

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan berkembangnya jaman, perusahaan semakin berkembang pesat dan meluas ke seluruh dunia, tidak terkecuali dengan Indonesia. Perusahaan yang semula proses produksinya dilakukan dengan tangan manusia, kini dengan berkembangnya jaman proses produksi mulai beralih menggunakan mesin. Peralihan penggunaan mesin tentu memiliki tujuan yaitu salah satunya untuk meningkatkan hasil produksi, dengan produksi yang semakin meningkat tentu hasil penjualan juga meningkat dan bisa berdampak pada peningkatan laba. Pesatnya perkembangan perusahaan saat ini sejalan dengan upaya pemerintah Indonesia untuk meningkatkan perekonomian bangsa Indonesia.

Tanggung Jawab Sosial Korporat merupakan suatu tindakan yang dilakukan badan usaha sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial dan lingkungan sekitar, memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi dan pada saat yang sama meningkatkan kualitas hidup dari para pekerja dan keluarganya. Tanggung jawab sosial korporat merupakan klaim agar perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham (*shareholders*), tapi juga untuk kemaslahatan pihak *stakeholders* dalam praktek bisnis, yaitu para pekerja, komunitas lokal, pemerintah, LSM, konsumen dan lingkungan. Di dalam Kurnianto (2010), *Global impact initiative* menyebut pemahaman ini dengan 3P (*Profit, People, Planet*) yaitu bahwa sementara tujuan bisnis adalah mencari laba

(*profit*), perusahaan juga semestinya menyejahterakan orang (*people*) dan menjamin keberlangsungan hidup di bumi ini (*planet*).

Pengambilan keputusan ekonomi hanya dengan melihat kinerja keuangan suatu perusahaan saat ini tidak lagi relevan. Eipsten dan Freedman (1994). Dalam Anggriani (2006), menemukan bahwa investor individual lebih tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan keuangan. Informasi tersebut berupa keamanan dan kualitas produk aktivitas lingkungan. Selain itu mereka menginginkan informasi mengenai etika, hubungan dengan karyawan dan masyarakat. Perusahaan yang ber laba besar namun operasinya merusak lingkungan atau tidak memerhatikan aspek sosial di sekitarnya, di anggap bukan perusahaan yang baik, untuk itu diperlukan suatu sarana yang dapat memberikan informasi mengenai aspek sosial, lingkungan dan keuangan secara sekaligus. Sarana tersebut dikenal dengan nama laporan keberlanjutan (*sustainability reporting*). Owen (2005). Beberapa perusahaan besar, terutama yang sudah tercatat di pasar modal (Bursa Efek Indonesia) serta mempunyai dampak signifikan terhadap lingkungan, serta secara sukarela mengungkapkan kinerja pengelolaan lingkungan dalam berbagai spektrum, baik melalui pelaporan yang terpisah maupun menjadi bagian dari laporan tahunan. Laporan kinerja pengelolaan lingkungan yang disampaikan perusahaan kepada instansi lingkungan saat ini hanya berupa laporan penataan (*Compliance Report*) dengan format dan istilah yang sulit dimengerti oleh orang awam maupun pihak yang berprofesi non lingkungan. Oleh karena itu, adanya penyampaian informasi kinerja pengelolaan lingkungan secara informatif kepada *stakeholders* atau publik sangat diperlukan,

sekaligus mengukur efektivitas penerapan tanggung jawab sosial korporat (Anggraini, 2006).

Seberapa jauh transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, dan kejujuran sudah dijalankan oleh perusahaan akan dapat disimak dan dinilai dari laporan yang disajikan oleh perusahaan tersebut, bahkan kemudahan akses oleh publik akan menunjukkan tingkat akuntabilitas perusahaan. Laporan keberlanjutan dapat juga meminimalisir risiko perusahaan, memperoleh citra/reputasi baik dari masyarakat dan sebagai alat analisis investasi bagi investor. Aktivitas tanggung jawab sosial korporat diharapkan memicu adanya perbaikan secara terus-menerus dalam operasi perusahaan (*continuous improvement*), meningkatkan hubungan perusahaan dengan bank, investor maupun lembaga pemerintahan, sehingga pada akhirnya *sustainability* perusahaan dapat terjamin (Darwin, 2007). Melalui pengungkapan tanggung jawab sosial korporat diharapkan mampu mencapai tujuan utama perusahaan yaitu mencari laba tanpa mengabaikan kepentingan *stakeholders* dan kelestarian lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab atas dampak yang telah ditimbulkan atas kegiatan operasional perusahaan (Rosdwianti, AR & Z.A, 2016).

