIN Malang Press.
- Djakfar, H. Muhammad. 2012. *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Depok: Penebar Plus+ Impirint dari Penebar Swadaya.
- Eldon, S Hendriksen. 1997. *Accounting Theory*, Richard D Irwin Illinois.
- Fahmi, Irham. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam dan A, Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Hadi, Nor. 2009. Interaksi Biaya Sosial, Kinerja Sosial, Kinerja Keuangan, dan Luas Pengungkapan Sosial “Uji Praktik *Social Responsibility* Perusahaan *Go Public* di BEI”.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Semarang: Graha Ilmu.
- Hadi, Saiful (2012). Pengaruh *Return On Equity* (ROE) dan *Return On Assets* (ROA) terhadap *Return Saham* melalui *Earning Per Share* (EPS). Studi pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2009-2011). *Skripsi* (dipublikasikan). Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
- Hadianto, M. L. 2013. Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR dan GCG Sebagai Variabel Pemoderasi. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hakim, Abdul. 2006. *Reformasi Pengelolaan dan Pertanggungjawaban Keuangan Daerah*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UGM.
- Halim, Abdul. 2015. *Analisis Investasi dan Aplikasinya: Dalam Aset Keuangan dan Aset Riil*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hanafi, Mamduh M. 2016. *Manajemen Keuangan Edisi kedua, Cetakan pertama*. Yogyakarta: BPFE.

- Harahap. 2007. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan, Edisi Pertama, Cetakan ketiga*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hartono, Jogyanto. 2015. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Husnan, Suad. 2009. *Dasar-dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas*. Edisi Keempat. Penerbit UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. 2009. *Standart Akuntansi Keuangan*. Salemba Empat. Jakarta.
- James C, Van Horne, dan John M Wachowicz. 2005. *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan Edisi kedua belas*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kasmir. 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I dan II. Jakarta: PT. Indeks
- Kristina, Ira. 2012. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, pertumbuhan Perusahaan Terhadap Opini Audit *Going Concern*. *Jurnal Akuntansi*. Vol 1, No. 1.
- Lukman Syamsudin. 2007. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Mardiyanto, Handono. 2008. *Inti Sari Manajemen Keuangan*. Jakarta: Grasindo.
- Mardiyanti. 2012. Pengaruh *Earning Per Share, Net Profit Margin*, dan *Return on Asset* terhadap *return* saham. *Jurnal Ekonomi Universitas Brawijaya*.
- Margaretha, Farah. 2007. *Manajemen Bagi Industri Jasa*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Mughni, Muhammad. 2017. Pengaruh Likuiditas, *Leverage*, dan Profitabilitas Terhadap *Return Saham*. *Jurnal Ekonomi Universitas Pasundan*.
- Muid, Dul. 2011. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Stock Return* (Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun 2008-2009). *Jurnal Ilmiah Ekonomi*. Vol. 6. No. 1. Hlm. 105-118.
- Munawir, S. 2007. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- Nudrizal, Arif. 2011. *Tahapan Implementasi CSR pada Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.

- Putra, Anggara Satria. 2015. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal*, Vol. IV. No. 2.
- Putra, I Made dan Dana, I Made. 2016. Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Return Saham* Perusahaan Farmasi di BEI. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 11.
- Putra, Ida Bagus dan Utama I Made. 2015. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Informasi Laba Akuntansi Pada *Return Saham*. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 13.1.
- Putri, Fitria Ayuning. 2014. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 13. No. 1.
- Ridwan. 2007. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Riyanto, Bambang. 2008. *Dasar-dasar Pembelajaran Pemelaksanaan Perusahaan*. Yogyakarta: Penerbit GPFE.
- Rosa, Brian Alfa. 2014. Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap *Return Saham Bank* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.
- Ross et. Al., 2003. *Corporate Finance*, 5th Edition. New York: McGraw-Hill.
- Samsul, Mohammad. 2006. *Pasar Modal dan Manajemen Portofolio*. Jakarta: Erlangga.
- Sari. 2016. Pengaruh NPM, ROE, EPS Terhadap *Return Saham* Pada Perusahaan Farmasi di BEI. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 5, No. 2.
- Sartono, R. Agus. 2010. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE.
- Sawir, Agnes. 2004. *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sedarmayanti dan Hidayat, S. 2002. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Mandar Maju.
- Sembiring, Edy Rismanda. 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial*. Simposium Nasional Akuntansi VIII.
- Solihin, Ismail. 2009. *Corporate Social Responsibility from Charity to Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudana, I Made. 2009. *Manajemen Keuangan; Teori dan Praktik*. Surabaya: Airlangga University Press.

