

**PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN ANTARA SEBELUM  
DAN SESUDAH PENERAPAN CSR (*CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY*) PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY &  
TRADING COMPANY TBK**

**SKRIPSI**

**KURNIA EKA AGUS ERWITA**

**NIM : 17622087**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN  
TANJUNGPINANG  
2022**

**PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN ANTARA SEBELUM  
DAN SESUDAH PENERAPAN CSR (*CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY*) PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY &  
TRADING COMPANY TBK**

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat-Syarat guna Memproleh Gelar  
Sarjana Akuntansi

OLEH :

**NAMA : KURNIA EKA AGUS ERWITA**

**NIM : 17622087**

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN  
TANJUNGPINANG  
2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN / PENGESAHAN SKRIPSI**  
**PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN ANTARA**  
**SEBELUM DAN SESUDAH PENERAPAN CSR (*CORPORATE SOCIAL***  
***RESPONSIBILITY*) PT. UTLRAJAYA MILK INDUSTRY & TRADING**  
**COMPANY, TBK**

Diajukan Kepada :

Panitia Komisi Ujian  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan  
Tanjungpinang

Oleh :

KURNIA EKA AGUS ERWITA  
NIM : 17622087

Menyetujui :

Pembimbing Pertama,



**Masvitah As Sahara, S. E., M.Si**  
NIDN. 1010109101/ Asisten Ahli  
Ahli

Pembimbing Kedua,



**Maryati, SP., M.M**  
NIDN : 1007077101/Asisten



Menyetujui,  
Ketua Program Studi

**Hendy Satria, S.E., M.Ak**  
NIDN 1015069101/ Lektor

**Skripsi Berjudul**

**PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN ANTARA  
SEBELUM DAN SESUDAH PENERAPAN CSR (*CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY*) PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY & TRADING  
COMPANY, TBK**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

NAMA : KURNIA EKA AGUS ERWITA  
NIM : 17622087

Telah Dipertahankan Didepan Panitia Komisi Ujian Pada Tanggal Dua Puluh Lima  
Bulan Januari Tahun Dua Ribu Dua Puluh Dua dan Dinyatakan Telah Memenuhi  
Syarat Untuk Diterima

**Panitia Komisi Ujian**

Ketua,



**Masvithah As Sahara, S. E, M**  
NIDN. 1010109101/ Asisten Ahli

Sekretaris,



**Sri Kurnia, S.E., Ak., M.Si., CA.**  
NIDN : 1020037101/Lektor

Anggota,



**Ranti Utami, S.E., M.Si., Ak., CA.**  
NIDN : 1004117701/ Lektor

Tanjungpinang, 25 Januari 2022  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan  
Tanjungpinang  
Ketua,



**Charly Marlinda, S.E., M.Ak.Ak.CA**  
NIDN. 1029127801 / Lektor

### **SURAT PERNYATAAN**

Nama : Kurnia Eka Agus Erwita  
NIM : 17622087  
Tahun Angkatan : 2017  
Indeks Prestasi Kumulatif :  
Program Studi/ Jenjang : Akuntansi / S1 (Satu)  
Judul Skripsi : Perbandingan Kinerja Keuangan Perusahaan Antara  
Sebelum dan Sesudah Penerapan CSR (*Corporate  
Social Responsibility*) PT. Ultrajaya Milk Industry &  
Trading Company Tbk.

Menyatakan dengan ini sebenar-benarnya bahwa seluruh isi dan materi dari skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan bukan rekayasa maupun karya orang lain. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah, demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apabila ternyata dikemudian hari saya membuat pernyataan palsu, maka saya siap diproses sesuai peraturan yang berlaku.

Tanjungpinang,

Penulis,



**KURNIA EKA AGUS ERWITA**  
NIM : 17622087

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini khusus didedikasikan kepada :

Kedua orang tua tercinta Ayah Effendi Abdullah dan Ibu Rosnani,  
kepada kedua Abang saya Acip Pranata dan Muryandi dan juga kakak  
ipar saya Ria Arniati dan Nor Hidayanti selalu memberikan do'a restu  
dan tulus  
serta dukungan terbaik untuk masa depan penulis.

Saudara-saudara tercinta saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu  
yang telah memberikan banyak dukungan dan bantuan serta  
semangat untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

**MOTTO**

***“MAN JADDA WA JADDA”***

*“Siapa yang bersungguh-sungguh maka ia akan menemukan  
atau siapa yang sungguh-sungguh maka ia akan dapat”*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat yang dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Perbandingan Kinerja Keuangan Perusahaan Antara Sebelum Dan Sesudah Penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk”**

Penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan Strata-I di Fakultas Ekonomi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan. Tanpa bantuan dari berbagai pihak lain yang terkait, penulis tentunya akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini:

1. Ibu Charly Marlinda, SE.,M.Ak.Ak.CA selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang
2. Ibu Ranti Utami, SE.,M.Si.Ak.CA selaku Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang
3. Ibu Sri Kurnia, SE.Ak.M.Si.CA selaku Wakil Ketua II Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang
4. Bapak Imran Ilyas, MM selaku Wakil Ketua III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang

5. Bapak Hendy Satria, S.E., M.Ak selaku Ketua Prodi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang,
6. Ibu Masyitah As Sahara, S.E, M.Si Selaku Sekretaris Proram Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang dan Selaku Dosen pembimbing I yang telah memberikan masukan dan saran kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar
7. Ibu Maryati, SP., M.M Selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan masukan saran kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik.
8. Bapak dan ibu Dosen beserta staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) pembangunan Tanjungpinang yang tidak dapat di sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan bimbingan kepada penulis,
9. Untuk kedua orang tua yang selalu memberikan do'a dan dukungan sehingga skripsi ini bisa diselesaikan tepat waktu.
10. Seluruh dosen beserta staf akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) pembangunan Tanjungpinang yang baik dan sabar dalam penyampaian ilmu pengetahuan dan bantuan yang diberikan.
11. Untuk keluarga besar saya yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang telah mendo'akan kelancaran dan penyelesaian skripsi
12. Untuk teman-teman dan sahabat-sahabat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu saya dan telah meluangkan waktunya untuk menemani saya menyelesaikan skripsi.

13. Untuk teman-teman akuntansi angkatan 2017 yang telah memberikan dukungan serta do'a dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan masukan, saran, dan kritik yang membangun untuk melengkapi dan menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Tanjungpinang, 25 Januari 2022

Penulis

**KURNIA EKA AGUS ERWITA**  
**NIM : 17622087**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN BIMBINGAN

HALAMAN PENGESAHAN KOMISIS UJIAN

HALAMAN PERNYATAAN

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN MOTTO

KATA PENGANTAR ..... viii

DAFTAR ISI ..... xi

DAFTAR TABEL ..... xiv

DAFTAR GAMBAR ..... xi

DAFTAR LAMPIRAN ..... xvii

ABSTRAK ..... xviii

*ABSTRACT* ..... xix

BAB I PENDAHULUAN ..... 1

1.1 Latar Belakang Masalah..... 1

1.2 RumusanMasalah..... 7

1.3 Batasan Masalah ..... 9

1.4 Tujuan Masalah..... 9

1.5 Kegunaan Penelitian ..... 10

1.5.1 Kegunaan Ilmiah ..... 10

1.5.1.1 Bagi Penulis..... 10

1.5.1.2 Bagi Penelitian Lain ..... 10

1.5.2 Kegunaan Praktis..... 11

1.5.2.1 Bagi Perusahaan ..... 11

1.5.2.2 Bagi Pihak Pemerintah ..... 11

1.5.2.3 Bagi Investor ..... 11

1.5.2.4 Bagi <i>Stakeholder</i> .....	11
1.5.2.5 Bagi Masyarakat .....	12
1.6 Sistematika Penelitian.....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>14</b>
2.1 Kinerja Keuangan .....	14
2.1.1 Pengertian Kinerja Keuangan.....	14
2.1.2 Pengukuran Kinerja Keuangan.....	15
2.1.3 Penilaian Kinerja Keuangan.....	17
2.1.4 Tujuan Penilaian Kinerja Keuangan .....	17
2.2 Profitabilitas.....	17
2.2.1 Pengertian Profitabilitas .....	17
2.2.2 Macam-Macam Rasio Profitabilitas.....	20
2.2.2.1 ROE ( <i>Return On Equity</i> ) .....	20
2.2.2.2 ROA ( <i>Return On Asset</i> ).....	21
2.2.2.2.1 Keunggulan ROA ( <i>Return On Asset</i> ).....	22
2.2.2.2.2 Kelemahan ROA ( <i>Return On Asset</i> ) .....	22
2.2.2.3 EPS ( <i>Earning Per Share</i> ) .....	23
2.2.2.4 NPM ( <i>Net Profit Margin</i> ).....	24
2.3 Rasio Keuangan .....	25
2.3.1 Analisis Rasio Keuangan .....	25
2.3.2 Jenis-Jenis Rasio Keuangan .....	25
2.4 CSR ( <i>Corporate Social Responsibility</i> ) .....	26
2.4.1 Pengertian CSR ( <i>Corporate Social Responsibility</i> ) .....	26
2.4.2 Latar Belakang CSR ( <i>Corporate Social Responsibility</i> ) .....	27
2.4.3 Kelemahan CSR ( <i>Corporate Social Responsibility</i> ).....	28
2.4.4 Pentingnya CSR ( <i>Corporate Social Responsibility</i> ) .....	29
2.4.5 Konsep CSR ( <i>Corporate Social Responsibility</i> ).....	29
2.4.6 Prinsip-Prinsip CSR ( <i>Corporate Social Responsibility</i> ) .....	30
2.4.7 Pendekatan CSR ( <i>Corporate Social Responsibility</i> ).....	30

2.4.8 Manfaat CSR ( <i>Corporate Social Responsibility</i> ) .....	31
2.4.9 Permasalahan CSR ( <i>Corporate Social Responsibility</i> ) .....	32
2.4.10 Landasan Teori CSR ( <i>Corporate Social Responsibility</i> ) .....	33
2.4.11 Pelaporan dan Pengungkapan CSR ( <i>Corporate Social Responsibility</i> ) .....	38
2.4.12 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR .....	40
2.5 Kerangka Pemikiran.....	41
2.6 Hipotesis .....	42
2.6.1 Pengaruh ROA, ROE, EPS, NPM terhadap Penerapan CSR .....	42
2.7 Penelitian Terdahulu .....	44
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	48
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	48
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	49
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	50
3.5 Teknik Analisis Data.....	50
3.5.1 Uji Statistik Deskriptif .....	50
3.5.2 Uji Normalitas .....	51
3.5.3 Uji Paired Sampel T-Test .....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
4.1 Sejarah dan Profil PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company .....	53
4.2 Hasil Penelitian .....	57
4.2.1 Sumber Data .....	57
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	57
4.3 Hasil Analisis Data .....	65
4.3.1 Analisis Deskriptif .....	65
4.3.2 Uji Normalitas .....	67
4.3.3 Uji Paired Sampel T-Test .....	69
4.4 Pembahasan .....	71
4.4.1 Perbedaan ROA Terhadap Penerapan CSR .....	71