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Lely Dahlia, 2008), yang mengambil beberapa indikasi (1) isu mengenai tanggung jawab sosial korporat merupakan hal yang relatif baru di Indonesia dan kebanyakan investor memiliki persepsi yang rendah terhadap hal tersebut, (2) kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial korporat tidak mudah untuk di ukur; umumnya perusahaan melakukan tanggung jawab sosial korporat hanya sebagai bagian dari iklan dan

menghindari untuk memberikan informasi yang relevan, dan (3) kebanyakan investor berorientasi pada kinerja jangka pendek, sedangkan tanggung jawab sosial dianggap berpengaruh pada kinerja jangka menengah dan jangka panjang. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Ayu Nikita Vira dan Made Gede Wirakusuma (2019), yang menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial korporat berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan perkembangan tanggung jawab sosial korporat sejauh ini di Indonesia, dan untuk melihat konsistensi dari peneliti-peneliti sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian “Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Korporat Terhadap Kinerja Perusahaan” (Studi kasus Terhadap Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya maka yang menjadi rumusan masalah penelitian ini adalah apakah pengungkapan tanggung jawab sosial korporat berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan ?

1.3 Batasan Masalah

Karena keterbatasan waktu, wawasan dan pengalaman peneliti, sehingga dalam penelitian ini hanya mengangkat satu variabel independen yaitu tanggung jawab sosial korporat serta satu variabel dependen yaitu kinerja keuangan yang diukur dengan *Return on Equity* (ROE). Serta banyaknya perusahaan manufaktur yang terdaftar pada BEI saat ini menyebabkan peneliti hanya mengangkat perusahaan manufaktur sektor kesehatan yang terdaftar pada BEI sebagai populasi

pada penelitian ini. Dan hanya menggunakan 3 aspek tanggung jawab sosial yaitu aspek : ekonomi, sosial dan lingkungan

1.4 Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial korporat terhadap kinerja keuangan perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada rentang tahun 2019-2021.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi atau masukan kepada pihak-pihak yang melakukan penelitian lebih lanjut mengenai Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Korporat Terhadap Kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan ROE.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat penulisan skripsi sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Memberikan tambahan pemahaman mengenai pengaruh tanggung jawab sosial korporat terhadap kinerja perusahaan yang diukur dengan *Return on Equity* (ROE), sehingga dapat membuka pengetahuan/wawasan yang lebih luas.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perusahaan untuk mengetahui apa saja dampak/pengaruh dari penerapan tanggung jawab

sosial korporat terhadap kinerja perusahaan, serta menjadi pertimbangan dan pendorong dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan tanggung jawab dan kepeduliannya terhadap lingkungan.

3. Bagi Investor

Penulisan penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi setiap orang yang ingin menginvestasikan sebagian kekayaannya terhadap kepemilikan sebagian saham perusahaan supaya lebih cerdas dalam memilih perusahaan tempat untuk menanamkan sahamnya.

4. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pentingnya tanggung jawab sosial korporat, sehingga pemerintah dapat menindaklanjuti pembuatan Undang Undang tentang Perseroan Terbatas beberapa waktu lalu, tidak hanya bagi perusahaan yang berangkutan

5. Untuk peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya yang akan sebagai referensi atau informasi tambahan untuk penelitiannya.

BAB II

TINJAUAN LITERATUR & PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Telaah Teori

2.1.1 *Stakeholder Theory*

Menurut Ghazali dan Chariri (2007:409), Teori *Stakeholders* merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain) *Stakeholders* terdiri dari beberapa orang atau sekelompok orang yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh beberapa keputusan, kebijakan dalam pelaksanaan aktivitas operasi. Teori *stakeholders* pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan (Ghozali dan Chariri: 2007). Menurut Pristianingrum (2017), bahwa “teori *stakeholder* menyatakan bahwa keberlangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* yang mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh kegiatan perusahaan”. Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. Pengungkapan tanggung jawab sosial korporat dapat menjadi strategi perusahaan untuk memenuhi kepentingan para *stakeholder* akan informasi non keuangan perusahaan terkait dampak ekonomi, lingkungan dan sosial yang timbul dari adanya aktivitas perusahaan. Semakin baik pengungkapan tanggung jawab sosial korporat akan membuat para pemangku

kepentingan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala kegiatannya yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan mencapai laba yang diharapkan

Teori *stakeholders* ini sangat tepat pada tanggung jawab sosial korporat pada penelitian ini sebab berhubungan langsung dengan para *stakeholder* (pemangku kepentingan) seperti pemegang saham, konsumen, masyarakat, pemerintah, kreditor, *supplier* hingga analisis dan pihak lainnya. Teori ini dapat digunakan untuk menemukan hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial korporat dengan kinerja perusahaan yang dapat dilihat dalam profitabilitas. Pada teori ini menjelaskan *stakeholder* pada dasarnya memiliki kemampuan untuk dapat mempengaruhi sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Sebab itu, kekuatan *stakeholder* dapat ditentukan oleh besar kecilnya kekuatan yang dimiliki *stakeholder* atas sumber tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007). Sebab itu, ketika *stakeholder* perusahaan mulai mengendalikan sumber ekonomi yang penting untuk perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan memberikan kepuasan kepada para *stakeholdernya*, dengan cara salah satunya yaitu dengan memberikan kinerja keuangan yang baik dari perusahaan.