Sugiono, Arief. 2009. *Manajemen Keuangan untuk Praktisi Keuangan*. Jakarta: Grasindo.

Sugiyanto. 2013. *Model-model Pembelajaran Inovatif*. Jakarta: Yuma

Sugiyono. 200. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta

Sutrisno. 2012. *Manajemen Keuangan Teori Konsep dan Aplikasi. Edisi VIII*. Yogyakarta: EKONSIA.

Syarifudin, Nur (2013). Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas dan Rasio Pasar Terhadap Return Saham. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. Vol.2, No.2

Tandelilin, Eduardus. 2010. *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio*, Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.

Undang-undang No.40 Tahun 2007, Tentang Perseroan Terbatas.

Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*. Gresik: Fascho Publishing.

Williams, Chuck. 2001. *Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.

Zahro, Nafi' Inayati. 2012. Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Return Saham Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi UMK*, Vol. 5 No. 1.

Zimmerer, Thomas W. dan Scarborough, Norman M. 2008. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat.

Zuhaili, Wahbah. 1996. *Al-quran Paradigma Hukum dan Peradaban*. Surabaya: Risalah Gusti.

www.globalreporting.org.

www.idx.co.id.

www.kemenperin.go.id.

Lampiran 1 : Daftar Sampel Penelitian

No	Kode Saham	Nama Perusahaan
1.	AISA	PT. Tiga Pilar Sejahtera Food, Tbk.
2.	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia, Tbk.
3.	DLTA	PT. Delta Djakarta, Tbk.
4.	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk.
5.	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk.
6.	MLBI	PT. Multi Bintang Indonesia, Tbk.
7.	MYOR	PT. Mayora Indah, Tbk.
8.	ROTI	PT. Nippon Indosari Corpindo, Tbk.
9.	STTP	PT. Siantar Top, Tbk.
10.	ULTJ	PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company, Tbk.

Lampiran 2 : Data Variabel Profitabilitas Perusahaan Makanan dan Minuman

No	Kode	ROA				
		2013	2014	2015	2016	2017
1	AISA	6.91	1.83	2.125	2.365	2.904
2	CEKA	3.08	3.12	3.19	3.563	3.71
3	DLTA	3.98	4.04	4.12	4.317	4.38
4	ICBP	4.89	5.13	5.73	5.99	6.08
5	INDF	6.41	6.572	6.86	7.17	7.18
6	MLBI	7.26	7.45	7.77	7.78	8.67
7	MYOR	8.8	9.58	9.67	9.71	9.84
8	ROTI	10	10.16	10.51	10.75	10.9
9	STTP	14.78	15.2	16.74	17.51	18.5
10	ULTJ	11.01	11.02	11.56	12.56	13.28

No	Kode	ROE				
		2013	2014	2015	2016	2017
1	AISA	14.71	10.52	9.42	16.87	3.98
2	CEKA	12.32	7.63	16.65	28.12	8.6
3	DLTA	3.998	3.768	22.6	25.14	18.01
4	ICBP	16.85	16.83	17.84	19.63	15.34
5	INDF	8.9	12.48	8.6	11.99	9.39
6	MLBI	11.86	14.353	6.483	11.968	9.608
7	MYOR	26.87	9.99	24.07	22.16	14.12
8	ROTI	20.07	19.64	22.76	19.39	6.24
9	STTP	16.49	15.1	18.41	14.91	12.43
10	ULTJ	16.13	12.51	18.7	20.34	15.67

No	Kode	NPM				
		2013	2014	2015	2016	2017
1	AISA	14.71	10.52	9.42	16.87	3.98
2	CEKA	12.32	7.63	16.65	28.12	8.6
3	DLTA	3.998	3.768	22.6	25.14	18.01
4	ICBP	16.85	16.83	17.84	19.63	15.34
5	INDF	8.9	12.48	8.6	11.99	9.39

6	MLBI	11.86	14.353	6.483	11.968	9.608
7	MYOR	26.87	9.99	24.07	22.16	14.12
8	ROTI	20.07	19.64	22.76	19.39	6.24
9	STTP	16.49	15.1	18.41	14.91	12.43
10	ULTJ	16.13	12.51	18.7	20.34	15.67



