

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini, banyak berkembang dunia usaha di Indonesia sehingga banyak bermunculan perusahaan-perusahaan baru. Oleh karena itu, setiap perusahaan yang ada diuntut untuk dapat mengembangkan produknya dengan inovasi dan kreatifitas baru, agar dapat bersaing dengan perusahaan lain guna mendapatkan profit yang lebih tinggi. Selain itu perusahaan yang sudah ada, tidak hanya dituntut untuk mendapatkan profit saja namun perusahaan juga dituntut untuk bertanggungjawab pada sosial dan lingkungan.

Corporate sosial responsibility merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggungjawab yang berpijak pada single buttom line, yaitu nilai perusahaan yang di refleksikan dalam kondisi keuangannya saja. Kesadaran atas pentingnya CSR dilandasi pemikiran bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban ekonomi dan legal kepada pemegang saham (stakeholder), tetapi juga kewajiban terhadap para pemangku kepentingan (*stakeholders*) lainnya seperti pegawai, pelanggan, pemerintah, masyarakat, dan lingkungan.

CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggungjawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Perbincangan atau isu mengenai corporate social responsibility (CSR) sebenarnya sudah bukan hal yang baru lagi, karena CSR telah digunakan sejak tahun 1970-an dan hingga

saat ini masih menjadi topik hangat untuk dibahas. Di Indonesia sendiri, penerapan CSR telah ada sejak tahun 1990-an. Namun hingga saat ini perkembangan CSR masih membutuhkan banyak perhatian semua pihak, baik pemerintah, masyarakat luas maupun perusahaan.

Pada tahun 2007 pemerintah Indonesia telah menetapkan Undang-undang tentang pelaksanaan CSR karena perlunya menjaga lingkungan terkait dengan semakin parahny kerusakan lingkungan seperti pengundulan hutan, polusi udara dan air. Oleh karena itu perusahaan yang beroperasi di Indonesia diwajibkan untuk mengadakan program CSR karena sesuai dengan ketentuan undang-undang yang dibuat oleh Pemerintah Indonesia. Undang-undang Perseroan Terbatas tahun 2007 No.40 Pasal 74 ayat (1) menyebutkan bahwa : **“Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab social dan lingkungan”**.⁴Sejak diberlakukannya undang-undang terkait CSR tersebut satu demi satu perusahaan di Indonesia mulai mengungkapkan aktivitas tanggungjawab sosialnya dalam annual report maupun sustainability report khususnya perusahaan yang berkaitan dalam bidang sumber daya alam.

Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) disuatu perusahaan harus diperhatikan lebih serius seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan keterbukaan pasar yang terjadi saat ini. Dan juga telah terjadi kasus dimana dalam penerapan CSR perusahaan tidak mampu memberikan kontribusi positif secara langsung kepada masyarakat dan cenderung memberikan kontribusi negatif atas

⁴ Undang-undang Perseroan Terbatas Tahun 2007 Pasal 76

dampak dari operasional perusahaan. Disisi lain, penerapan CSR juga dapat memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat, karena dengan semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan maka, perusahaan akan mendapatkan sorotan atau respect yang lebih dari masyarakat dan juga dapat mendongkrak reputasi serta meningkatkan citra positif dimata masyarakat. Sehingga masyarakat tidak keberatan untuk membeli produk perusahaan tersebut. Semakin banyak masyarakat membeli dan menggunakan produk perusahaan maka dengan seiringnya waktu, penjualan atau laba perusahaan akan meningkat serta meningkatkan kinerja keuangan. Peningkatan laba dan kinerja keuangan perusahaan inilah yang akan menarik investor, karena laba dan juga kinerja keuangan perusahaan menjadi pertimbangan investor untuk mengambil keputusan dalam berinvestasi.

Kinerja keuangan dapat menggambarkan kondisi keuangan dan kesejahteraan perusahaan pada periode waktu tertentu. Penilaian kinerja keuangan biasanya dilakukan melalui analisis rasio keuangan. Analisis rasio keuangan digunakan untuk mengukur dan menilai baik buruknya perusahaan yang dilihat dari kondisi. Analisis rasio yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasio profitabilitas. Profitabilitas adalah faktor yang penting di dalam perusahaan karena untuk dapat melangsungkan hidup suatu perusahaan harus berada dalam kondisi yang menguntungkan agar investor yang sudah menanamkan modalnya di perusahaan tersebut akan tertarik untuk menanamkan modal pada perusahaan

yang bersangkutan. Menurut Subramanyam : **“Analisis Profitabilitas merupakan evaluasi terhadap imbal hasil atas investasi perusahaan”**.⁵

Rasio profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan *Net Profit Margin* (NPM), *Return on Asset* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE). NPM digunakan untuk menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Return On Asset digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total aktiva/asset tertentu. Return On Equity digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu.