Pendekatan *Stakeholder*, membuat organisasi memilih untuk menanggapi banyak tuntutan yang dibuat oleh para pemangku kepentingan, yaitu setiap kelompok dalam lingkungan luar organisasi yang terkena tindakan dan keputusan organisasi. Menurut pendekatan ini, suatu organisasi akan berusaha untuk memenuhi tuntutan lingkungan dari kelompok-kelompok seperti karyawan, pemasok, dan investor serta masyarakat (Robbins dan Coulter, 1999) dalam

Januarti dan Apriyanti (2005). Menurut Heal dan Garret (2004) menunjukkan bahwa aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan dapat menjadi elemen yang menguntungkan sebagai strategi perusahaan, memberikan kontribusi kepada manajemen risiko dan memelihara hubungan yang dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan, sehingga berdasarkan *stakeholder theory* peneliti menduga adanya pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

2.2 Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan merupakan suatu ukuran tertentu yang digunakan oleh entitas untuk mengukur keberhasilan dalam menghasilkan laba. Kinerja perusahaan adalah kemampuan perusahaan untuk menjelaskan kegiatan operasionalnya (Payatma, 2001 dalam Carolina, 2007). Menurut Febryani dan Zulfadin (2003) kinerja perusahaan merupakan hal penting yang harus dicapai oleh setiap perusahaan dimana pun, karena kinerja merupakan cerminan dari kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber dayanya.

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

Penilaian kinerja adalah penentuan secara periodik efektivitas operasional suatu organisasi, bagian organisasi dan karyawan yang berdasar pada sasaran,

standar dan kinerja yang telah ditentukan. Penilaian kinerja perusahaan dapat dilihat dari segi analisis laporan keuangan dan dari segi perubahan harga sahamnya (Fama, 1978 dalam Carolina, 2007). Tujuan dari penilaian kinerja adalah untuk memotivasi para karyawan dalam mencapai sasaran organisasi dan dalam mematuhi standar perilaku yang telah ditetapkan sebelumnya agar membuahkan hasil dan tindakan yang diinginkan. Standar perilaku tersebut berupa kebijakan manajemen atau rencana formal yang dituangkan dalam anggaran perusahaan. Penilaian kinerja juga digunakan untuk menekan perilaku yang tidak semestinya dan untuk merangsang dan menegakkan perilaku yang semestinya melalui *reward* yang diberikan oleh perusahaan dan hasil kinerja.

Menurut Muliady (2001:416), Penilaian kinerja adalah enentuan secara periodik efektivitas operasional suatu organisasi, bagian organisasi, karyawannya berdasarkan sasaran, standar dan kriteria yang telah ditetapkan. Penilaian kinerja dimanfaatkan oleh manajemen untuk :

1. Mengelola operasi organisasi secara efektif dan efisien melalui pemberian motivasi kepada karyawan secara maksimum.
2. Membantu pengambilan keputusan yang berkaitan dengan karyawan, seperti promosi, transfer hingga pemberhentian.
3. Mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan pengembangan karyawan dan untuk menyediakan kriteria seleksi dan evaluasi program pelatihan karyawan.
4. Menyediakan umpan balik bagi karyawan mengenai bagaimana atasan mereka menilai kinerja mereka.

5. Menyediakan suatu dasar bagi distribusi penghargaan.

Menurut Balabanis, phillips, dan Lyal (1988), aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja ekonomi perusahaan, baik positif maupun negatif. Menurut mereka, pengaruh negatif disebabkan karena adanya pengurangan laba yang cukup besar dari perusahaan. Sedangkan pengaruh disebabkan karena tanggung jawab sosial dapat meningkatkan citra/reputasi perusahaan sehingga dapat menarik minat lebih banyak para investor, selain itu dapat juga meningkatkan hubungan baik antara perusahaan dengan para investor, pemerintah, masyarakat hingga lembaga yang ada di tengah masyarakat. Perbaikan hubungan tersebut akan tercermin pada keuntungan ekonomi perusahaan.

Ada beberapa faktor penting yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan yaitu efektivitas dan efisiensi, otoritas atau wewenang, disiplin atau taat terhadap hukum dan peraturan yang berlaku dan inisiatif yang berkaitan dengan daya pikir dan kreativitas dalam pengembangan perusahaan. Analisis yang sering digunakan untuk menilai kinerja suatu perusahaan adalah dengan menggunakan pendekatan di mana informasi keuangan diambil dari laporan keuangan atau laporan keuangan lainnya.