4.4.2 Perbedaan ROE Terhadap Penerapan CSR .....	72
4.4.3 Perbedaan EPS Terhadap Penerapan CSR .....	73
4.4.4 Perbedaan NPM Terhadap Penerapan CSR .....	74
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>75</b>
5.1 Kesimpulan .....	75
5.2 Saran .....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	
<b><i>CURRICULUM VITAE</i></b>	

## DAFTAR TABEL

No	JudulTabel	Halaman
1.	Definisi Operasional Variabel .....	45
2.	Jadwal Penelitian .....	52
3.	<i>Return On Asset</i> (ROA) Sebelum Penerapan CSR .....	58
4.	<i>Return On Asset</i> (ROA) Setelah Penerapan CSR .....	59
5.	<i>Return On Equity</i> (ROE) Sebelum Penerapan CSR .....	61
6.	<i>Return On Equity</i> (ROE) Setelah Penerapan CSR .....	62
7.	<i>Earning Per Share</i> (EPS) Sebelum Penerapan CSR .....	63
8.	<i>Earning Per Share</i> (EPS) Setelah Penerapan CSR .....	63
9.	<i>Net Profi Margin</i> (NPM) Sebelum Penerapan CSR .....	64
10.	<i>Net Profi Margin</i> (NPM) Setelah Penerapan CSR .....	64
11.	<i>Statistik Desciptive</i> Sebelum dan Setelah Penerapan CSR .....	65
12.	Uji Normalitas .....	68
13.	Uji <i>Paired Samples T-Test</i> .....	70

## DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran .....	39

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Hasil Pengolahan SPSS
- Lampiran 2 Hasil Cek Plagiat

## ABSTRAK

### PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN ANTARA SEBELUM DAN SESUDAH PENERAPAN CSR (*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*) PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY & TRADING COMPANY, TBK

Kurnia Eka Agus Erwita. 17622087

Akuntansi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang

Email :[erwiita04@gmail.com](mailto:erwiita04@gmail.com)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan ROA (*Return on Asset*), ROE (*Return on Equity*), EPS (*Earning Per Share*), NPM (*Net Profit Margin*) antara sebelum dan sesudah penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk, apakah terdapat perbedaan yang signifikan. Subjek penelitian ini adalah PT. Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company, Tbk periode 2009-2013 yaitu periode sebelum penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dan periode 2014-2018 yaitu periode sesudah penerapan CSR. Metode analisis yang digunakan adalah analisis Uji Paired Sample T-Test dengan alat bantu aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ROA (*Return on Asset*), ROE (*Return on Equity*), EPS (*Earning Per Share*) tidak terdapat perbedaan yang signifikan sebelum dan sesudah penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*), sedangkan NPM (*Net Profit Margin*) terdapat perbedaan yang signifikan sebelum dan sesudah penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

**Kata Kunci** : Return on Asset, Return on Equity, Earning Per Share, Net Profit Margin, Corporate Social Responsibility.

Dosen Pembimbing I : Masyitah As Sahara, S.E, M.Si

Dosen Pembimbing II : Maryati, SP., M.M

## **ABSTRACT**

### **FINANCIAL PERFORMANCE COMPARISON BETWEEN BEFORE AND AFTER IMPLEMENTATION CSR (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY) PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY & TRADING COMPANY TBK**

Kurnia Eka Agus Erwita. 17622087

Accounting. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang

Email :[erwiita04@gmail.com](mailto:erwiita04@gmail.com)

*This research aims to determine the difference ROA (Return On Asset) , ROE (Return On Equity), EPS (Earning Per Share), and NPM (Net Profit Margin) before and after CSR PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk, whether there is a significant difference. Subject in this research is PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk period 2009 – 2013 is period before implementation of Corporate Social Responsibility and period 2014 – 2018 is period after implementation of Corporate Social Responsibility. The analysis method used is Paired Sample T-Test, test with SPSS (Statistical Product and Service Solutions) application tool. The results of research that ROA (Return On Asset), ROE (Return On Equity) and EPS (Earning Per Share) no difference at the time before and after the CSR (Corporate Social Responsibility), while NPM (Net Profit Margin) there are significant difference before and after the CSR (Corporate Social Responsibility).*

**Keywords** : *Return on Asset, Return on Equity, Earning Per Share, Net Profit Margin, Corporate Social Responsibility.*

**Supervisor I** : Masyitah As Sahara, S.E, M.Si

**Supervisor II** : Maryati, SP., M.M

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kinerja keuangan perusahaan merupakan salah satu faktor yang dilihat investor untuk menentukan pilihan dalam membeli saham. Analisis kinerja keuangan untuk mengetahui sejauh mana kondisi perusahaan saat ini, apakah kondisi baik atau buruk. Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atas keuntungan yang maksimal, disamping hal-hal lainnya. Dengan memperoleh laba yang maksimal seperti yang sudah ditargetkan, perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan pemilik, karyawan serta meningkatkan mutu produksi dan melakukan investasi baru.

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat, lingkungan serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangun secara berkelanjutan CSR (*Corporate Social Responsibility*), dalam hal ini CSR (*Corporate Social Responsibility*) tidak hanya merupakan merupakan kegiatan kreatif perusahaan dan tidak terbatas hanya pada pemenuhan aturan hukum semata (Fauziah, 2018).

Konsep CSR (*Corporate Social Responsibility*) sangat berkaitan erat dengan keberlangsungan atau *sustainability* perusahaan. Terjadinya keberlangsungan perusahaan apabila perusahaan melakukan tanggungjawabnya tidak hanya terbatas kepada pemegang saham (*stakeholders*) tetapi perusahaan juga wajib memperhatikan

dimensi sosial dan lingkungan yang menjadi tempat operasi perusahaan. Masyarakat akan memberikan tanggapan yang negatif kepada perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan keadaan ekonomi, sosial dan lingkungan sekitarnya. Respon negatif dari masyarakat inilah yang akan mengancam keberlangsungan dari perusahaan.

Dengan menerapkan CSR (*Corporate Social Responsibility*), diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang. Pengungkapan informasi CSR (*Corporate Social Responsibility*) dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis. Dalam usaha memperoleh legitimasi, perusahaan melakukan kegiatan sosial dan lingkungan yang memiliki implikasi akuntansi pada pelaporan dan pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan melalui laporan CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang dipublikasikan.

Ada beberapa kasus yang ada di Indonesia mengenai CSR (*Corporate Social Responsibility*) ini yaitu, terdapat 21 perusahaan perkebunan swasta kelapa sawit dan perbankan di Kabupaten Pasaman Barat, Sumatera Barat diduga tidak merealisasikan dana CSR (*Corporate Social Responsibility*) atau tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat sekitar padahal sesuai dengan peraturan Daerah Pasaman Barat Nomor 3 tahun 2017 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan bahwa setiap tahun perusahaan wajib mengalokasikan CSR (*Corporate Social Responsibility*) untuk masyarakat sekitar. Jika perusahaan tidak mengeluarkan dana tersebut maka sanksi berupa peringatan tertulis sebanyak 3

(tiga) kali, pembatasan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha dan pencabutan izin kegiatan usaha. (sumber m.antarnews.com, 2018). Selain itu terdapat kasus di Kota Tanjungpinang, Kepulauan Riau yaitu PT. Panca Pratama, pabrik ini berhenti beroperasi karena diduga melakukan pembuangan limbah sembarang yang mengakibatkan pencemaran lingkungan sekitar. (Batamnews.co.id, 2019).

Oleh karena itu, perusahaan menepatkan masyarakat sebagai salah satu tujuan kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) perusahaan. Pelaksanaan program CSR (*Corporate Social Responsibility*) dalam aspek sosial dan kemasyarakatan berbasis pada program pemberdayaan masyarakat yang melibatkan masyarakat secara langsung untuk memperoleh manfaat langsung dari perusahaan.

Banyak kalangan yang tidak mempercayai bahwa perusahaan tidak sungguh-sungguh dalam menerapkan keuntungan semata, tidak mungkin perusahaan mempunyai maksud dan tujuan yang mulia untuk memberdayakan masyarakat, menghormati hak-hak pekerjanya serta merusak lingkungan. Oleh karena itu sangatlah tidak mungkin untuk memberikan hasil pelaporan keuangan dalam jangka pendek. Namun CSR (*Corporate Social Responsibility*) akan memberikan dampak, baik langsung maupun tidak langsung pada keuangan perusahaan di masa yang akan datang. Investor juga ingin investasinya dan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaannya memiliki citra yang baik dimata masyarakat. Dengan demikian, apabila perusahaan melakukan program-program CSR (*Corporate Social Responsibility*) secara berkelanjutan, maka perusahaan akan dapat berjalan dengan baik. Oleh karena itu, program CSR (*Corporate Social Responsibility*) lebih tepat

apabila digolongkan sebagai investasi dan harus menjadi strategi bisnis suatu perusahaan.

Selain itu, CSR (*Corporate Social Responsibility*) sebagai salah satu kegiatan perusahaan mengharuskan dilaporkan dalam laporan tahunan perusahaan seperti halnya kegiatan produksi perusahaan. Hal tersebut juga dipertegas dengan UU No. 40 tahun 2007 Pasal 66 ayat 2 yang menyebutkan bahwa salah satu elemen yang minimal diisyaratkan harus ada dalam laporan tahunan adalah laporan pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan. Dan juga terdapat perbedaan hasil penelitian-penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa CSR (*Corporate Social Responsibility*) berpengaruh positif signifikan terhadap ROA (*Return On Asset*) dan ROE (*Return On Equity*) yang berarti semakin tinggi pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) maka semakin meningkat ROA (*Return On Asset*) dan ROE (*Return On Equity*) (Gantino 2016). Sedangkan menurut (Yaparto 2013) dan (Laurensia 2015) menyebutkan bahwa ROA (*Return On Asset*) dan ROE (*Return On Equity*) tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang akan berarti semakin tinggi ROA (*Return On Asset*) dan ROE (*Return On Equity*) suatu perusahaan tidak menjadi tolak ukur perusahaan dalam melakukan pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*), semakin tinggi tingkat profitabilitas semakin kecil pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Perusahaan yang dipilih dalam penelitian ini adalah pada perusahaan makanan dan minuman yaitu perusahaan PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk, perusahaan ini didirikan sejak tahun 1960an oleh Bapak Achmad

Prawirawidjaja (alm), PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk dari tahun ke tahun terus berkembang, dan saat menjadi salah satu perusahaan yang cukup terkemuka dibidang industry makanan dan minuman di Indonesia. Adapun Visi PT. Ultrajaya Milk Tbk adalah menjadi perusahaan industry makanan dan minuman yang terbaik dan terbesar di Indonesia, dengan senantiasa mengutamakan kepuasan konsumen, serta menjunjung tinggi kepercayaan para pemegang saham dan mitra kerja perusahaan. Misi PT. Ultrajaya Milk Tbk adalah menjalankan usaha dengan dilandasi kepekaan yang tinggi untuk senantiasa berorientasi kepada pasar/konsumen, dan kepekaan serta kepedulian untuk senantiasa kepada pasar/konsumen, dan kepekaan serta kepedulian untuk senantiasa memperhatikan lingkungan, yang dilakukan secara optimal agar dapat memberikan nilai tambah sebagai wujud pertanggungjawaban serta kepada para pemegang saham.