Beberapa penelitian terdahulu telah mencoba untuk mengungkapkan pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Winnie Eveline Parengkuan (2017) dengan judul **Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI** ⁶dengan hasil yang membuktikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap ROA (*Return On Asset*).

Penelitian yang dilakukan oleh Deni Purnaningsih (2018) dengan **judul Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)** ⁷dengan hasil yang membuktikan bahwa : 1. Hasil dari pengujian hipotesis

⁵ Subramanyam, K.R, **Analisis Laporan Keuangan**, Jlid 2, Edisi 1, Salemba Empat, Jakarta, 2017, Hal. 14

⁶ Winnie Eveline Parengkuan 2017. **Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI**

⁷ Deni Purnaningsih 2018. **Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)**

pertama menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif terhadap ROE(*Return on Equity*),². Hasil dari pengujian hipotesis ke dua menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif terhadap Return on Asset (ROA),³. Hasil dari pengujian hipotesis ke tiga menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap ROS (*Return on Sales*).

Penelitian lain yang dilakukan oleh Lindrawati, Nita Felicia, J.Th Budianto T (2008), dengan **judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang terdaftar sebagai 100 Best Corporate Citizen oleh KLD Research & Analytics**⁸ membuktikan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE, namun CSR berpengaruh secara signifikan terhadap ROI.

Dari beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain maka terdapat perbedaan hasil. Oleh karena itu, peneliti akan menguji kembali pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan dengan objek yang berbeda yaitu perusahaan makanan dan minuman di BEI periode 2017-2019. Dipilihnya objek penelitian tersebut karena perusahaan makanan dan minuman merupakan salah satu sektor industri penggerak perekonomian yang memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Pada tahun 2018, Kementrian Perindustrian mencatat bahwa pertumbuhan industri makanan dan minuman nasional mengalami peningkatan

⁸ Lindrawati, Nita Felicia, J.Th Budianto T 2008. **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang terdaftar sebagai 100 Best Corporate Citizen oleh KLD Research & Analytics**

sebesar 7,91%. Jumlah ini melampaui pertumbuhan ekonomi nasional di angka 5,17%. Salah satu penyebabnya disebabkan oleh meningkatnya industri minuman yang mencapai 23,44%. Selanjutnya, industri makanan menjadi salah satu sektor yang menopang peningkatan nilai investasi nasional, yang mampu menyumbang hingga 56,60 Triliun. Dari Fenomena ini, penulis ingin melakukan penelitian terhadap peningkatan pertumbuhan industri makanan dan minuman dilihat dari kinerja keuangan perusahaan tersebut. Kinerja keuangan yang baik akan mencerminkan tanggung jawab manajemen yang baik pula. Dilihat dari peningkatan kinerja keuangan perusahaan industri makanan dan minuman, penulis ingin melakukan pengujian apakah peningkatan ini sejalan dengan tanggungjawab sosial perusahaan itu sendiri.

Peneliti memilih ROA sebagai variabel pengujian profitabilitas, karena ROA merupakan rasio yang dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang didapat dari aktivitas investasi, atau dengan kata lain ROA merupakan suatu indikator yang digunakan untuk mengukur laba perusahaan atas sejumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Semakin tinggi rasio ini, maka semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh laba bersih. Bagi para investor, kekuatan perusahaan dalam menghasilkan laba yang baik, dapat menjadi daya tarik dan semakin diminati oleh investor, karena tingkat pengembalian atau deviden yang mereka terima juga akan semakin besar. Hal ini juga akan memberikan pengaruh bagi perusahaan untuk mempublikasikan informasi keuangannya kepada publik, untuk menarik lebih banyak lagi investor.