Rasio keuangan digunakan sebagai salah satu alat ukur untuk mengetahui posisi keuangan dan keberhasilan suatu perusahaan yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan. Ada 4 indikator rasio keuangan yang digunakan untuk menilai kinerja perusahaan, yaitu :

a. Rasio Likuiditas

- b. Rasio Profitabilitas
- c. Rasio Solvabilitas
- d. Rasio Aktivitas

2.2.1 ROE Sebagai Pengukur Kinerja Keuangan Perusahaan

Return Of Equity merupakan rasio antara laba bersih terhadap total *equity*. *Return Of Equity* sering disebut juga *Rate Of Return on Net Worth* yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan modal sendiri. Menurut Panggabean (2005), ROE merupakan rasio antara laba bersih dengan ekuitas pada saham biasa atau tingkat pengembalian investasi pemegang saham (*rate of return on stakeholder's investment*). Sedangkan Harahap (1999) dalam Febryani dan Zulfadin (2003), menyebutkan bahwa ROE merupakan indikator kemampuan perbankan dalam mengelola modal yang tersedia untuk mendapatkan laba bersih. ROE dapat diperoleh dengan cara menghitung rasio antara laba setelah pajak dengan total ekuitas.

2.3 Tanggung Jawab Sosial Korporat

2.3.1 Pengertian tanggung Jawab Sosial Korporat

Tanggung jawab sosial korporat atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Menurut WBCSD (*The World Business Council for Sustainable Development*) (2000), Tanggung jawab sosial korporat diartikan sebagai komitmen bisnis pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka,

keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan. Sedangkan menurut Wibosono (2007), Tanggung jawab sosial perusahaan diartikan 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, dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Dari beberapa kesimpulan tersebut dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab sosial korporat merupakan kegiatan pertanggungjawaban atas aktivitas/operasional sebuah perusahaan yang berdampak maupun tidak berdampak pada lingkungan untuk keberlanjutan usaha.

2.3.2 Tanggung Jawab Sosial Korporat di Indonesia

Di antara negara-negara di Asia, penerobosan di Indonesia dapat dikatakan masih tergolong rendah. Pada tahun 2005 baru ada 27 perusahaan yang memberikan laporan mengenai aktivitas tanggung jawab sosial yang dilaksanakannya dan pada tahun 2007 terdapat 27 perusahaan yang membuat laporan dalam bentuk *sustainability reporting* (Darwin, 2007). Tanggung jawab sosial korporat di Indonesia muncul pada tahun 1980, namun penggunaan lebih luas sejak tahun 1990 dimulai dengan adanya suatu gerakan sosial dan juga kesadaran perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial korporat di Indonesia semakin tersebar ke seluruh Indonesia seiring dengan disahkannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dan Peraturan

Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-5/MBU/2007 tentang Program Bina Lingkungan, khusus untuk perusahaan-perusahaan BUMN.

Pelaksanaan tanggung jawab sosial korporat di Indonesia masih berada pada tahap pembagian keuntungan yang dipergunakan untuk menjawab keinginan daripada kebutuhan masyarakat, hal tersebut disebabkan perusahaan belum memahami pentingnya mengetahui dan memfasilitasi kebutuhan nyata masyarakat melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial yang tepat. Jika dalam penanganan yang kurang tepat, maka hal tersebut akan menimbulkan sebuah masalah baru lagi, karena permasalahan yang seharusnya diselesaikan dalam masyarakat. Hal ini memperlihatkan bahwa Indonesia belum siap terhadap permasalahan mengenai tanggung jawab sosial. Pada akhirnya pelaksanaan tanggung jawab sosial tidak hanya semata-mata untuk mencari nama baik dengan membangun sebuah reputasi, namun perlu membangun hal yang lebih baik untuk masyarakat luas dan penentuan yang tepat agar lebih tetap sasaran. Maka pada akhirnya aktivitas tanggung jawab sosial tersebut akan terwujud dalam tindakan nyata yang tulus dari perusahaan. Komitmen untuk melakukan tanggung jawab sosial bukan semata-mata untuk investasi sebuah organisasi, namun sudah merasuk pada nafas kehidupan dan keberlanjutan organisasi (Marnelly, 2012).

Pelaksanaan tanggung jawab sosial yang pada awalnya merupakan kegiatan berdasarkan kerelaan (*voluntary disclosure*) dan bukan berdasarkan paksaan, kegiatan yang awalnya bersifat filantropis namun dengan adanya undang-undang mewajibkan perusahaan yang terkait dengan sumber daya alam untuk memasukkan perhitungan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai biaya

yang dianggarkan secara patut dan wajar. Salah satu perusahaan di Indonesia yang telah melaksanakan aktivitas pertanggungjawaban sosial dan melaporkan kegiatannya tersebut adalah PT Ajinomoto Indonesia dengan program *School Lunch Program* dan *Winning Meal Project*. PT Ajinomoto Indonesia dengan program sosial siap membantu permasalahan sosial global yang kini terjadi. Seperti yang dimuat pada laman resmi PT Ajinomoto Indonesia saat yang mengatakan ada 3 isu sosial global yang saat ini terjadi yaitu Kesehatan dan Kesejahteraan (*Health and Well Being*), Sumber Makanan (*Food Resources*), dan Keberlanjutan Global (*Global Sustainability*).