Perusahaan industry makanan dan minuman dipilih dalam penelitian ini karena industri tersebut cenderung membutuhkan modal yang besar, untuk pangsa pasar serta pengembangan produknya. Tingkat kebutuhan masyarakat terhadap barang yang dihasilkan dalam industri tersebut sudah menjadi kebutuhan relatif dan tidak berubah, baik kondisi perekonomian sedang memburuk atau membaik. Hal ini berbeda dengan kondisi pada industri lain, misalnya pada industri perdagangan, jasa dan investasi. Industri sangat dipengaruhi oleh kondisi perekonomian karena masyarakat lebih mengutamakan kebutuhan sehari-hari. Jadi apabila ada penurunan, maka penurunan tersebut tidak berpengaruh terhadap aktivitas perusahaan yang menghasilkan laba.

PT. Ultrajaya Milk Tbk melakukan CSR (*Corporate Social Responsibility*) sejak tahun 2014, program-program yang dilakukan oleh PT. Ultrajaya Milk Tbk dikelompokkan dalam empat aspek yaitu: (1) Aspek Lingkungan Hidup, (2) Aspek Ketenagakerjaan, (3) Aspek Pengembangan Sosial dan Kemasyarakatan, dan (4) Kepedulian di Bidang Pendidikan. Dalam aspek lingkungan hidup, perusahaan ini sudah menggunakan kemasan karton yang ramah lingkungan, perusahaan juga turut aktif berperan serta bertindak sebagai sponsor dalam program *Thanks to Nature*, program yang mengajak seluruh masyarakat untuk lebih mencintai dan turut memelihara lingkungan hidup dengan tidak membuang sampah dimana saja, menghemat penggunaan air dan energi listrik, turut menanam pohon diseluruh Indonesia dan lain-lain.

Program CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang dilakukan oleh PT. Ultrajaya Milk Tbk berdampak pada *image* positif perusahaan dikalangan masyarakat. CSR (*Corporate Social Responsibility*) dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang pasar yang terbuka lebar. Dari *image* positif masyarakat, berdampak pada kinerja perusahaan termasuk kinerja keuangan. Kinerja keuangan suatu perusahaan dapat diukur dengan rasio profitabilitas.

Profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, asset dan modal saham tertentu. Profitabilitas menjadi suatu pertimbangan yang sangat penting bagi investor memutuskan keputusan investasinya. Dari uraian diatas penulis ingin melihat perbandingan kinerja keuangan perusahaan terhadap sebelum dan sesudah adanya penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) pada PT.

Ultrajaya Milk Tbk. Maka penulis melakukan penelitian ini dengan judul **“Perbandingan Kinerja Perusahaan Antara Sebelum dan Sesudah Penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) Pada PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Setiap perusahaan memiliki proses, struktur dan cara masing-masing untuk mencapai tujuannya, dimana cara tersebut berdasarkan kepercayaan masing-masing petinggi untuk diterapkannya. Tata kelola perusahaan yang baik adalah dengan wujud dasar-dasarnya tersebut salah satunya adalah *responsibility*, dengan melakukan tanggungjawab sosial atau CSR (*Corporate Social Responsibility*). CSR (*Corporate Social Responsibility*) dapat dijalankan dengan tiga pilar yaitu sosial, ekonomi dan lingkungan. Perusahaan yang mengedepankan konsep CSR (*Corporate Social Responsibility*) akan menjadi modal sosial perusahaan untuk lebih maju dan berkembang.

Pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang dilandasi pemikiran bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban ekonomi dan legal pemegang saham, tetapi juga kewajiban terhadap pihak-pihak lain diantaranya pegawai, pelanggan, pemerintah dan masyarakat. Tanggungjawab sosial perusahaan dilakukan dengan tujuan untuk menjaga reputasi perusahaan seperti meningkatkan citra perusahaan maupun pemegang sahamnya. Oleh karena itu, pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) sangat penting dilakukan oleh perusahaan karena dapat menunjang keberlanjutan perusahaan.

Program CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang dilakukan oleh PT. Ultrajaya Milk Tbk berdampak pada *image* positif perusahaan dikalangan masyarakat. CSR (*Corporate Social Responsibility*) dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang pasar yang terbuka lebar. Dari *image* positif masyarakat, berdampak pada kinerja perusahaan termasuk kinerja keuangan. Kinerja keuangan suatu perusahaan dapat diukur dengan rasio profitabilitas.

Profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu. Profitabilitas menjadi suatu pertimbangan yang sangat penting bagi investor memutuskan keputusan investasinya. Penilaian kinerja keuangan perusahaan dapat dilakukan dengan analisis rasio keuangan. Rasio yang digunakan adalah rasio profitabilitas yaitu untuk melihat kemampuan sebuah perusahaan dalam memproduksi keuntungan dan untuk melihat kelangsungan hidup perusahaan yang diukur dengan ROA (*Return On Asset*), ROE(*Return On Equity*), EPS (*Earning Per Share*) dan NPM (*Net Profit Margin*). Dari uraian diatas penulis ingin melihat perbandingan kinerja keuangan terhadap sebelum dan sesudah adanya penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) PT. Ultrajaya Milk Tbk.

Berdasarkan latar belakang dan uraian diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat perbedaan signifikan nilai ROA (*Retrun on Asset*) antara sebelum dan sesudah penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*)?

2. Apakah terdapat perbedaan signifikan nilai ROE (*Return on Equity*) antara sebelum dan sesudah penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*)?
3. Apakah terdapat perbedaan signifikan nilai EPS (*Earning Per Share*) antara sebelum dan sesudah penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*)?
4. Apakah terdapat perbedaan signifikan nilai NPM (*Net Profit Margin*) antara sebelum dan sesudah penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*)?

### **1.3 Batasan Masalah**

Mempertimbangkan luasnya kajian penelitian, maka penulis membatasi permasalahannya yaitu penulis hanya memfokuskan pada suatu perusahaan PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk Periode 2009-2018, yaitu 5 tahun sebelum perusahaan menerapkan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dan 5 tahun setelah perusahaan menerapkan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dan dalam penelitian ini dibatasi dengan menggunakan alat ukur pada rasio profitabilitas yaitu ROA (*Return On Asset*), ROE(*Return On Equity*), EPS (*Earning Per Share*) dan NPM (*Net Profit Margin*).

## **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui perbedaan signifikan nilai ROA (*Retrun on Asset*) antara sebelum dan sesudah penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*).
2. Untuk mengetahui perbedaan signifikan nilai ROE (*Return on Equity*) antara sebelum sesudah penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*).
3. Untuk mengetahui perbedaan signifikan nilai EPS (*Earning Per Share*) antara sebelum dan sesudah penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*).
4. Untuk mengetahui perbedaan signifikan NPM (*Net Profit Margin*) antara sebelum dan sesudah penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

### **1.5.1 Kegunaan Ilmiah**

#### **1.5.1.1 Bagi Penulis**

Hasil penelitian ini merupakan suatu pengalaman dimana penulis dapatmenambah wawasan dan pengetahuan mengenai perbandingan Antara Sebelum dan Sesudah Penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) pada Industri Makanan, Minuman khususnya pada PT. Ultrajaya Milk Tbk Tahun 2009-2018.

### **1.5.1.2 Bagi Penelitian Lain**

Bagi penelitian lain yang melakukan penelitian mengenai perbandingan Antara Sebelum dan Sesudah Penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

## **1.5.2 Kegunaan Praktis**

### **1.5.2.1 Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengembangan penerapan dan pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) pada perusahaan, dan meningkatkan kesadaran perusahaan akan pentingnya melaksanakan tanggung sosial perusahaan, serta sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial perusahaan.

### **1.5.2.2 Bagi Pihak Pemerintah**

Bagi pemerintah untuk mengetahui sampai sejauh mana pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang dilakukan perusahaan. Sehingga pemerintah dapat mempertimbangkan suatu standar pelaporan CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang sesuai dengan kondisi Indonesia.

### **1.5.2.3 Bagi Investor**

Bagi investor, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang laporan keuangan tanggungjawab sosial (seperti laporan keberlanjutan atau laporan sesuai peraturan yang berlaku).

### **1.5.2.4 Bagi Stakeholder**

Membantu menambah frekuensi komunikasi yang baik dengan *stakeholder*, dimana komunikasi ini akan semakin menambah *trust* kepada perusahaan.

### **1.5.2.5 Bagi Masyarakat**

Dapat dijadikan sebagai pengontrol atau perilaku perusahaan. Selain itu diharapkan hasil dari penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang akan diperoleh, disamping sebagai sarana menambah wawancara tentang laporan tanggungjawab sosial perusahaan.

## **1.6 Sistematika Penelitian**

Agar dapat memberikan gambaran yang telah jelas tentang penulisan penelitian ini, maka garis besar materi pembasan dari masing-masing bagian tersebut dijelaskan sebagai berikut:

### **BAB I :PENDAHULUAN**

Berisikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II :LANDASAN TEORI**

Berisikan tentang kajian teori yang relevan dengan topik penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yang dapat menjadi landasan teoritis dalam melakukan penelitian dan kerangka pemikiran.

**BAB III :METEDEOLOGI PENELITIAN**

Berisikan tentang jenis penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variable, Teknik pengumpulan data dan Teknik analisis data.

**BAB IV :PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan hasil pembahasan penelitian yang berupa gambar, angka, grafik, table dan analisis data.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang didapat dari hasil penelitian setelah melakukan penelitian .