Menurut Prastowo :

“Return On Asset mengukur kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aktiva untuk memperoleh laba. Ratio ini mengukur tingkat kembalikan investasi yang telah dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan seluruh dana (aktiva) yang dimilikinya”⁹

Semakin tinggi rasio ini, maka semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh laba bersih. Bagi para investor, kekuatan perusahaan dalam menghasilkan laba yang baik, dapat menjadi daya tarik dan semakin diminati oleh investor, karena tingkat pengembalian atau deviden yang mereka terima juga akan semakin besar. Hal ini juga akan memberikan pengaruh bagi perusahaan untuk mempublikasikan informasi keuangannya kepada publik, untuk menarik lebih banyak lagi investor. Laba yang dipakai adalah laba sebelum bunga, setelah pajak, untuk menggambarkan besarnya laba yang diperoleh perusahaan sebelum didistribusikan baik kepada kreditor maupun pemilik perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019)”**

⁹ Prastowo, Dwi, *Analisis Laporan Keuangan Konsep dan Aplikasi*, Edisi Ketiga, Sekolah Tinggi Manajemen, Yogyakarta, 2011, Hal. 81

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah : Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *Return on Asset (ROA)* ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian, adalah untuk menganalisis pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan *Return on Asset (ROA)*.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan perusahaan agar lebih meningkatkan tanggungjawab dan kepeduliannya pada lingkungan sosial dan sebagai informasi kepada pihak manajemen perusahaan tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang dipercaya dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

2. Bagi Akademisi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi kemajuan akademisi dimasa yang akan datang, serta dapat dijadikan referensi penunjang untuk kajian-kajian tentang *Corporate Social Responsibility*.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *Signal Theory*

Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain.

Menurut Pramastuti :

Prinsip dari *Signalling Theory* adalah bahwa setiap tindakan mengandung informasi karena adanya *asymmetric information*. *asymmetric information* adalah kondisi dimana suatu pihak memiliki informasi lebih banyak dari pada pihak lain.⁷

Signal Theory menjelaskan bahwa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal. Asimetri informasi akan terjadi jika manajemen tidak secara penuh menyampaikan semua informasi yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan ke pasar modal. Untuk menghindari asimetri informasi, perusahaan harus memberikan informasi sebagai signal kepada investor. Asimetri informasi perlu diminimalkan, sehingga perusahaan Go public dapat menginformasikan keadaan perusahaan secara transparan kepada investor dan untuk menekankan kepada pentingnya informasi

⁷ Pramastuti, S. **Analisis Kebijakan Deviden: Pengujian Deviden Signaling Theory dan Rent Extraction Hypothesis**, 2012, hlm.21

yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak diluar perusahaan.

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan selalu berdampak pada para stakeholders seperti karyawan, pemasok, investor, pemerintah, konsumen, serta masyarakat dan kegiatan-kegiatan tersebut menjadi perhatian dan minat dari para stakeholders, terutama para investor dan calon investor sebagai pemilik (calon) dan penanam (calon) modal perusahaan. Oleh karenanya, perusahaan berkewajiban untuk memberikan laporan sebagai informasi kepada para stakeholders. Laporan yang wajib diungkapkan oleh perusahaan setidaknya meliputi satu set laporan keuangan. Tetapi, perusahaan diijinkan untuk mengungkapkan laporan tambahan, yaitu laporan yang berisi lebih dari sekedar laporan keuangan, misalnya laporan tahunan tentang aktivitas CSR perusahaan. Tujuan dari laporan tambahan ini adalah untuk menyediakan informasi tambahan mengenai kegiatan perusahaan sekaligus sebagai sarana untuk memberikan tanda (signal) kepada para stakeholders mengenai hal-hal lain, misalnya memberikan tanda (signal) tentang kepedulian perusahaan terhadap wilayah sekitarnya, atau tanda bahwa perusahaan tidak hanya menyediakan informasi berdasarkan ketentuan peraturan tetapi menyediakan informasi yang lebih bagi para stakeholders. Dengan demikian, signalling theory menekankan bahwa perusahaan akan cenderung menyajikan informasi yang lebih lengkap untuk memperoleh reputasi yang lebih baik dibandingkan perusahaan-perusahaan yang tidak mengungkapkan, yang pada akhirnya akan menarik investor.

2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

2.2.1 Defenisi Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility merupakan ”salah satu bidang dari akuntansi manajemen yang dihubungkan dengan wewenang yg dimiliki oleh setiap manajer”.⁸ Selanjutnya luhgiatno menjelaskan untuk mendapatkan gambaran tentang akuntansi sosial perusahaan, entitas perusahaan harus mampu mengakses lingkungan sosialnya setelah itu untuk menindaklanjuti dan mengukur kepekaan tersebut perusahaan memerlukan informasi secara periodical sehingga informasi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi semua pihak.

Banyak sekali prinsip-prinsip terkait CSR yang telah berkembang , Menurut Davis dan Frederick pada tahun 1992 menyatakan bahwa CSR adalah sebagai kewajiban organisasi bisnis atau perusahaan untuk mengambil kegiatan yang bertujuan melindungi serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan disamping kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk kepentingan organisasi itu sendiri.