Lampiran 3 : Data *Return Saham* Perusahaan Makanan dan Minuman

No	Kode	<i>Return Saham</i>				
		2013	2014	2015	2016	2017
1	AISA	0.87497	0.69009	-0.16543	-0.10554	-0.06748
2	CEKA	-0.22669	0.34372	-0.05952	0.50528	0.44313
3	DLTA	-0.09426	0.10971	-0.25515	-0.01433	-0.14499
4	ICBP	0.65304	-0.04004	0.35195	0.26675	0.02739
5	INDF	0.30752	0.01604	-0.07612	0.16119	0.13907
6	MLBI	0.53936	0.21465	-0.23557	0.19076	0.22394
7	MYOR	-0.11646	-0.07957	-0.04715	-0.03735	-0.00139
8	ROTI	0.07167	0.07351	0.11310	0.11466	0.13313
9	STTP	0.47039	0.49060	0.82949	0.95946	0.96446
10	ULTJ	0.13511	0.13602	0.21648	0.35985	0.43337

Lampiran 4 : Data CSRDI Perusahaan Makanan dan Minuman

No	Kode	CSR				
		2013	2014	2015	2016	2017
1	AISA	0.49451	0.49451	0.49451	0.50549	0.50549
2	CEKA	0.50549	0.50549	0.51648	0.51648	0.51648
3	DLTA	0.51648	0.51648	0.51648	0.51648	0.52747
4	ICBP	0.52747	0.52747	0.52747	0.53846	0.53846
5	INDF	0.63736	0.64835	0.64835	0.65934	0.67033
6	MLBI	0.67033	0.67033	0.67033	0.67033	0.67033
7	MYOR	0.67033	0.67033	0.67033	0.68132	0.69231
8	ROTI	0.69231	0.69231	0.69231	0.69231	0.69231
9	STTP	0.86813	0.86813	0.86813	0.86813	0.86813
10	ULTJ	0.74725	0.75824	0.76923	0.76923	0.78022

Lampiran 5 : Output SPSS

a. Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

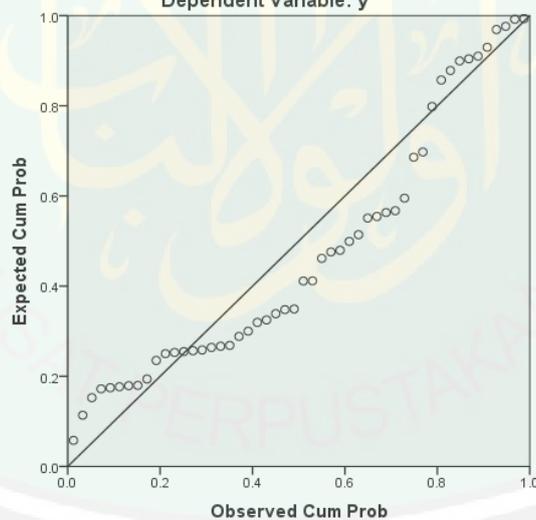
Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Return Saham	50	-0,26	0,96	0,196	0,314
CSR	50	0,49	0,87	0,639	0,118
NPM	50	1,11	12,44	6,339	3,144
ROA	50	1,83	18,50	7,933	4,168
ROE	50	3,77	28,12	14,809	5,934
Valid N (listwise)	50				

b. Uji Asumsi Klasik

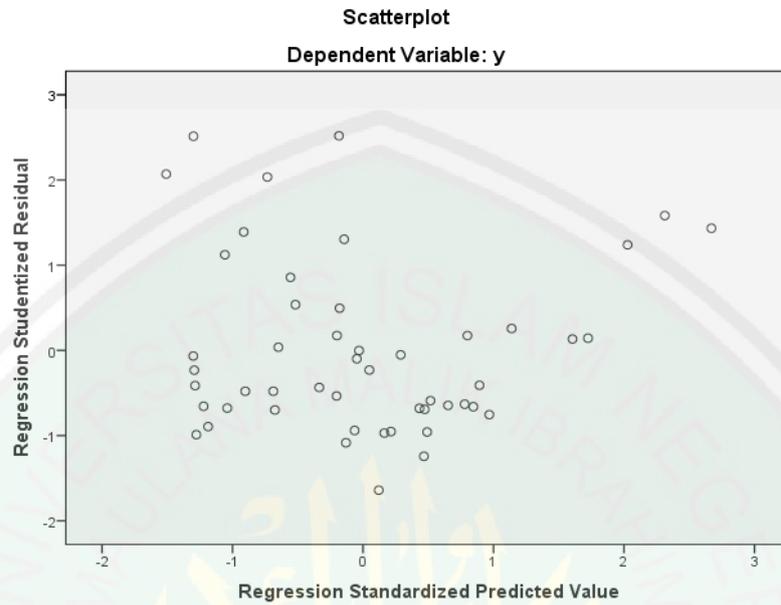
1) Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: y