2.3.3 Prinsip Tanggung Jawab Sosial Korporat

Ranah tanggung jawab sosial mengandung dimensi yang cukup luas dan kompleks. Di samping itu, tanggung jawab sosial juga mengandung interpretasi yang sangat berbeda, terutama dikaitkan dengan kepentingan para pemangku kepentingan (*Stakeholders*). Karena itu dalam rangka memudahkan pemahaman dan penyederhanaan, para ahli mencoba menggaris bawahi prinsip dasar yang terkandung dalam tanggung jawab sosial korporat.

Menurut David Crowther (2010), tanggung jawab sosial dapat diidentifikasi dalam 3 prinsip utama antara lain

1. *Sustainability* (Keberlanjutan)

Prinsip ini berkaitan dengan tindakan yang dilakukan masa sekarang yang dikemudian hari dapat berdampak atau berpengaruh terhadap langkah-langkah yang dapat kita ambil di masa depan. Dalam prinsip ini terdapat 7 isu strategi yaitu pertumbuhan yang berkelanjutan, pemenuhan kebutuhan yang esensi,

pemeliharaan dan peningkatan basis sumber daya, orientasi teknologi, mengubah kualitas pertumbuhan, mampu mengatur menggabungkan ekonomi dan lingkungan dalam pengambilan keputusan.

2. *Accountability* (Akuntabilitas)

Upaya perusahaan bertanggung jawab atas aktivitas usaha. Akuntabilitas dibutuhkan ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Akuntabilitas dapat dijadikan media bagi perusahaan membangun *image* atau *network* terhadap para pemangku kepentingan.

3. *Transparancy* (Terbuka)

Prinsip untuk melaporkan kegiatan secara nyata tanpa ada yang disembunyikan. Dalam prinsip ini perusahaan diusahakan untuk melaksanakan dan melaporkan kegiatan secara terbuka tanpa ada yang disembunyikan.

2.3.4 Manfaat Tanggung Jawab Sosial Korporat

Menurut Pratiwi, Nurulrahmatia, & Muniarty (2020), tanggung jawab sosial korporat memiliki manfaat, antara lain :

1. Bagi Perusahaan
 - a. Meningkatkan dan mempertahankan citra/reputasi perusahaan di tengah masyarakat.
 - b. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
 - c. Mereduksi risiko bisnis bagi perusahaan.
 - d. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional perusahaan.
 - e. Memperbaiki hubungan dengan para pemangku kepentingan.
2. Bagi Masyarakat

- a. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan kelestarian lingkungan.
- b. Memperoleh bantuan pendidikan seperti beasiswa atau adanya kompetensi.
- c. Meningkatkan pemeliharaan fasilitas umum.
- d. Adanya peningkatan fasilitas kesehatan.

2.2.8 Peneliti Terdahulu

Untuk membantu proses dalam pembuatan penelitian ini, penulis juga mencari beberapa informasi terkait dengan tanggung jawab sosial korporat terhadap kinerja perusahaan. Beberapa penelitian sebelumnya dikumpul dan penulis mengamati adanya hasil yang tidak konsisten karena perbedaan hasil dari penelitian antara peneliti dengan peneliti lainnya. Berikut hasil penelitian sebelumnya yang menjadi acuan penulis dalam proses penelitian ini hingga pemilihan variabel yang berkaitan dengan kinerja perusahaan.

Dalam penelitian yang dilakukan Lely Dahlia (2008), dengan sampel 77 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2005-2006. Dalam penelitian ini, tanggung jawab sosial korporat diukur dengan menggunakan CSDI berdasarkan GRI (*Global Reporting Initiative*) yang terdiri dari tiga fokus pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial. Sedangkan kinerja perusahaan dibagi menjadi dua yaitu kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan menggunakan ROE (*Return Of Equity*) dan kinerja pasar yaitu CAR (*Cumulative Abnormal Return*) diukur dengan menggunakan *market adjusted model*. Dalam penelitian tersebut terdiri dari lima variabel kontrol, yaitu

leverage, growth, beta, size, dan unexpected earnings. Penelitian yang menggunakan 91 sampel perusahaan dimana terdiri dari dua model yaitu model pertama menggunakan sampel 66 perusahaan dan model kedua menggunakan 25 sampel perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial korporat berpengaruh positif terhadap ROE (kinerja keuangan perusahaan) dan berpengaruh positif juga terhadap CAR (kinerja pasar perusahaan)

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hermi (2014), dengan sampel 56 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2010-2011. Dalam penelitian tersebut penulis mengambil hasil bahwa (1) pengungkapan tanggung jawab sosial korporat berpengaruh positif dan memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. (2) pengungkapan tanggung jawab sosial korporat berpengaruh negatif terhadap kinerja pasar perusahaan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Tri Cahyadi Nabila dan Dewi Sutjahyani (2023), dengan sampel sebanyak 7 perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019-2021. Dalam penelitian tersebut penulis mengambil kesimpulan bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Anik Musruroh dan Makaryanawati (2020), dengan sampel sebanyak 241 perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2011-2017. Dari penelitian yang dilakukan, mereka mengambil kesimpulan, bahwa pengungkapan tanggung jawab

sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan tanggung jawab sosial berkaitan dengan keberlangsungan/*sustainability* perusahaan. Yang mana jika perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial dengan baik maka keberlangsungan perusahaan akan semakin terjamin dengan adanya dukungan penuh dari para pemangku kepentingan.