Menurut friedman, Corporate Social Responsibility perusahaan adalah menjalankan **bisnis sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan, Biasanya dalam bentuk menghasilkan uang sebanyak mungkin dengan senantiasa mengindahkan aturan dasar yang digariskan dalam suatu masyarakat sebagaimana diatur oleh hukum dan perundang-undangan.**⁹

⁸ Sidabutar C.D Rimbun, **Akuntansi Keperilakuan** Cetakan Pertama ; Universitas HKBP Nommensen, 2016, Hal. 73

⁹ Ismail Solihin, **Corporate Social Responsibility From Charity to Sustainability**, Salemba Empat, Jakarta, 2009, hal 6.

Jadi, Corporate Social Responsibility adalah komitmen perusahaan berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan dan menciptakan lingkungan yang lebih baik, bekerja dengan perusahaan, keluarga karyawan tersebut berikut komuniti-komuniti setempat (lokal) dan masyarakat luas secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan.

Corporate Social Responsibility oleh Arfan Ikhsan Lubis merupakan istilah yang digunakan dalam menjelaskan akuntansi pertanggungjawaban.¹⁰ Garis pertanggungjawaban ini meliputi pendapatan serta biaya-biaya yang akan diakumulasikan dan dilaporkan oleh pusat pertanggungjawaban. Pusat pertanggungjawaban merupakan bagian dalam organisasi yang diakumulasikan secara menyeluruh untuk kepentingan pencatatan. Asumsinya bahwa seseorang pada pusat pertanggungjawaban mempunyai pengendalian terhadap seluruh catatan-catatan tersebut. Setiap pusat pertanggungjawaban dalam organisasi hanya bertanggungjawab atas biayanya sendiri secara keseluruhan.

Ada tiga tujuan dari akuntansi sosial. Pertama, akuntansi sosial digunakan perusahaan untuk mengidentifikasi dan mengukur kontribusi sosial bersih perusahaan setiap periode yang tidak hanya meliputi *social cost* dan *social benefit* yang diinternalisasi perusahaan tetapi juga kenaikan dari dampak eksternal bagi berbagai segmen sosial yang berbeda. Kedua, untuk membantu menentukan apakah strategi dan praktek perusahaan yang secara langsung mempengaruhi hubungan sumber daya dan status kekuasaan individu, komunitas, segmen sosial

¹⁰ Lubis Ikhsan Arfan, **Akuntansi Keperilakuan**, Edisi Kedua : Salemba Empat, Jakarta. 2010, Hal. 203

dan generasi adalah konsisten dengan prioritas sosial yang diberikan secara luas disatu sisi dan aspirasi legitimasi individu disisi lainnya. Ketiga, memungkinkan cara yang optimal bagi perusahaan dalam menyediakan informasi yang relevan tentang tujuan, kebijakan, program, performa, dan kontribusi perusahaan terhadap tujuan sosial. Informasi yang relevan ini disajikan untuk pertanggungjawaban publik dan juga sebagai fasilitas dalam mengambil keputusan mengenai pilihan sosial serta alokasi sumber daya sosial.

2.2.2 Manfaat *Corporate Social Responsibility* Bagi Perusahaan

Menurut Suharto dalam Buku Yenfita dan Handayani "*Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip yang dikenal dengan Triple Bottom Line" yaitu profit, people dan planet. Masing-masing maksudnya adalah sebagai berikut :

1. Profit

Perusahaan harus tetap berorientasi untuk terus beroperasi dan berkembang.

2. People

Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia.

3. Planet

Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan kelanjutan keragaman hayati.

Sehingga dalam prakteknya fokus tanggung jawab perusahaan adalah kepada ketiga hal tersebut. Dengan profitabilitas yang memadai, tentu perolehan laba menjadi hal yang utama dan penting karena laba

merupakan salah satu alat ukur perusahaan untuk dapat berkembang dan memanfaatkan eksistensinya. Pencapaian laba yang optimal akan menunjang operasional perusahaan dan pemenuhan kewajiban perusahaan. Perhatian bagi masyarakat pun menjadi hal yang tidak kalah penting bagi perusahaan. Perusahaan dapat berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat. Kebijakan-kebijakan peningkatan kualitas hidup, kesejahteraan dan kompetensi perlu dibuat. Selanjutnya perusahaan dalam pelestariannya lingkungan pun juga menjadi hal yang penting mengingat perusahaan telah memperoleh manfaat atas penggunaan lahan yang ada. Dengan pelestarian lingkungan, perusahaan berarti juga mencegah terjadinya dampak negatif lingkungan yang mungkin timbul sebagai akibat kerusakan lingkungan dan juga mencegah adanya pembengkakan biaya penanggulangan bencana dimasa yang akan datang.