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Kinerja Keuangan**

##### **2.1.1 Pengertian Kinerja Keuangan**

Kinerja perusahaan dapat dikatakan sebagai suatu formal usaha yang dilaksanakan perusahaan untuk mengevaluasi efisien dan efektivitas dari aktivitas perusahaan yang telah dilaksanakan pada periode waktu tertentu. Kinerja keuangan merupakan salah satu ukur yang digunakan oleh para pemakai laporan keuangan dalam mengukur atau menentukan sejauh mana kualitas perusahaan. Kinerja suatu perusahaan dapat dilihat melalui laporan keuangan perusahaan tersebut. Dari laporan keuangan tersebut, dapat diketahui keadaan *financial* dan hasil-hasil yang telah dicapai perusahaan selama periode tertentu (Claudia, 2019).

Untuk mengetahui kinerja keuangan perusahaan maka secara umum perlu dilakukan analisis terhadap laporan keuangan, mencakup (1) pembandingan kinerja perusahaan dengan perusahaan lain dalam industri yang sama dan (2) evaluasi kecendrungan posisi keuangan sepanjang waktu. Laporan keuangan perusahaan melaporkan baik posisi perusahaan pada suatu waktu tertentu maupun operasinya selama beberapa periode yang lalu.

Dari pengertian yang diatas dapat disimpulkan bahwa kinerja keuanga adalah usaha formal yang telah dilakukan oleh perusahaan yang dapat mengukur keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba, sehingga dapat melihat prospek, pertumbuhan,

dan potensi perkembangan baik perusahaan dengan mengandalkan sumber daya yang ada. Suatu perusahaan dapat dikatakan berhasil apabila telah mencapai standar dan tujuan yang telah ditetapkan.

### **2.1.2 Pengukuran Kinerja Keuangan**

Pengukuran kinerja digunakan perusahaan untuk melakukan perbaikan di atas kegiatan operasionalnya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Analisis kinerja keuangan merupakan proses pengkajian secara kritis terhadap *review* data, menghitung, menginterpretasi, dan memberi solusi terhadap keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu.

Kinerja keuangan dapat dinilai dengan beberapa alat analisis. Berdasarkan teknikanya, analisis keuangan dapat dibedakan menjadi 8 (delapan) macam yaitu:

1. Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan, merupakan Teknik analisis dengan cara membandingkan laporan keuangan dua periode atau lebih dengan menunjukkan perubahan, baik dalam jumlah (*absolut*) maupun dalam presentase (*relative*).
2. Analisis Tren (tendensi posisi), merupakan Teknik analisis untuk mengetahui tendensi keadaan keuangan apakah menunjukkan kenaikan atau penurunan.
3. Analisis Presentase per-Komponen (*common size*), merupakan Teknik analisis untuk mengetahui presentase investasi pada masing-masing aktiva terhadap keseluruhan atau total aktiva maupun utang.

4. Analisis Sumber dan Penggunaan Modal Kerja, merupakan Teknik analisis untuk mengetahui besarnya sumber dan penggunaan modal kerja melalui dua periode waktu yang dibandingkan.
5. Analisis Sumber dan Penggunaan Kas, merupakan Teknik analisis untuk mengetahui kondisi kas disertai sebab terjadinya perubahan kas pada suatu periode tertentu.
6. Analisis Rasio Keuangan, merupakan Teknik analisis keuangan untuk mengetahui hubungan di antara pos tertentu dalam neraca maupun laporan laba rugi baik secara individu maupun secara simultan.
7. Analisis Perubahan Laba Kotor, merupakan teknik untuk mengetahui posisi laba dan sebab-sebab terjadinya perubahan laba.
8. Analisis *Break Even*, merupakan teknik analisis untuk mengetahui tingkat penjualan yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

Analisis kinerja keuangan yang dilakukan pada dasarnya untuk mengevaluasi kinerja dimasa lalu dan melakukan berbagai analisis, sehingga dapat diperoleh posisi keuangan perusahaan yang mewakili realitas perusahaan dan potensi-potensi kinerja yang akan berlanjut. Berdasarkan evaluasi yang dilakukan terhadap kinerja di masa-masa yang lalu, dapat dilakukakn prediksi terhadap kinerja perusahaan di masa akan datang, sehingga evaluasi untuk nilai perusahaan dapat dilakukan untuk melakukan berbagai keputusan-keputusan investasi (termasuk kredit) yang harus dilakukan saat ini.

### **2.1.3 Penilaian Kinerja Keuangan**

Penilaian kinerja adalah “penentuan efektivitas operasional, organisasi, dan karyawan berdasarkan sasaran, standar dan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya secara periodik”.

Penilaian kinerja keuangan perusahaan merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya terhadap investor untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Untuk menilai kinerja keuangan perusahaan dapat digunakan analisis rasio keuangan.

### **2.1.4 Tujuan Penilaian Kinerja Keuangan**

Menurut (Mentayani 2011) pengukuran kinerja keuangan bertujuan untuk :

1. Memberikan informasi yang berguna dalam keputusan penting mengenai aset yang digunakan dan untuk memacu para manajer membuat keputusan yang menyalurkan kepentingan perusahaan.
2. Mengukur kinerja unit usaha sebagai suatu entitas suatu entitas usaha.
3. Hasil pengukuran kinerja dijadikan dasar untuk menilai perubahan potensial sumber daya ekonomi yang mungkin dikendalikan di masa depan.

## **2.2 Profitabilitas**

### **2.2.1 Pengertian Profitabilitas**

Menurut Agus Sartono dalam (Priyanka 2013), Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Rasio profitabilitas mengukur seberapa besar

kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Profitabilitas (*profitable*), tanpa adanya keuntungan (*profit*), maka akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Dalam melakukan analisis perusahaan, disamping melihat laporan keuangan perusahaan, juga bisa dilakukan dengan menggunakan analisis rasio keuangan.

Rasio profitabilitas mengukur efektifitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba. Analisis profitabilitas lebih dari ukuran akuntansi seperti penjualan, harga pokok penjualan serta beban operasi dan beban nonoperasi untuk menilai sumber-sumber, daya tahan, pengukur dan hubungan ekonomi utamanya. Hasil penelitian ini dapat menyetimasi pengambilan dan karakteristik risiko perusahaan dengan lebih baik. Analisis rasio profitabilitas juga memungkinkan untuk membedakan antara kinerja yang terkait dengan keputusan operasi dan kinerja terkait dengan keputusan pendanaan dan investasi.

Tujuan yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan adalah mendapat laba yang maksimal, untuk itu manajemen perusahaan dituntut untuk mampu mencapai target tersebut. Untuk mengukur tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan maka digunakan rasio profitabilitas. Menurut Harahap (2011:309), rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuannya dan sumber yang ada seperti kegiatan penjual, kas, ekuitas, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya.

Rasio profitabilitas atau dikenal juga dengan nama rasio rentabilitas menurut Kasmir (2012:196) merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan.

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan, menurut Kasmir (2012:197), yaitu:

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

Manfaat rasio profitabilitas yang diperoleh menurut Kasmir (2012:197) adalah untuk:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.

2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Manfaat lainnya, berdasarkan para ahli mengenai rasio profitabilitas, dapat dikatakan rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan oleh perusahaan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bagi perusahaan.

## **2.2.2 Macam-Macam Rasio Profitabilitas**

### **2.2.2.1 ROE (*Return On Equity*)**

ROE (*Return On Equity*) adalah tingkat pengambilan ekuitas dari aktifitas investasi dan penjualan yang dilakukan. ROE (*Return On Equity*) mengukur pengambilan absolut yang diberikan perusahaan kepada para pemegang saham. Angka ROE (*Return On Equity*) yang tinggi akan membawa keberhasilan lagi perusahaan yang mengakibatkan tingginya harga saham membuat perusahaan dapat dengan mudah menarik dana baru. Hal ini juga akan memungkinkan perusahaan untuk berkembang, menciptakan kondisi pasar yang sesuai dan menantinya akan memberikan laba yang lebih besar dan seterusnya. Semua hal tersebut dapat menciptakan nilai yang tinggi dan pertumbuhan yang berkelanjutan atas kekayaan pemilikinya.

ROE (*Return On Equity*) disetiap perusahaan harus dibandingkan dengan ROE (*Return On Equity*) perusahaan sejenis lainnya atau dengan rata-rata industri. Tujuannya adalah untuk melihat kekuatan perusahaan tersebut dalam menciptakan daya tarik investasi dimasa yang akan datang :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Profit After Tax}}{\text{New Work}}$$

*Profit after tax* adalah laba bersih setelah pajak dan *new worth* adalah ekuitas saham biasa.

#### **2.2.2.2 ROA (*Return On Asset*)**

ROA (*Return On Asset*) adalah suatu rasio profitabilitas untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dan yang ditanamkan dalam aktifitas yang digunakan untuk aktifitas operasi perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktifitas yang digunakan untuk aktifitas operasi perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

##### **2.2.2.2.1 Keunggulan ROA (*Return On Asset*)**

- a. ROA (*Return On Asset*) dapat mengukur efisiensi penggunaan modal yang menyeluruh yang sensitive terhadap setiap hal mempengaruhi keadaan keuangan perusahaan.
- b. ROA (*Return On Asset*) dapat mempertimbangkan posisi perusahaan dengan rasio industri sehingga dapat diketahui apakah perusahaan

berada dibawah, salah satu di atas rata-rata industri. Hal ini merupakan salah satu langkah dalam perancangan strategi.

- c. ROA (*Return On Asset*) dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas dari masing-masing produk yang dihasilkan perusahaan.
- d. ROA (*Return On Asset*) dapat digunakan untuk mengukur efisiensi tindakan-tindakan yang dilakukan oleh setiap divisinya dan pemanfaatan akuntansi difinisinya.
- e. Selain guna untuk kepentingan kontrol, ROA (*Return On Asset*) juga berguna untuk kepentingan perencanaan.

#### **2.2.2.2.2 Kelemahan ROA (*Return On Asset*)**

- a. ROA (*Return On Asset*) sebagai pengukur divisi sangat dipengaruhi oleh metode depresiasi aktiva tetap.
- b. ROA (*Return On Asset*) mengandung distorsi yang cukup besar terutama dalam kondisi inflasi. ROA (*Return On Asset*) cenderung tinggi akibat penyesuaian (kenaikkan) harga jual, sementara itu beberapa komponen biaya masih dinilai dengan harga distorsi.

Rumus untuk menghitung ROA(*Return On Asset*) :

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

Laba bersih yang dimaksud adalah laba bersih setelah pajak.

### 2.2.2.3 EPS (*Earning Per Share*)

EPS (*Earning Per Share*) laba per lembar saham seringkali dipandang sebagai informasi terpenting yang terdapat di dalam laporan keuangan. Jumlah laba per lembar saham adalah informasi yang seringkali disebut-sebut di dalam laporan tahunan perusahaan dan media masa sebagai pengukur keberhasilan perusahaan di dalam usahanya untuk menghasilkan laba. Banyak pemakai laporan keuangan percaya EPS (*Earning Per Share*) merupakan indikator tentang kinerja finansial efektivitas manajemen, potensial laba dan deviden masa datang.