2) Uji Heteroskedastisitas



3) Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	1.709 ^a

c. Regresi Linier

Model Summary

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.472 ^a	.223	.172	.28551916

a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.077	3	.359	4.404	.008 ^b
	Residual	3.750	46	.082		
	Total	4.827	49			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.039	.130		-.300	.765
	x1	.036	.010	.474	3.547	.001
	x2	-.005	.008	-.094	-.656	.515
	x3	.004	.014	.040	.276	.784

a. Dependent Variable: y

Lampiran 6 : Output Moderating Regression Analysis (MRA)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.512 ^a	.262	.214	.27821409

a. Predictors: (Constant), x3.z, x1.z, x2.z

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.267	3	.422	5.454	.003 ^b
	Residual	3.561	46	.077		
	Total	4.827	49			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x3.z, x1.z, x2.z

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.045	.103		.435	.666
	x1.z	.047	.013	.579	3.705	.001

x2.z	-.012	.012	-.155	-.935	.355
x3.z	.001	.022	.005	.032	.975

a. Dependent Variable: y



Lampiran 7 :**BIODATA PENELITI**

Nama Lengkap : Wilda Atqiah
Tempat, Tanggal Lahir : Jembrana, 12 Januari 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat Asli : Jl. Gunung Kerinci No. 19 Loloan Timur Kab.
Jembrana – Bali
Alamat di Malang : Jl. Sunan Kalijaga Dalam Kavling 3 No. A3
Lowokwaru Dinoyo Malang
No Telepon : 081246610321
Email : wilmaatqiah12@gmail.com

Pendidikan Formal

2000-2002 : TK Asy-Syafiiyah
2002-2008 : MIN Loloan Timur
2008-2011 : SMP 1 Ibrahimy Sukorejo
2011-2014 : MAN Rejoso Peterongan Jombang
2014-2018 : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas
Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

BUKTI KONSULTASI

Nama : Wilda Atqiah

NIM : 14510127

Jurusan : Manajemen

Pembimbing : Supami Wahyu Setyowati, SE., MSA

Judul Skripsi : Pengaruh Profitabilitas terhadap *Return Saham* dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017)

No	Hari / Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1	Kamis, 02 November 2017	Pengajuan Outline	1.
2	Rabu, 22 November 2017	Proposal	2.
3	Senin, 11 Desember 2017	Revisi Bab I, II, III	3.
4	Selasa, 09 Januari 2018	Revisi Bab I, II, III	4.
5	Rabu, 17 Januari 2018	Revisi Bab I, II, III	5.
6	Selasa, 19 Februari 2018	Acc Revisi Proposal	6.
7	Kamis, 22 Februari 2018	Konsultasi Data dan hasil data	7.
8	Senin, 05 Maret 2018	Bimbingan BAB IV-V	8.
9	Rabu, 25 April 2018	Revisi BAB IV-V	9.
10	Rabu, 02 Mei 2018	Acc keseluruhan	10.

Malang, 10 Mei 2018

Mengetahui

a.n. Dekan

Ketua Jurusan Manajemen,



Dr. Agus Sucipto, MM

NIP. 19670816 200312 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI**

Terakreditasi "A" SK BAN-PT Depdiknas Nomor : 4828/BAN-PT/Akred/S/XII/2017
Jalan Gajayana Nomor 50 Malang 65144, Telepon: (0341) 558881, Faksimile: (0341) 558881

Nomor : ¹⁹⁶⁸...../F.EK/PP.00.9/07/2018
Hal : Surat Keterangan Penelitian

Malang, 10 Juli 2018

SURAT KETERANGAN

Pengelola Galeri Investasi BEI-UIN, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang menerangkan bahwa tersebut di bawah ini :

Nama : Wilda Atqiah
NIP : 14510127
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen
Universitas : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Judul Penelitian : Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Return Saham Dengan Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi.

Mahasiswi tersebut telah melaksanakan penelitian di Galeri Investasi BEI-UIN, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan semestinya.



Wassalamualaikum Wr. Wb.
a.n. Dekan,
Ketua GI BEI-UIN Malang

Muh. Nanang Choiruddin SE., MM.
NIDT.19850820201608011047