Sofyan Syafry Harahap **mengemukakan alasan perlunya perusahaan memerlukan etika dan tanggung jawab sosial yaitu :**¹¹

1. Keterlibatan sosial merupakan respon terhadap keinginan dan harapan masyarakat terhadap peranan perusahaan. Dalam jangka panjang, hal ini sangat menguntungkan perusahaan.
2. Keterlibatan sosial mungkin akan mempengaruhi perbaikan lingkungan masyarakat yang mungkin akan menurunkan biaya produksi.

¹¹ Harahap Syafri Sofyan. **Teori Akuntansi** : PT Raja Grafindo Persada, 2007, hal 196-197

3. Meningkatkan nama baik perusahaan akan menimbulkan simpati langganan, simpati karyawan, investor dan lain-lain.
4. Menghindari campur tangan pemerintah dalam melindungi masyarakat. Campur tangan pemerintah cenderung membatasi peran perusahaan sehingga perusahaan memilih tanggung jawab sosial mungkin dapat menghindari pembatasan kegiatan perusahaan.
5. Dapat menunjukkan respon positif perusahaan terhadap norma dan nilai yang berlaku dalam masyarakat.
6. Sesuai dengan keinginan para pemegang saham, dalam hal ini publik.
7. Mengurangi tensi kebencian masyarakat kepada perusahaan yang terkadang suatu kegiatan yang dibenci masyarakat tidak mungkin dihindar.

Kotler dan Lee dalam menyatakan bahwa partisipasi perusahaan dalam berbentuk tanggungjawab sosial dapat memberikan banyak manfaat bagi perusahaan antara lain:

1. Meningkatkan penjualan dan market share.
2. Memperkuat brand positioning.
3. Meningkatkan image dan pengaruh perusahaan.
4. Meningkatkan kemampuan mempertahankan karyawan.
5. Menurunkan biaya operasional.
6. Meningkatkan hasrat bagi investor untuk berinvestasi.

2.2.3 Pelaporan dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan kinerja sosial pada laporan tahunan perusahaan seringkali dilakukan secara sukarela oleh perusahaan. Adapun alasan perusahaan untuk mengungkapkan kinerja sosial secara sukarela antara lain:

1) *Internasional decision making*

Manajemen membutuhkan informasi untuk menentukan efektifitas dari informasi sosial tertentu dalam mencapai tujuan sosial perusahaan. Data harus tersedia agar biaya dari pengungkapan tersebut dapat diperbandingkan dengan manfaatnya bagi perusahaan. Walaupun hal ini sulit diidentifikasi dan diukur namun analisis secara sederhana lebih baik daripada tidak sama sekali.

2) *Product differentiation*

Manajer dari perusahaan yang bertanggungjawab secara sosial memiliki inisiatif untuk membedakan diri dari pesaing yang tidak bertanggung jawab sosial kepada masyarakat. Akuntansi kontemporer tidak memisahkan pencatatan biaya dan manfaat aktifitas sosial perusahaan dalam laporan keuangan sehingga perusahaan yang tidak bertanggungjawab akan terlihat lebih sukses dari pada perusahaan yang bertanggungjawab. Hal ini mendorong informasi perusahaan yang bertanggungjawab untuk mengungkapkan informasi tersebut sehingga masyarakat dapat membedakan mereka dari perusahaan lain.

3) *Enlightened self interest*

Perusahaan melakukan pengungkapan untuk menjaga keselarasan sosialnya dengan para stakeholder, kreditur, karyawan, pemasok, pelanggan, pemerintah dan masyarakat karena mereka dapat mempengaruhi pendapatan penjualan dan harga saham perusahaan.

Laporan keuangan pada dasarnya adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk mengkomunikasikan data keuangan atau aktivitas perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Pihak-pihak yang berkepentingan terhadap posisi keuangan maupun perkembangan perusahaan dibagi menjadi dua yaitu pihak internal seperti manajemen perusahaan dan karyawan dan yang kedua adalah pihak eksternal seperti investor, kreditur, pemerintah dan masyarakat. Menurut PSAK No. 1 paragraf ke 7 (Revisi 2007), laporan keuangan adalah suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas.