Laba per lembar saham atau EPS (*Earning Per Share*) menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dan mendistribusikan laba yang diraih perusahaan kepada pemegang saham. Laba per lembar saham/ EPS (*Earning Per Share*) dapat dijadikan sebagai indikator tingkat nilai perusahaan. Laba per lembar saham/ EPS (*Earning Per Share*) juga merupakan salah satu cara untuk mengukur keberhasilan dalam mencapai keuntungan bagi para pemilik saham dalam perusahaan. EPS (*Earning Per Share*) suatu perusahaan harus dibandingkan dengan EPS (*Earning Per Share*) perusahaan lain atau dengan EPS (*Earning Per Share*) rata-rata. Tujuannya adalah melihat keberhasilan kemampuan perusahaan dalam melakukan kegiatan operasional usahanya.

Cara menghitung EPS (*Earning Per Share*) adalah :

$$\text{EPS} = \frac{\text{Profit After Tax}}{\text{Number of Common Share Outstanding}}$$

*Profit after share* adalah laba bersih setelah pajak dan *number of common share outstanding* adalah jumlah saham biasa dalam peredaran.

#### 2.2.2.4 NPM (*Net Profit Margin*)

Rasio ini memberi gambaran laba untuk para pemegang saham sebagai persentase dari penjualan. Semakin besarnya rasio NPM (*New Profit Margin*) menunjukkan bahwa manajemen telah bekerja secara efisien baik dalam pengelolaan produksi dan operasional maupun penjualan. Rasio ini merupakan ukuran kemampuan perusahaan untuk mengubah setiap rupiah yang diperoleh dari penjualan menjadi keuntungan bersih (*net profit*). Perusahaan yang memiliki rasio NPM (*Net Profit Margin*) relative besar cenderung memiliki kemampuan untuk bertahan dalam kondisi sesulit apapun.

Cara menghitung NPM (*Net Profit Margin*) :

$$\text{NPM} = \frac{\text{Profit After Tax}}{\text{Sales}}$$

*Profit after tax* adalah laba bersih setelah pajak dan *sales* adalah penjualan.

### 2.3 Rasio Keuangan

#### 2.3.1 Analisis Rasio Keuangan

Analisis rasio keuangan adalah kegiatan membandingkan angka-angka yang ada dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dengan angka lainnya. Menurut Kasmir (2012) analisis rasio keuangan menurut para ahli sebagai berikut:

Analisis rasio keuangan merupakan alat analisis yang ditanyakan dalam arti relatif maupun *absolute* untuk menjelaskan hubungan tertentu antara elemen yang satu dengan elemen yang lain dalam suatu laporan keuangan (*financial statement*).

Analisis rasio keuangan merupakan analisis dengan membandingkan satu pos laporan dengan pos laporan keuangan lainnya, baik secara individu maupun bersama-sama guna mengetahui hubungan diantara pos tertentu, baik secara, baik dalam neraca maupun dalam laporan laba rugi.

Rasio menggambarkan suatu hubungan dan perbandingan antara jumlah tertentu dalam satu laporan keuangan dengan jumlah yang lain pada pos laporan keuangan yang lain. Dengan menggunakan metode analisis berupa rasio akan dapat menjelaskan atau memberikan gambaran tentang baik atau buruknya keadaan atau posisi keuangan suatu perusahaan. Rasio keuangan juga dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan keuangan perusahaan.

### **2.3.2 Jenis-Jenis Rasio Keuangan**

Rasio keuangan merupakan alat yang ikut berperan penting bagi pihak ekstren yang menilai suatu perusahaan dari laporan-laporan keuangan yang umum. Penilaian yang harus dilakukan terhadap laporan keuangan itu antara lain rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio aktivitas, dan rasio profitabilitas.

Menurut Munawir (2012) ada 4 (empat) kelompok rasio keuangan yaitu rasio likuiditas, rasio aktivitas, rasio profitabilitas, dan rasio solvabilitas :

1. Rasio likuiditas adalah rasio untuk mengetahui kemampuan perusahaan membiayai operasi dan memenuhi kewajiban keuangan pada saat ditagih.
2. Rasio aktivitas adalah rasio untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam melakukan aktivitas perusahaan sehari-hari atau kemampuan perusahaan dalam penjualan, penagih piutang maupun pemanfaatan aktiva yang dimiliki.

3. Rasio profitabilitas adalah rasio untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dari berbagai kebijakan dan keputusan yang telah diambil.
4. Rasio solvabilitas adalah rasio untuk mengukur seberapa jauh aktivitas perusahaan dibiayai oleh hutang.

## **2.4 CSR (*Corporate Social Responsibility*)**

### **2.4.1 Pengertian CSR (*Corporate Social Responsibility*)**

Pengertian CSR (*Corporate Social Responsibility*) menurut Johnson dan Johnson, dalam (Nor Hadi, 2011) menyatakan bahwa :”*CSR is about how companies manage the business processes to product an overall positive impact to society*”. Definisi pada dasarnya berangkat dari filosofi bagaimana mengelola perusahaan baik Sebagian maupun keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungannya. Maka dari itu, perusahaan harus mampu mengelola operasi bisnisnya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan. CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah bagaimana perusahaan secara sukarela memberikan kontribusi bagi terbentuknya masyarakat yang lebih baik dan lingkungannya yang lebih bersih.

Dapat disimpulkan tanggungjawab sosial perusahaan adalah komitmen perusahaan terhadap kepedulian kepada alam sekitar, masyarakat dan pihak yang berkepentingan dengan kegiatan usaha perusahaan.

#### **2.4.2 Latar Belakang CSR (*Corporate Social Responsibility*)**

Hasil penelitian (Nor Hadi, 2011) menunjukkan bahwa tanggungjawab sosial perusahaan memiliki kandungan dan konsekuensi baik secara sosial (*social consequences*) maupun secara ekonomi (*economic consequences*). Hasil penelitian tersebut memaparkan bahwa perusahaan yang melakukan aktivitas tanggungjawab dengan penuh keseriusan dan didukung oleh strategi implementasi yang tepat, memiliki manfaat seperti mengurangi legitimasi masyarakat, apresiasi masyarakat, meningkatkan nilai bagi masyarakat, mengurangi komplain dari masyarakat, membantu pemecahan persoalan yang dihadapi masyarakat baik dibidang sosial, ekonomi maupun kesehatan.

Disamping itu juga tingkat tanggungjawab sosial perusahaan ternyata juga memiliki dampak terhadap peningkatan kerja ekonomi perusahaan, seperti meningkatkan penjualan, legitimasi pasar, meningkatkan apresiasi investor dipasar modal, meningkatkan nilai bagi kesejahteraan pemilik dan sejenisnya. Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa tanggungjawab sosial dengan berbagai aktivitas turunnya tidak hanya dipandang sebagai biaya yang harus ditanggung oleh perusahaan (*social cost*) melainkan juga merupakan investasi bagi perusahaan dalam rangka mendukung keunggulan perusahaan dimata *stakeholder*.

#### **2.4.3 Kelemahan CSR (*Corporate social Responsibility*)**

(Nor Hadi, 2011) menunjukkan bahwa pelaksanaan tanggungjawab sosial disamping mengandung kemanfaatan bagi perusahaan juga mengandung resiko

seperti kandungan biaya sosial relatif besar, sering kontradiksi dengan kepentingan *shareholder* serta mengganggu profitabilitas perusahaan.

(Nor Hadi, 2011) menyatakan sejalan dengan kaidah *trade of antaracost* dan *benefit*, terhadap faktor risiko dalam melakukan tanggungjawab sosial seperti :

1. Menimbulkan pemborosan
2. Memungkinkan keterlibatan perusahaan terhadap permainan kekuasaan atau politik berlebihan yang pada dasarnya bukan areanya.
3. Menimbulkan lingkungan bisnis yang monopolistik dan pluralistik.
4. Mengganggu profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan.
5. Keterlibatan sosial yang luas cakupannya memerlukan tenaga ahli yang belum dimiliki perusahaan.

#### **2.4.4 Pentingnya CSR (*Corporate social Responsibility*)**

Perusahaan merupakan keluarga besar yang memiliki tujuan dan target hendak mencapai, yang berada di tengah lingkungan masyarakat yang lebih besar (*community*) sebagai warga masyarakat. Perusahaan membutuhkan apresiasi dan interaksi anggota masyarakat dalam setiap aktifitasnya. Dengan demikian perusahaan merupakan subsistem dari sistem siklus hidup masyarakat sehingga membutuhkan keteraturan pola interaksi dengan sistem yang lain (Nor Hadi, 2011).

#### **2.4.5 Konsep CSR (*Corporate Social Responsibility*)**

Konsep yang perlu diperhatikan satu terobosan besar perkembangan tanggungjawab sosial perusahaan CSR (*Corporate Social Responsibility*)

dikemukakan oleh Jhon Elkington (1997) dalam (Nor Hadi, 2011) yang terkenal dengan “*The Triple Bottom Line*” yang dimuat dalam buku “*Conibalts With Frorks The Triple Bottom Line Of Twentieth Century Business*”. Konsep tersebut mengakui jika perusahaan ingin *sustain* maka perlu diperhatikan 3P yaitu bukan hanya profit yang diburu, namun juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut serta dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Konsep *Triple Bottom Line* tersebut merupakan kelanjutan dari konsep *sustainable development* yang secara eksplisit telah mengaitkan antara dimensi tujuan dan tanggungjawab baik kepada *shareholder* maupun *stakeholder*.

#### **2.4.6 Prinsip-Prinsip CSR (*Corporate Social Responsibility*)**

Menurut Crowther David (2008) dalam (Nor Hadi, 2011) mengurangi prinsip-prinsip tanggungjawab sosial perusahaan/CSR (*Corporate Social Responsibility*) menjadi 3 yaitu :

1. *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktifitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan.
2. *Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktifitas yang telah dilakukan.
3. *Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal.

Transparansi merupakan suatu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman khususnya informatif dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.

#### **2.4.7 Pendekatan CSR (*Corporate Social Responsibility*)**

Terdapat dua paradigma pendekatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang digunakan perusahaan. Pertama, *motive approach* berarti praktik tanggungjawab sosial dan pengungkapan didasarkan motif tertentu pada perusahaan, baik secara sosial (*social motive*) maupun ekonomi (*economic motive*). *Motive approach* menumbuhkan praktik tanggungjawab sosial menjadi volunteer atau sukarela sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan perusahaan.

Kedua, pendekatan *system approach* maksudnya bahwa perusahaan melakukan pengeluaran sosial termasuk pengungkapannya muncul sebagai akibat adanya tuntutan dan pengondisian suatu sistem yang ada. Sistem ini berupa aturan dan kebijakan yang harus dipatuhi, baik yang tumbuh dari penetapan manajemen yang merupakan bagian dari *code of conduct*, visi misi perusahaan serta strategi perusahaan yang dilakukan maupun peraturan yang timbul dari pihak luar pemerintah (Nor Hadi, 2011).