Dari penelitian yang dilakukan oleh Danu Candra Indrawan (2011) yang menggunakan sampel sebanyak 31 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2007. Dari penelitian yang dilakukan, Danu Candra Indrawan menyimpulkan bahwa tanggung jawab sosial korporat berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti/Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Lely Dahlia, (2007)/Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2005 dan 2006).	Variabel Independen: Tanggung Jawab Sosial Korporat Variabel Dependen: Kinerja Keuangan, Kinerja Pasar Perusahaan Variabel Kontrol: <i>Size, Leverage, Growth, Beta, Unexpected Earnings</i>	Tingkat pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh positif terhadap ROE satu tahun ke depan.
2	Hermi, (2014)/ Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Korporat Terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Pada Bursa Efek	Variabel Independen: Tanggung Jawab	Tanggung jawab sosial korporat berpengaruh positif terhadap

	Indonesia Tahun 2010-2011.	Sosial Korporat Variabel Dependen: Kinerja Keuangan, Kinerja Pasar	kinerja keuangan dan kinerja pasar perusahaan.
3	Tri cahyadi Nabila dan Dewi Sutjahyani, (2023)/Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Korporat Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur sektor Makanan-Minuman Yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021.	Variabel Independen: Tanggung Jawab Sosial Korporat Variabel Dependen: Kinerja Keuangan	Tanggung jawab sosial korporat tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.
4	Anik Musruroh dan Makaryanawati,(2020)/pengaruh Tanggung Jawab Sosial Korporat Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Pertambangan yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2017.	Variabel Independen: Tanggung Jawab Sosial Korporat Variabel Dependen: Nilai Perusahaan.	Pengungkapan Tanggung jawab sosial korporat berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
5	Danu Candra Irawan,(2011)/Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Korporat Kinerja Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2007	Variabel Independen: Tanggung Jawab Sosial Korporat Variabel Dependen: Kinerja Keuangan : ROE Kinerja Pasar Perusahaan	Tanggung jawab sosial korporat berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan Perusahaan dan kinerja pasar perusahaan

2.4 Kerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

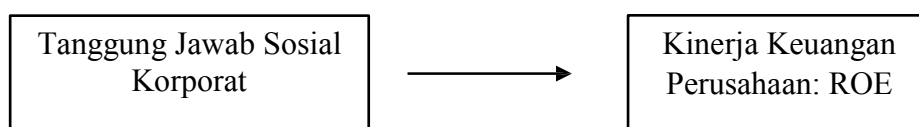
2.4.1 Kerangka Teoritis

Uma Sekaran dalam bukunya *Business Research* (1992) mengemukakan bahwa, kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah

yang penting. Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dan variabel dependen. Oleh karena itu pada setiap penyusunan paradigma penelitian harus didasarkan pada kerangka berpikir.

Penelitian yang berkenaan dengan dua variabel atau lebih, biasanya dirumuskan hipotesis yang berbentuk hubungan. Oleh karena itu dalam rangka menyusun hipotesis penelitian yang berbentuk hubungan maupun komparasi, maka perlu dikemukakan kerangka berpikir. Berdasarkan latar belakang, landasan teori dan untuk tercapainya penelitian ini dengan acuan penelitian terdahulu. Seorang peneliti harus menguasai teori-teori ilmiah sebagai dasar bagi argumentasi dalam menyusun kerangka pemikiran yang dapat membuahkan hipotesis. Kerangka pemikiran ini merupakan penjelasan sementara terhadap gejala-gejala yang menjadi objek permasalahan (Sugiyono, 2014). Sehingga secara teoritis yang menjadi variabel independen dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan perusahaan (ROE), sedangkan yang menjadi variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan perusahaan.

Maka secara skematis kerangka teoritis dari penelitian ini digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2. 1
Kerangka Teoritis

2.4.2 Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Korporat terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (ROE)

Dalam menjalankan kegiatan operasinya, perusahaan berhadapan dengan banyak *stakeholders* seperti karyawan, pemasok, investor, pemerintah, konsumen serta masyarakat. Untuk mempertahankan eksistensinya perusahaan memerlukan dukungan para pemangku kepentingan. Semakin berpengaruh para *stakeholder*, maka perusahaan harus semakin dekat dan beradaptasi dengan para *stakeholders*. Berdasarkan teori *stakeholders*, perusahaan memilih untuk menanggapi banyak tuntutan yang dibuat oleh para pihak yang berkepentingan, yaitu setiap kelompok dalam lingkungan luar organisasi yang terkena tindakan dan keputusan organisasi. Diharapkan dengan memenuhi tuntutan para *stakeholders* dapat meningkatkan penghasilan perusahaan. Penelitian yang mendukung adanya hubungan antara CSR dengan kinerja perusahaan adalah penelitian yang dilakukan oleh Dahlia dan Siregar (2008) yang menunjukkan bahwa aktivitas CSR berpengaruh positif terhadap ROE.