Tujuan laporan keuangan adalah

memberikan informasi tentang jenis dan jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan saat ini.¹² Laporan keuangan juga menunjukkan hasil pertanggungjawaban manajemen atas penggunaan sumber daya yang dipercayakan kepada mereka. Dalam rangka mencapai tujuan laporan keuangan, laporan keuangan menyajikan informasi mengenai entitas yang meliputi asset, liabilitas, ekuitas, pendapatan dan beban termasuk keuntungan dan kerugian, kontribusi dan distribusi kepada pemilik dalam kapasitasnya sebagai pemilik dan arus kas informasi tersebut, beserta informasi lainnya yang terdapat dalam catatan

¹² Kasmir, **Analisis Laporan Keuangan**, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2008, Hal.

atas laporan keuangan seperti kebijakan akuntansi perusahaan, membantupenggunaan dalam memprediksi arus kas masa depan dan khususnya dalam hal waktu dan kepastian diperolehnya kas dan setara kas.

Menurut Trueblood Report bahwa tujuan laporan keuangan adalah **menyediakan informasi keuangan informasi keuangan sehingga semua pihak dengan berbagai keterbatasannya dapat menilai entitasnya.**¹³ Zhegal dan Ahmed (1990) dalam Anggriani (2006) mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan yaitu sebagai berikut:

1. Lingkungan meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan.
2. Energy meliputi konservasi energy dan efisiensi energy.
3. Praktik bisnis yang wajar meliputi pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, tanggungjawab sosial.
4. Sumberdaya manusia meliputi aktivitas didalam suatu komunitas dalam kaitan dengan pelayanan kesehatan, pendidikan dan seni.
5. Produk meliputi keamanan dan pengurangan populasi.

Pada kenyataannya pengungkapan CSR bervariasi di masing-masing Negara. Hal demikian dikarenakan perbedaan persepsi terhadap isu yang ada. Beberapa dianggap penting bagi negara lain. Adanya perbedaan tujuan dari pengungkapan CSR untuk meningkatkan citra perusahaan dan ingin dilihat

¹³ Pirmatua Sirait, **Pelaporan dan Laporan Keuangan**, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2014, Hal.20

sebagai warga negara yang bertanggungjawab atau perusahaan akan mengungkapkan informasi tertentu jika ada aturan yang menghendaknya.

2.3 Kinerja keuangan

2.3.1 Pengertian Kinerja Keuangan

Kinerja perusahaan dapat dikatakan sebagai suatu usaha formal yang dilaksanakan perusahaan untuk mengevaluasi efisiensi dan efektivitas dari aktivitas perusahaan yang telah dilaksanakan pada periode waktu tertentu.

Menurut Rudianto :

Kinerja keuangan adalah hasil atau prestasi yang telah dicapai oleh manajemen perusahaan dalam mengelola aset perusahaan secara efektif selama periode tertentu. Kinerja keuangan sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk mengetahui dan mengevaluasi tingkat keberhasilan perusahaan berdasarkan aktivitas keuangan yang telah dilaksanakan.¹⁴

Pengukuran kinerja dapat di definisikan sebagai kualifikasi dan efisiensi serta efektivitas perusahaan dalam pengoperasian bisnis selama periode akuntansi. Dengan demikian pengertian kinerja adalah suatu usaha formal yang dilaksanakan perusahaan untuk mengevaluasi efisien dan efektivitas dari aktivitas perusahaan yang telah dilaksanakan pada waktu periode tertentu.

¹⁴ Rudianto,2013. Akuntansi Manajemen informasi untuk pengambilan Keputusan Strategis. Jakarta: Erlangga

2.3.2 Hubungan Corporate Social Responsibility dengan Kinerja Keuangan

Perusahaan yang tidak melakukan CSR akan cenderung mendapatkan protes dan atau demo dari masyarakat yang dapat mengakibatkan terhentinya kegiatan operasional suatu perusahaan sehingga dapat menimbulkan kerugian, sebaliknya perusahaan yang melakukan CSR dengan baik dapat terhindar dari protes masyarakat sehingga perusahaan dapat terus beroperasi dengan efektif sehingga dapat mencapai tujuan profit keseluruhan.

CSR dapat dilakukan dengan berbagai cara sebagai salah satu strategi untuk meminimalisir resiko dan peningkatan profitabilitas. Pelaksanaan CSR memberikan banyak manfaat antara lain menurunkan biaya operasional perusahaan, meningkatkan volume penjualan dan pangsa pasar, menarik calon investor melalui citra positif yang tercipta dan lain sebagainya. Reputasi perusahaan menjadi perhatian penting bagi calon investor. Reputasi tersebut dapat dinilai dari profitabilitas perusahaan, sehingga reputasi perlu dijaga untuk mendukung keberlangsungan hidup perusahaan. Dengan melakukan kegiatan CSR diharapkan mampu mencapai tujuan utama perusahaan dalam mencari laba tanpa mengabaikan kepentingan stakeholders dan kelestarian lingkungan sebagai bentuk tanggungjawab atas dampak yang telah ditimbulkan akibat kegiatan operasional perusahaan.