#### **2.4.8 Manfaat CSR (*Corporate Social Responsibility*)**

Dalam menjalankan tanggungjawab sosialnya, perusahaan memberikan perhatian kepada tiga hal yaitu laba, lingkungan dan masyarakat. Dengan diperoleh laba, perusahaan dapat memberikan deviden bagi pemegang saham, mengalokasikan sebagai laba diperoleh guna membiayai pertumbuhan dan pemegang usaha dimasa depan, serta membayar pajak kepada pemerintah.

Dengan menjalankan tanggungjawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek namun juga turut berkontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitar

dalam jangka Panjang, dari sisi perusahaan terdapat berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari aktiva CSR (*Corporate social responsibility*), yaitu :

1. Mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan yang tidak pantas yang diterima perusahaan.
2. Sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis.
3. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan, karena karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi yang baik, yang secara konsisten melakukan upaya-upaya untuyk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya.
4. CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholder*-nya.
5. Meningkatkan penjualan seperti yang terungkap dalam *riset Roper Search Worldwide*, yaitu bahwa konsumen akan lebih menyukai prroduk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan tanggungjawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik.
6. Insentif-insentif lainnya seperti insentif pajak dan berbagai perlakuan khusus lainnya.

#### **2.4.9 Permasalahan CSR (*Corporate Social Responsibility*)**

CSR (*Corporate Social Responsibility*) masih memiliki beberapa permasalahan yaitu :

1. Masih belum seragam dan jelas batasan tanggungjawab sosial.

2. Sikap oportunistis perusahaan terhadap *social responsibility* mengandung biaya yang cukup besar belum tentu memiliki relevansi terhadap pencapaian tujuan yang bersifat *economic motive*.
3. Kurang respon *stakeholder* (*silent stakeholder*) sehingga kurang menciptakan *control social* meskipun masyarakat merupakan sosial agen.
4. Dukungan perundangan yang masih lemah.
5. Standar operasional yang masih kurang jelas.
6. Belum jelasnya ukuran evaluasi.

Konteks seperti itu relative menciptakan praktik CSR (*Corporate Social Responsibility*) sebatas adanya saja bersifat formalitas, meskipun terdapat beberapa perusahaan memiliki komitmen dan serius dalam menjalankan strategi CSR (*Corporate Social Responsibility*).

#### **2.4.10 Landasan Teori CSR (*Corporate Social Responsibility*)**

Beberapa teori yang digunakan untuk menjelaskan pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*), yaitu :

1. Teori Stakholder (*Stakeholder Theory*)

*Stakeholder* adalah semua pihak, baik internal maupun eksternal, yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. *Stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti pemerintah, perusahaan asing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, Lembaga diluar perusahaan (LSM dan kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi).

Kasali Rhenald (2005) dalam (Nor Hadi, 2011) mengungkapkan bahwa *stakeholder* dapat dibagi menjadi dua berdasarkan karakteristik yaitu *stakeholder* primer dan *stakeholder* sekunder. *Stakeholder* primer adalah pihak-pihak yang mempunyai kepentingan secara ekonomi terhadap perusahaan dan menanggung resiko seperti investor, kreditor, karyawan, pemasok dan masyarakat lokal. *Stakeholder* sekunder adalah pihak-pihak yang dipengaruhi ataupun mempengaruhi perusahaan, namun kelangsungan hidup perusahaan secara ekonomi tidak dipengaruhi oleh *stakeholder* jelas ini. Adapun yang termasuk kelompok *stakeholder* sekunder adalah media dan kelompok kepentingan lainnya seperti lembaga sosial masyarakat atau serikat buruh.

Berdasarkan asumsi *stakeholder theory*, maka perusahaan tidak dapat melaksanakan diri dari lingkungan sosial. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan menjamin *going concern* (Nor Hadi, 2011).

## 2. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Hubungan keagenan merupakan dasar yang digunakan untuk memahami *corporate governance*. Hubungan keagenan adalah sebuah kontrak antara *principal* dan *agen* adalah adanya pemisahan antara kepemilikan (pihak *principal*/ investor) dan pengendalian (pihak *agen*/ manajer). Investor memiliki harapan bahwa manajer akan menghasilkan *return* dari uang

yang mereka investasikan. Oleh karena itu, kontrak yang baik antara investor dan manajer adalah kontrak yang mampu menjelaskan spesifikasi-spesifikasi apa saja yang harus dilakukan manajer dalam mengelola dan para investor, dan spesifikasi tentang *return* antara manajer dan investor. Idealnya, investor dan manajer sebaiknya menandatangani kontrak yang lengkap dan menspesifikasikan secara tepat apa saja yang akan dilakukan manajer di segala kemungkinan yang terjadi.

Teori keagenan berusaha untuk menjawab masalah keagenan yang terjadi jika pihak-pihak yang saling bekerja sama memiliki tujuan dan pembagian kerja yang berbeda. Secara khusus teori keagenan membahas tentang adanya hubungan keagenan, dimana suatu pihak tertentu (*principal*) mengeledasikan pekerja kepada pihak lain (*agent*) untuk melakukan pekerjaan. Teori keagenan ditekankan untuk mengatasi dua permasalahan yang dapat terjadi dalam hubungan keagenan. Pertama adalah masalah keagenan yang timbul pada saat keinginan atau tujuan dari *principal* dan agen berlawanan dan merupakan hal yang sulit atau mahal bagi *principal* untuk melakukan verifikasi tentang apa yang benar-benar dilakukan oleh agen. Kedua adalah masalah pembagian resiko yang timbul pada saat *principal* dan agen memiliki sikap yang berbeda terhadap resiko.

### 3. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagian perusahaan dalam rangka pengembangan perusahaan kedepan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengontruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan

upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Nor Hadi, 2011). Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*). Legitimasi merupakan sistem perusahaan yang berorientasi pada keberpihak terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihak kepada *society*, operasi perusahaan harus sesuai dengan harapan masyarakat.

#### 4. Teori Kontrak Sosial (*Social Contract Theory*)

Teori ini muncul karena adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat, agar terjadi keserasian, dan keseimbangan, termasuk dalam lingkungan. Perusahaan yang merupakan kelompok yang memiliki kesamaan tujuan dan berusaha mencapai tujuan secara bersama adalah bagian dari masyarakat dalam lingkungan yang lebih besar.

Keberadaan sangat ditentukan oleh masyarakat, dimana antara keduanya saling mempengaruhi. Agar terjadi keseimbangan (*equality*), maka perlu kontrak sosial baik secara tersusun baik secara tersurat maupun tersirat, sehingga terjadi kesepakatan-kesepakatan yang saling melindungi kepentingan masing-masing (Nor Hadi, 2011).

*Social contract* dibangun dan dikembangkan, salah satunya untuk menjelaskan hubungan antara perusahaan terhadap masyarakat (*society*).

Dalam hal ini, perusahaan atau organisasi memiliki kewajiban pada masyarakat untuk memberi manfaat bagi masyarakat. Interaksi perusahaan dengan masyarakat akan selalu berusaha untuk memenuhi dan mematuhi antara serta norma-norma yang berlaku dimasyarakat, sehingga kegiatan perusahaan dapat dipandang *legitimate*.

(Nor Hadi, 2011) menjelaskan konsep kontrak sosial (*social contract*) bahwa untuk menjamin kelangsungan hidup dan kebutuhan masyarakat, kontrak sosial didasarkan pada :

- a. Hasil akhir (output) yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas.
- b. Distribusi manfaat ekonomis, sosial, atau pada politik kepada kelompok sesuai dengan kekuatan yang dimiliki.

Output perusahaan bermuara pada masyarakat, dan tidak ada power institusi yang bersifat permanen, maka perusahaan membutuhkan legitimasi. Perusahaan harus melebarkan tanggungjawab tidak hanya sekedar *economic responsibility* yang lebih kepada diarahkan kepada *stakeholder* (pemilik perusahaan). Namun perusahaan harus memastikan bahwa kegiatannya tidak melanggar dan bertanggungjawab kepada pemerintah yang dicerminkan dalam peraturan dan perundang-undangan yang berlaku (*legal responsibility*). Disamping itu, perusahaan juga tidak dapat mengesampingkan tanggung jawab kepada masyarakat, yang dicerminkan lewat tanggungjawab dan keberpihakan kepada berbagai persoalan sosial dan lingkungan yang timbul (*social responsibility*) (Nor Hadi, 2011).

## 5. Teori Sinyal

Teori sinyal membahas mengenai dorongan perusahaan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal. Dorongan tersebut disebabkan karena adanya asimetri informasi antara pihak manajemen dan pihak eksternal. Untuk mengurangi asimetri informasi maka perusahaan harus mengungkapkan informasi yang dimiliki, baik informasi keuangan maupun non keuangan.

Salah satu informasi yang wajib untuk diungkapkan oleh perusahaan adalah informasi tanggungjawab sosial perusahaan atau CSR (*Corporate Social Responsibility*). Informasi ini dapat dimuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial perusahaan terpisah. Perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR(*Corporate Social Responsibility*) memiliki tujuan dapat meningkatkan reputasi perusahaan secara sosial.

### **2.4.11 Pelaporan dan Pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*)**

Laporan tanggung jawab sosial merupakan laporan aktivitas tanggung jawab sosial yang telah dilakukan perusahaan baik berkaitan dengan perhatian masalah dampak sosial maupun lingkungan. Laporan tersebut menjadi bagian tak terpisahkan dengan laporan tahunan (*annual report*) yang dipertanggung jawabkan direksi didepan sidang Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Laporan ini berisi laporan program-program sosial dan lingkungan perusahaan yang telah dilaksanakan selama tahun buku terakhir (Nor Hadi, 2011).

Pengungkapan (*disclosure*) berkaitan dengan penjelasan hal-hal informatif yang dianggap penting dan bermanfaat bagi pemakai selain yang dinyatakan dalam statement keuangan utama (Suwardjono, 2011). Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pengungkapan (*disclosure*) yaitu untuk siapa informasi diungkapkan, apa tujuan informasi tersebut, berapa banyak informasi yang diungkapkan. Tujuan pengungkapan kategori menjadi dua yaitu *protective disclosure* yang dimaksud sebagai upaya perlindungan terhadap investor dan *informative disclosure* yang bertujuan memberikan informasi yang layak kepada pengguna laporan.

Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) merupakan pengungkapan minimum yang harus diungkapkan (diwajibkan peraturan). Pengungkapan wajib diatur dalam peraturan Bapedan yang tertulis dalam Surat Edaran Ketua Bapedan No. SE-02/PM/2001 yang berisi tentang penyajian dan pengungkapan laporan keuangan emitmen atau perusahaan publik untuk setiap jenis industry. Pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) merupakan pengungkapan yang tidak diwajibkan oleh peraturan yang berlaku, sehingga perusahaan bebas memilih jenis informasi yang diungkapkan yang sekiranya dapat mendukung dalam mengambil keputusan.

Tanggung jawab sosial perusahaan diungkapkan dalam laporan yang disebut *sustainability report*. *Sustainability reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh kinerja organisasi dan produknya

dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Laporan tersebut menjadi bagian yang tak terpisahkan dengan laporan tahunan (annual report) yang dipertanggungjawabkan direksi didepan sidang Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) (Nor Hadi,2011).

*Sustainability reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dengan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi. *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategi yang berlevel tinggi yang mendapatkan isu, tantangan dan peluang *sustainability development* yang membawa menuju kepada bisnis pertama (*core business*) dan sector industry. Salah satu panduan pelaporan yang banyak digunakan sebagai standar pelaporan saat ini oleh perusahaan untuk mendukung pembangunan berkeselimbangan yang digagas oleh PBB lewat *Coalition for Enviromentally Responsble Economis (CERES)* dan UNEP pada tahun 1997 adalah *GLOBAL Reporting Inittiative (GRI)*.

#### **2.4.12 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*)**

Karakteristik yang dimiliki perusahaan dapat menjadi faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Semakin kuat karakteristik yang dimiliki suatu perusahaan tersebut dalam menghasilkan dampak sosial bagi publik tentunya akan semakin kuat pula pemenuhan tanggung jawab sosial kepada publik.

Karakteristik perusahaan merupakan prediktor kualitas pengungkapan. Karakteristik perusahaan dapat menjadi faktor yang mempengaruhi perusahaan

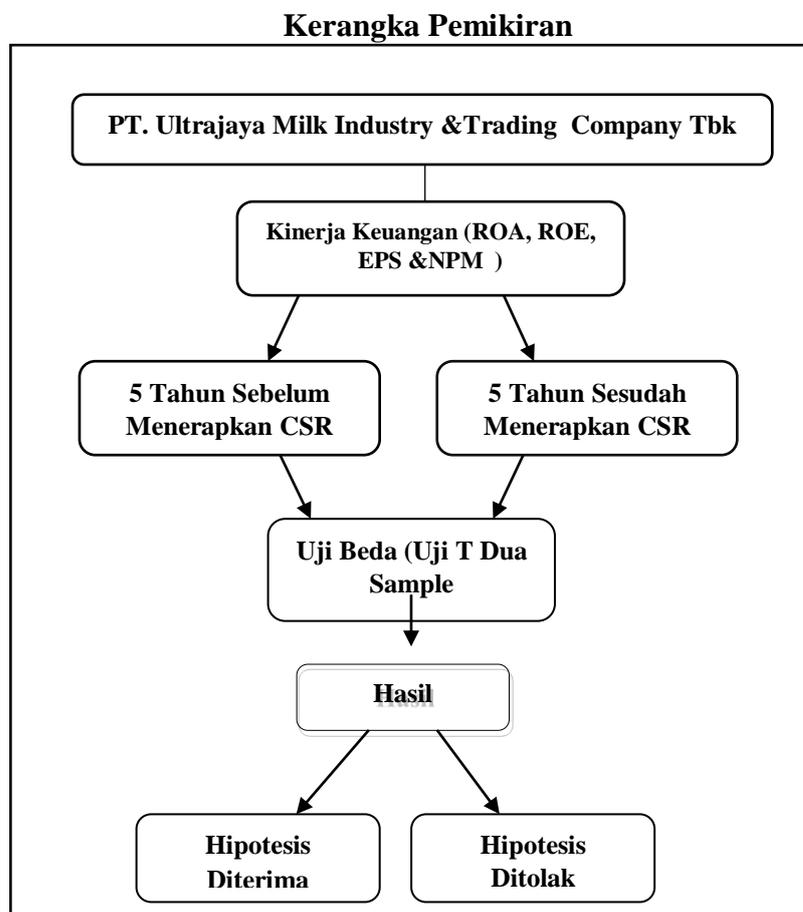
dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial, antara lain adalah *size* (ukuran perusahaan), tingkat likuiditas, tingkat profitabilitas, tingkat *leverage*, kendala sosial yang dimiliki, negara pemilik suatu perusahaan, negara tempat didirikannya perusahaan, dan lain-lain. Karakteristik perusahaan tersebut dapat menjelaskan variasi luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan.

## **2.5 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Kerangka pemikiran ini gunanya untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang suatu topik yang akan dibahas. Kerangka ini didapatkan dari konsep ilmu atau teori yang dipakai sebagai landasan penelitian yang didapatkan dihubungkan dengan garis sesuai variable yang diteliti.

Dalam penelitian ini, kerangka pemikiran yaitu pada PT. Ultrajaya Milk Tbk selama periode 2009-2018, dilihat dari perbandingan kinerja keuangan perusahaan dengan melakukan perhitungan rasio profitabilitas yaitu menggunakan ROA (*Return On Asset*), ROE (*Return On Equity*), EPS (*Earning Per Share*) dan NPM (*Net Profit Margin*). Profitabilitas yang dihitung yaitu sebelum menerapkan CSR (*Corporate Social Responsibility*) tahun 2009-2013 dan setelah menerapkan CSR (*Corporate Social Responsibility*) tahun 2014-2018.

Gambar 2.1.



Sumber : Konsep yang disesuaikan untuk penelitian (2021)

## 2.6 Hipotesis

### 2.6.1 Pengaruh Kinerja Keuangan ROA (*Return On Asset*), ROE (*Return On Equity*), EPS (*Earning Per Share*) dan NPM (*Net Profit Margin*) Terhadap Penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*)

Kinerja keuangan perusahaan sangat bermanfaat bagi berbagai pihak (*stakeholder*) seperti investor, kreditur, analisis, konsultan keuangan, pialang, pemerintah dan pihak manajemen sendiri. Dengan kinerja keuangan perusahaan yang baik, maka perusahaan mengharapkan legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan jangka panjangnya dengan menerapkan CSR (*corporate Social*

*Responsibility*) . Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR (*corporate Social Responsibility*) mengharapkan akan direspon secara positif oleh pelaku pasar.

Hubungan kinerja keuangan dengan penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) paling bagus diungkapkan dengan rasio profitabilitas yang diproyeksikan dengan ROA (*Return On Asset*), ROE (*Return On Equity*) EPS (*Earning Per Share*) dan NPM (*Net Profit Margin*). Selain itu tingkat profitabilitas dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan, oleh sebab itu semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Dikaitkan dengan teori agensi, perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas.

Penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) didefinisikan sebagai suatu proses penyedia informasi yang dirancang untuk mengemukakan masalah seputar *Social Accountability*, yang mana secara khas tindakan ini dapat dipertanggung jawabkan dalam media-media seperti laporan tahunan maupun dalam bentuk iklan-iklan yang akan berorientasi sosial. Selanjutnya penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) juga dapat didefinisikan sebagai suatu metode yang dengannya manajemen akan dapat berinteraksi dengan masyarakat secara luas untuk memengaruhi persepsi luas masyarakat terhadap suatu organisasi suatu perusahaan.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1 : Terdapat Perbedaan signifikannilai ROA (*Return on Asset*) anantara sebelum dan sesudah penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

H2 : Terdapat Perbedaan signifikannilai ROE(*Return on Equity*) anantara sebelum dan sesudah penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

H3 : Terdapat Perbedaan signifikan nilai EPS(*Earning Per Share*) anantara sebelum dan sesudah penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

H4 : Terdapat Perbedaan signifikan nilai NPM(*Net Profit Margin*) antara sebelum dan sesudah penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

## **2.7 Penelitian Terdahulu**

Dalam penelitian ini kita perlu melakukan peninjauan beberapa penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya untuk mendapatkan referensi yang perlu dan sesuai dengan penelitian ini. Berikut beberapa uraian penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan penelitian ini adalah:

### **1. (Laurensia 2015)**

Penelitian ini dilakukan oleh Stefany Laurensia yang berjudul “Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham Melalui Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Konsistuen Indeks Sri Kehati”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji pengaruh ROA dan ROE terhadap CSR dan harga saham baik secara langsung maupun tidak langsung serta menganalisis dan menguji pengaruh CSR terhadap harga saham. Penelitian ini dilakukan terhadap perusahaan-perusahaan yang dikategorikan masuk dalam SRI-KEHATI indeks dan telah terdaftar dalam bursa efek Indonesia. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini

adalah analisis jalur. Penelitian ini menunjukkan bahwa investor tidak merepon atas pengungkapan *CSR* yang telah dilakukan oleh perusahaan. Terdapat indikasi bahwa para investor tidak perlu melihat pengungkapan *CSR* yang telah dilakukan oleh perusahaan, karena terdapat jaminan yang tertera pada UU Perseroan Terbatas No.40 Tahun 2007, bahwa perusahaan pasti melaksanakan *CSR* dan mengungkapkannya, karena apabila perusahaan tidak melaksanakan *CSR* maka perusahaan akan terkena sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan sehingga dianggap pengungkapan *CSR* tidak memberi pengaruh terhadap nilai suatu perusahaan. Harga saham tidak dipengaruhi *CSR* namun kearah yang lainnya seperti faktor kinerja keuangan seperti *BOPO*, *CR*, *LDR*, dan lain sebagainya ataupun dapat dipengaruhi faktor makro seperti inflasi, kurs dollar dan lain sebagainya.

## 2. (Rilla Gantino 2016)

Penelitian ini dilakukan oleh Rilla Gantino yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2014”. Tujuan penelitian ini adalah ingin melihat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja perusahaan manufaktur sub sector pulp dan kertas yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2008-2014. Penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana yaitu metode statistik untuk menguji hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Perusahaan-perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia wajib mempublikasikan laporan keuangan dan laporan mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan wajib dilaporkan dalam laporan tahunan perusahaan dan di

publikasikan kepada *Stakeholder*. *Stakeholder* perlu mengetahui secara pasti informasi terkait isu-isu eksternalitas dan kinerja *CSR* yang sesungguhnya, informasi tersebut merupakan salah satu indikator kunci dalam menilai prospek dan resiko suatu perusahaan.

### 3. (Yaparto 2013)

Penelitian ini dilakukan oleh Marissa Yaparto yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Pada Sektor Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2010-2011”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (*CSR*) terhadap kinerja keuangan yang diprosikan pada *Return On Asset (ROA)*, *Return On Equity (ROE)* dan *Earning Per Share (EPS)*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Perkembangan bisnis yang semakin modern menuntut perusahaan mulai berkompetisi dalam mempertahankan usahanya. Hal ini dimaksudkan bahwa perusahaan bukan hanya dituntut untuk fokus pada perbaikan dan peningkatan kondisi internal perusahaan atau dalam artian mencari profit saja namun juga perusahaan dituntut untuk fokus dalam mengembangkan hubungan sosial pada kondisi eksternal perusahaan yang merupakan tanggungjawab sosial pada *stakeholder*. Tanggung jawab sosial baik internal maupun eksternal ini disebut dengan *Corporate Social Responsibility*.