Peneliti lain yang mendukung adalah penelitian yang dilakukan oleh Heal dan Garret (2004) menunjukkan bahwa aktivitas CSR dapat menjadi elemen yang menguntungkan sebagai strategi perusahaan, memberikan kontribusi kepada manajemen risiko dan memelihara hubungan yang dapat memberikan keuntungan jangka panjang perusahaan. Sedangkan penelitian Siegel dan Paul (2006) menyatakan bahwa aktivitas CSR memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap efisiensi, perubahan teknikal, dan skala ekonomi perusahaan. Hal ini

didukung oleh Mick dalam Jalal (2007) yang menyatakan bahwa CSR sangat berpengaruh terhadap kinerja bisnis, yaitu *eco-efficiency*, *access to capital*, *brand value and reputation*, *risk management*, dan *innovation*.

Aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan berdampak terhadap kinerja perusahaan sesuai dengan Dahlia dan Siregar (2008). Penelitian ini meneliti pengaruh aktivitas CSR terhadap ROE satu tahun ke depan karena aktivitas CSR berdampak secara tidak langsung terhadap kinerja perusahaan. Hal ini karena diduga aktivitas CSR dapat menjadi elemen yang menguntungkan sebagai strategi perusahaan, memberikan kontribusi terhadap manajemen risiko dan memelihara hubungan yang dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan sesuai dengan penelitian Heal dan Garret (2004).

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah :

H1: Tanggung jawab sosial korporat berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan *Return on Equity* (ROE).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

3.1.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek atau benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh objek/subjek itu. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini perusahaan manufaktur sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yaitu sebanyak 30 perusahaan.

3.1.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014). Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti menentukan beberapa kriteria tertentu untuk dapat menentukan sampel yang diambil dari populasi yang kemudian berguna untuk mempersingkat dan mempermudah penelitian ini. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Adapun yang menjadi kriteria dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah :

- a. Perusahaan manufaktur sub-sektor kesehatan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2021. www.idx.co.id
- b. Perusahaan manufaktur sektor kesehatan yang menerbitkan laporan keuangan secara lengkap dan jelas.
- c. Perusahaan yang mengungkapkan mengenai tanggung jawab sosialnya secara lengkap selama periode 2019-2021.
- d. Perusahaan manufaktur yang menggunakan satuan mata uang Rupiah.

Berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan di atas, maka terdapat 30 perusahaan manufaktur sub-sektor kesehatan bagian papan utama yang dimana terdapat 3 perusahaan yang tidak melaporkan laporan keuangan dan mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosial secara lengkap sehingga tersisa 27 perusahaan yang melaporkan laporan keuangan dan mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosial secara lengkap selama periode 2019-2021 yang kemudian dijadikan sampel dalam penelitian ini.

Tabel 3. 1 Populasi dan Sampel

Keterangan	Jumlah
Jumlah Perusahaan Manufaktur sub-sektor kesehatan papan utama yang terdaftar di BEI periode Tahun 2019-2021	30
Perusahaan yang tidak memenuhi kriteria sampel	3
Perusahaan yang memenuhi kriteria dan digunakan sebagai sampel	27

Sumber: www.idx.co.id

Tabel 3. 2 Nama Perusahaan Sampel Penelitian

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	KAEF	Kimia Farma Tbk.
2	DVLA	Darya-Varia Laboratoria Tbk.
3	KLBF	Kalbe Farma Tbk.
4	MIKA	Mitra Keluarga Karyasehat Tbk.
5	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Indonesia Tbk.
6	SILO	Siloam Internasional Hospitals
7	SRAJ	Sejahtreraraya Anugrahjaya Tbk.
8	PRDA	Prodia Wydiahusada TBK.
9	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk.
10	HEAL	Medikaloka Hermina Tbk.
11	PEHA	Phapros Tbk.
12	SAME	Sarana Meditama Metropolitan Tbk.
13	IRRA	Itama Ranoraya Tbk.
14	DGNS	Diagnos Labororium Utama Tbk.
15	SOHO	Soho Global Health Tbk.
16	CARE	Metro Healthcare Indonesia Tbk.
17	PRIM	Royal Prima Tbk.
18	SCPI	Organon Pharma Indonesia Tbk.
19	PYFA	Pyridam Farma Tbk.
20	INAF	Indofarma Tbk
21	MEREK	Merck Tbk.
22	RSGK	Kedoya Adyaraya Tbk.
23	OMED	Jayamas Medica Industri Tbk.
24	MEDS	Hetzer Medical Indonesia Tbk.
25	HALO	Haloni Jane Tbk.
26	PRAY	Famon Awal Bros Sedaya Tbk.
27	PEVE	Penta Valent Tbk.