2.4 Rasio Profitabilitas

Rasio Profitabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham yang tertentu. Sebagai alat ukur rasio profitabilitas, penelitian ini akan menggunakan rasio yaitu :

Return On Asset (ROA)

ROA menggambarkan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan dari keseluruhan aktiva yang dipergunakan. ROA mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset yang tertentu. ROA disebut juga sebagai *ROI (Return On Investmen)*. Rumus *Return On Total Asset (ROA)* adalah sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

2.5 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu telah dilakukan oleh para peneliti dan akademisi sebelumnya, untuk menguji bagaimana pengaruh Corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan yang dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan beberapa variabel, antara lain sebagai berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

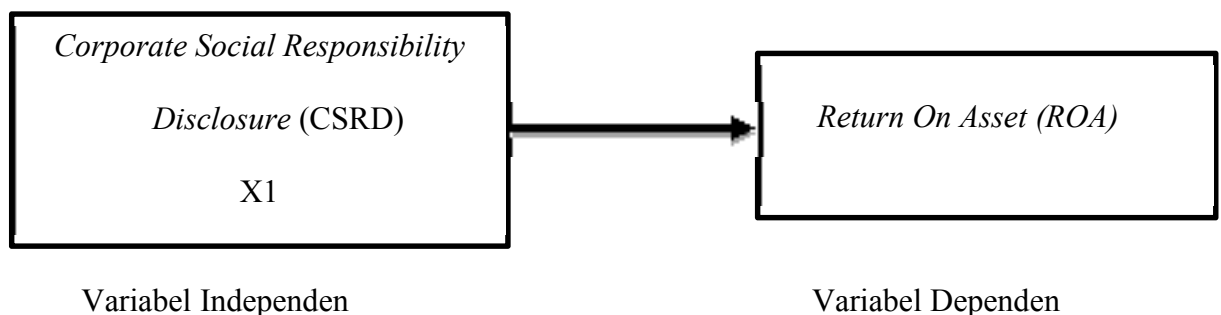
No	Nama peneliti (tahun)	Judul penelitian	Variabel yang diteliti	Hasil penelitian
1	Winnie Eveline Parengkuan (2017)	Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI	Dependen : Kinerja keuangan (ROA) Independen : Corporate Social Responsibility (CSR)	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> tidak berpengaruh terhadap ROA (<i>Return On Asset</i>)
2	Deni Purnaningsih (2018)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)	Dependen : Return on Asset (ROA), Return on Equity (ROE), dan Return on Sales (ROS) Independen : Corporate Social Responsibility (CSR)	<p>1. Hasil dari pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> memiliki pengaruh positif terhadap ROE (<i>Return on Equity</i>).</p> <p>2. Hasil dari pengujian hipotesis ke dua menunjukkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> memiliki pengaruh positif terhadap ROA (<i>Return on Asset</i>).</p> <p>3. Hasil dari pengujian hipotesis ke tiga menunjukkan</p>

				bahwa <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> tidak berpengaruh terhadap ROS (<i>Return on Sales</i>).
3	Lindrawati, Nita Felicia, J.Th Budianto T (2008)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang terdaftar sebagai 100 <i>Best Corporate Citizen</i> oleh KLD <i>Research & Analytics</i>	Dependen : Return on Equity (ROE) dan Return on Investmen (ROI) Independen : Corporate Social Responsibility (CSR)	CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE, namun CSR berpengaruh secara signifikan terhadap ROI.

2.6 Kerangka Konseptual :

Gambar 2.2

Kerangka konseptual



2.7 Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Corporate Social Responsibility(CSR) terhadap Return On Asset (ROA)

Corporate Social Responsibility dapat dipandang sebagai aset strategis dan kompetitif bagi perusahaan. Salah keuntungan yang diperoleh perusahaan dengan penerapan *Corporate Social Responsibility* adalah peningkatan profitabilitas bagi perusahaan dan kinerja keuangan yang lebih baik. Hal inilah yang menarik bagi investor untuk berinvestasi. Untuk mengukur seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga menghasilkan keuntungan atau mencapai tujuan profit keseluruhan, terutama dalam hubungannya dengan sumber-sumber yang diinvestasikan dalam aset-aset perusahaan digunakan rasio *Return On Assets (ROA)*. *Return On Assets* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu (Hidayati,2014).