### 4. (Inoue dan Lee 2011)

Meskipun kerangka pemangku kepentingan mengusulkan multidimensi tanggungjawab sosial perusahaan (*CSR*) (Clarkson, 1995) penelitian sebelumnya

belum menyelidiki dimensi tertentu dari CSR dan kinerja keuangan perusahaan (CFP) dalam industri terkait pariwisata. Tujuan dan penelitian ini adalah untuk memisahkan CSR menjadi lima dimensi berdasarkan kegiatan sukarela perusahaan untuk lima isu pemangku kepentingan utama: (1) hubungan karyawan, (2) kualitas produk, (3) hubungan masyarakat, (4) masalah lingkungan, dan (5) masalah keragaman, dan memeriksa bagaimana setiap dimensi akan mempengaruhi kinerja keuangan di antara perusahaan-perusahaan di dalam empat industri terkait pariwisata (maskapai penerbangan, kasino hotel, dan restoran). Sementara semua dimensi CSR diusulkan untuk memiliki efek keuangan yang positif, hasil mengungkapkan bahwa setiap dimensi memiliki efek diferensial pada profitabilitas jangka pendek dan masa depan dan bahwa dampak keuangan tersebut bervariasi di empat industri. Temuan dapat memberikan manajer pariwisata dengan wawasan dimensi kegiatan CSR akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan mereka.

##### 5. (Destya 2020)

Laporan tahunan perusahaan merupakan media komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat yang membutuhkan informasi keuangan dan perkembangan perusahaan. Saat ini tidak hanya informasi keuangan yang menjadi bahan pertimbangan bagi investor tetapi juga informasi. Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan pada sektor telekomunikasi Indonesia dan untuk mengetahui bahwa tata kelola perusahaan yang baik dan kinerja keuangan mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan analisis data menggunakan metode multiple. Analisis regresi, regresi berganda, yang menunjukkan ada

hubungan *good corporate governance* dan kinerja keuangan dengan pengungkapan sosial perusahaan secara simultan sesuai hipotesis, kepemilikan institusional keseluruhan dan audit community berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan secara parsial. Tahap teks selanjutnya menggunakan metode analisis regresi mudah dan ditemukan bahwa audit community merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

## **BAB III**

### **METEDEOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, menurut Sugiono,(2017) penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Dan tujuan dari penelitian ini kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan hipotesis.

Penelitian ini dipengolahan datanya menggunakan aplikasi SPSS. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data tersebut diperoleh oleh *website* Bursa Efek Indonesia yaitu pada perusahaan PT. Ultrajaya Milk industry & Trading Company Tbk.

#### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang dapat diukur atau dihitung secara langsung sebagai variabel angka atau bilangan. Sumber data yang digunakan yaitu data sekunder dimana data tersebut diperoleh bukan dari pihak pertama tetapi data yang dikumpulkan dari hasil publikasi pihak lain. Sumber dara sekunder yang digunakan merupakan publikasi laporan keuangan perusahaan yang bersumber dari pusat referensi pasar modal Bursa Efek Indonesia yang diperoleh dari [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### 3.3 Definisi Operasional Variabel

Variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah variabel yang memberi gambaran tentang profitabilitas perusahaan. Penilaian profitabilitas perusahaan dapat dilakukan dengan membuat analisis terhadap laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan. Analisis laporan keuangan dapat dilakukan dengan menggunakan ukuran tertentu yaitu dengan rasio profitabilitas. Dalam penelitian ini rasio profitabilitas yaitu :

**Tabel 3.1**

#### Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Rumus
1.	ROA ( <i>Return On Equity</i> )	Menurut Kasmir (2012) adalah rasio yang menunjukkan hasil ( <i>return</i> ) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan.	$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$
2.	ROE ( <i>Return On Asset</i> )	Menurut Syamsudin (2011) ROE adalah alat yang lazim digunakan oleh investor dan pemimpin perusahaan untuk mengukur seberapa besar keuntungan yang didapat dari modal sendiri yang dimiliki oleh perusahaan.	$ROE = \frac{\text{Profit After Tax}}{\text{Net Worth}}$
3.	NPM ( <i>Net Profit Margin</i> )	Rasio ini merupakan ukuran kemampuan perusahaan untuk mengubah setiap rupiah yang diperoleh dari penjualan menjadi keuntungan bersih ( <i>net profit</i> ). (Kasmir, 2012)	$NPM = \frac{\text{Profit After Tax}}{\text{Sales}}$
4	EPS ( <i>Erning Per Share</i> )	Laba per lembar saham atau EPS ( <i>Erning Per Share</i> ) menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dan mendistribusikan laba yang diraih perusahaan kepada pemegang saham. (Kasmir, 2012)	$EPS = \frac{\text{Profit After Tax}}{\text{Number og Common Share Oustanding}}$
5	CSR ( <i>Corporate Social Responsibility</i> )	Menurut Nor Hadi (2011) dapat disimpulkan tanggung jawab sosial perusahaan adalah komitmen perusahaan terhadap kepedulian kepada alam sekitar.	

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

Menurut Sugiono, (2017) cara atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan) dan gabungan ketiganya. Pengumpulan data disini ,merupakan suatu usaha untuk memperoleh bahan serta kenyataan yang benar-benar nyata dan dapat dipertanggung jawabkan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Studi dokumentasi yaitu, menurut Sugiono, (2017) metode dokumentasi merupakan metode yang dilakukan dengan mengumpulkan dokumen yang berisi catatan peristiwa yang sudah berlalu. Studi dokemtasi dilakukan dengan mengumpulkan laporan keuangan PT. Ultrajaya Milk tahun 2009-2020 yang diperoleh pada situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).
2. Studi pustaka yaitu, metode studi Pustaka dilakukan dengan menggunakan berbagai literatur, artikel, jurnal, dann penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian. Hal ini dimaksud untuk mendukung pembahasan terhadap permasalahan yang diteliti dan memperoleh pemahaman secara teoristis.

### **3.5 Teknik Analisis Data**

#### **3.5.1 Uji Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan deskripsi mengenai deskripsi variabel yang akan diteliti yaitu rasio profitabilitas ROA (*Return On Asset*), ROE(*Return On Equity*), EPS (*Earning Per Share*) dan NPM (*Net Profit*

*Margin*). Hasil dari analisis deskriptif meliputi nilai rata-rata, nilai minimum, nilai maximum dan standar deviasi yang berguna untuk mendukung hasil interpretasi teknik lain (Herman, 2016).

Penelitian menggunakan data perubahan rasio dari tahun 2009-2018 (sebelum dan sesudah penerapan *Corporate Social Responsibility*).

### **3.5.2 Uji Normalitas**

Uji Normalitas data sangat diperlukan untuk membuktikan apakah variabel dari data yang diperoleh sudah normal atau tidak. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik Kolmogorov-Smirnov Test. Dengan taraf signifikansi sebesar 0,05 data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5%. Untuk pengambilan keputusan dengan pedoman :

- a. Nilai signifikansi atau nilai profitabilitas  $<0,05$ , distribusi data tidak normal.
- b. Nilai signifikansi atau nilai profitabilitas  $>0,05$ , distribusi data adalah normal.

### **3.5.3 Uji Paired Sampel T-Test**

Uji t paired atau paired t-test digunakan untuk membandingkan adakah perbedaan mean atau rata-rata dua kelompok yang berpasangan artinya adalah sumber data berasal dari subjek yang sama. Melakukan analisis dengan pengelolaan data untuk membandingkan kinerja keuangan sebelum dan sesudah penerapan CSR (*Corporate social Responsibility*) pada PT. Ultrajaya Milk Industry & Company Tbk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Destya. 2020. "The Effect of Good Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance with the Company's Reputation as Moderating." *International Journal of Innovative Science and Research Technology* 5 (8): 205–12. <https://doi.org/10.38124/ijisrt20aug136>.
- Gantino, Rilla. 2016. "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2014."
- urnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis 3 (2): 19–32. [www.diskopjstim.go.id](http://www.diskopjstim.go.id). Inoue, Yuhei, dan Seoki Lee. 2011. "Effects of different dimensions of corporate social responsibility on corporate financial performance in tourism-related industries."
- Laurensia, Stefanny. 2015. "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham Melalui Pengungkapan Csr Pada Perusahaan Konstituen Indeks Sri Kehati" 3 (2): 491. [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).
- Mentayani, Ida. 2011. "Model Pengukuran Kinerja pada Perusahaan Jasa Konstruksi di Kota Banjarmasin," no. 66: 619–30.
- Priyanka, Felyna. 2013. "Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*."
- Yaparto, Marissa. 2013. "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Pada Sektor Manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia pada periode 2010 - 2011" 2.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kasmir, SE, MM. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Munawir. 2012. *Analisis Informasi Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- Sugiono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Suwardjono. 2011. *Teori Akuntansi Perakayasaan Pelaporan Keuangan*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Syamsuddin, Lukman. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.

Agatha, Claudia. 2019. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan

Harahap, Sofyan Syafri. 2011. Analisis Kritis atas Laporan Keuangan. Edisi Pertama Cetakan ke sepuluh. Jakarta : PT. Bumi Aksara.

Dwi Handoyo, Febrianto. 2013. Pengaruh Sebelum dan Sesudah Penerapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Profitabilitas Perusahaan.

Puti, dkk. 2019. Pengaruh *Return On Asset (ROA)*, *Return On Equity (ROE)* dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Darmawi, Herman. 2016. Manajemen Resiko Edisi 2. PT. Bumi Aksara: Jakarta.

Peraturan Daerah Pasaman Barat No. 3 Tahun 2017 tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan.

Undang-Undang RI Nomor 40 Pasal 66 Ayat 2 Tentang Perseroan Terbatas.

[www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

[www.m.antaranews.com](http://www.m.antaranews.com)

## *CURRICULUM VITAE*



### **1. Biodata**

Nama : Kurnia Eka Agus Erwita

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat, Tanggal Lahir : Tambelan, 04 Agustus 1999

Status : Belum Menikah

Agama : Islam

E-Mail : erwiita04@gmail.com

Alamat : Perumahan Griya Permata Kharisma Blok A No.4

Kewarganegaraan : Indonesia

### **2. Riwayat Pendidikan**

2005 – 2011	SD Negeri 005 Tambelan
2011 – 2014	SMP Negeri 14 Bintan
2014 – 2017	SMA Negeri 6 Bintan