Sumber : www.idx.co.id

3.2 Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.2.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Sugiyono (2014:137) mengatakan bahwa “data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen”. Dalam penelitian ini data yang digunakan bersumber dari publikasi laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id)

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

1. Metode Dokumentasi, yaitu metode yang menghimpun informasi untuk menyelesaikan masalah yang ada dalam dokumen maupun situs internet.
2. Metode Studi Pustaka, yaitu pengumpulan data dengan membaca buku-buku dan literatur-literatur pendukung yang relevan dengan masalah yang diteliti.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.3.1 Variabel Dependen

3.3.1.1 Kinerja Keuangan

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan. Variabel ini diukur dengan menggunakan ROE. *Return on Equity* merupakan rasio

profitabilitas yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mengelola modal untuk mendapatkan laba bersih (Almira dan Wiagustini,2020)

Dalam penelitian ini ROE yang diukur dengan menggunakan rumus:

$$\text{ROE} = \frac{\text{L a b a B e r s i h}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

3.3.2 Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah Tanggung Jawab Sosial Korporat. Variabel ini diukur berdasarkan GRI (*Global Reporting Initiative*) yang dalam penelitian hanya mengangkat tiga aspek pengungkapan, yaitu aspek ekonomi, aspek sosial dan aspek lingkungan yang terdapat 59 item sebagai dasar *sustainability reporting*. Menurut Mohammad Hanim (2020) mengatakan tanggung jawab sosial korporat merupakan sebuah komitmen dari sebuah bisnis atau perusahaan untuk dapat berperilaku secara etis dan berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi yang berkesinambungan.

Pendekatan untuk menghitung CSDI pada dasarnya menggunakan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan, selanjutnya skor dari setiap item dijumlahkan dan dibagi oleh jumlah seluruh item dari seluruh aspek pengungkapan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan.

Rumus perhitungan CSDI adalah sebagai berikut:

$$\text{CSDI}_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Dimana:

CSDI_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* Perusahaan j

n_j : Jumlah Item untuk perusahaan j

X_{ij} : 1 = jika item I diungkapkan; 0 = jika item I tidak diungkapkan

Dengan demikian, $0 < \text{CSDI}_j < 1$

3.4 Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.4.1 Teknik Analisis

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program komputer, yaitu *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS). Data yang terkumpul dalam penelitian ini akan di analisis secara kuantitatif dengan

3.4.2 Pengujian Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini digunakan uji asumsi klasik sebelum menguji hipotesis dengan menggunakan analisis regresi sederhana. Pengujian asumsi klasik ini digunakan agar variabel bebas sebagai estimator atas variabel terikat tidak bias. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk menghindari terjadinya bias, data yang digunakan harus terdistribusi dengan normal. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Dalam uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Variabel yang mempunyai *Asymp. Sig (2-tailed)* di bawah tingkat signifikan sebesar 0,05 (probabilitas $<0,05$) diartikan bahwa variabel-variabel tersebut memiliki distribusi tidak normal atau sebaliknya.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi menunjukkan bahwa variabel pada suatu observasi tertentu berkorelasi dengan variabel pengganggu pada observasi lainnya. Ghozali (2018), autokorelasi menguji adanya koreksi kesalahan pengganggu periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t sebelumnya ($t-1$).

Metode pengujian yang sering digunakan pada penelitian skripsi kuantitatif adalah dengan uji Durbin Watson (uji DW) dengan ketentuan DW (Durbin Watson) terletak antara DU dan $4-DU$, maka hipotesis diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.

3. Uji Heteroskedastisitas

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 lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas.

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji *glejser*. Uji *glejser* dapat dilakukan dengan meregresi nilai

absolut residual terhadap variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel atau lebih yang diuji mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai syarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah

Jika nilai *deviation from Linearity* Signifikan $> 0,05$, maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah linear

Jika nilai *deviation from Linearity* Signifikan $< 0,05$, maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah tidak linear.

3.4.3 Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah sebuah metode pendekatan untuk pemodelan hubungan antara satu variabel independen dengan variabel dependen. Dalam analisis regresi sederhana, hubungan antara variabel X akan diikuti oleh perubahan pada variabel Y secara tetap.

Tujuan utama penggunaan regresi ini adalah untuk memprediksi atau memperkirakan nilai variabel dependen dalam hubungannya dengan variabel independen dengan demikian, keputusan dapat dibuat untuk memprediksi seberapa besar perubahan nilai variabel dependen bila nilai variabel dinaikturunkan.

3.4.4 Pengujian Hipotesis

1. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji parsial dilakukan untuk menguji signifikansi antara variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila angka profitabilitas tingkat kesalahan t atau p *value* lebih kecil dari taraf signifikansi 5% (0,05), maka variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. Uji Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh semua variabel independen terhadap nilai variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ini mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat Y dapat diterangkan oleh variabel bebas X . Nilai koefisien determinasi antara nol dan 1.