Pengaruh CSR terhadap ROA telah berhasil dibuktikan secara empiris oleh Putra (2015), Rosiliana et al.,(2014) dan Rosdwianti et al., (2016) bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. Dengan demikian, keterkaitan antara CSR dan ROA dapat dirumuskan melalui hipotesis sebagai berikut :

H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *Return On Asset (ROA)*

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan desain penelitian deskriptif. Menurut Purba dan Parulian Simanjuntak : **“Penelitian deskriptif adalah suatu jenis penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran (deskripsi) dari suatu fenomena tertentu secara objektif”**.¹⁵

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif.

Menurut Sugiyono :

“Penelitian deskriptif kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.¹⁶

3.2 Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah Corporate Social Responsibility perusahaan manufaktur Sub Sektor Makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017-2019.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi Penelitian

¹⁵ Purba, Elvis dan Parulian Simanjuntak, **Metode Penelitian**, Edisi 1, Percetakan Sadia, Medan, 2011, Hal.

¹⁶ 19
Sugiyono, **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D**, ALFABETA, Bandung, 2018, Hal. 8

Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2017-2019 berjumlah 26 perusahaan manufaktur .

3.3.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono: **“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”**¹⁷. Metode Pengambilan sampel yang dilakukan adalah metode *purposive sampling* (pemilihan sampel berdasarkan tujuan), yaitu pemilihan sampel secara tidak acak tetapi menggunakan pertimbangan atau kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

Kriteria yang ditentukan dalam hal pengambilan sampel dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut :

1. Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Busa Efek Indonesia periode tahun 2017-2019
2. Perusahaan yang telah mempublikasikan laporan keuangan tahunan pada periode 31 Desember 2017-2019
3. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian periode tahun 2017-2019
4. Perusahaan yang memiliki data *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan di atas, maka sampel penelitian sebanyak 17 perusahaan dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 3.1

¹⁷ Sugiyono, **Loc. Cit**, Hal. 81

Populasi dan Sampel

Keterangan	Jumlah
Jumlah Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman	26
Perusahaan yang tidak memenuhi kriteria sampel	9
Perusahaan yang memenuhi kriteria dan digunakan sebagai sampel	17

Sumber : www.idx.co.id

Tabel 3.2

Nama-Nama Sampel Perusahaan

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ADES	Akasha Wira International Tbk
2	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk
3	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk
4	AISA	Tiga pilar Sejahtera Food tbk
5	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk
6	DLTA	Delta Djakarta Tbk
7	FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk
8	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk
9	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk
10	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
11	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
12	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk
13	MYOR	Mayora Indah Tbk
14	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk
15	SKLT	Sekar Laut Tbk
16	STTP	Siantar Top Tbk
17	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk

Sumber : www.idx.co.id

3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.4.1 Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (Variabel Independen) dan Variabel Terikat (variabel dependen).

a. Variabel Dependen

Variabel terikat (*Dependent Variable*) adalah tipe variabel yang dipengaruhi oleh Variabel Independen. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah Kinerja Keuangan yang diukur dengan rasio *Return On Asset* (ROA) dengan rumus sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

b. Variabel Independen

Variabel Independen (Variabel bebas) adalah tipe variabel yang mempengaruhi Variabel dependen (Variabel terikat). Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah Corporate Social Responsibility (CSR). Rumus yang digunakan untuk menghitung besarnya CSR adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

$CSRI_j$ = *Corporate Social Responsibility Index* per kategori perusahaan j

$\sum X_{ij}$ = 1, jika item i diungkapkan ; 0, jika item I tidak diungkapkan

n_j = Jumlah item untuk perusahaan j, $n_j = 78$

3.4.2 Definisi Operasional Variabel

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggungjawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) disuatu perusahaan harus diperhatikan lebih serius seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan keterbukaan pasar yang terjadi saat ini. Dan juga telah terjadi kasus dimana dalam penerapan CSR perusahaan tidak mampu memberikan kontribusi positif secara langsung kepada masyarakat dan cenderung memberikan kontribusi negatif atas dampak dari operasional perusahaan.

2. *Return On Asset* (ROA)

ROA merupakan rasio yang dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang didapat dari aktivitas investasi, atau dengan kata lain ROA merupakan suatu indikator yang digunakan untuk mengukur laba perusahaan atas sejumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

Tabel 3.3

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

No	Variabel	Definisi	Pengukuran	Skala
----	----------	----------	------------	-------

1	CSR	<p>CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>) merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggungjawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada.</p>	$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$	Rasio
2	ROA	<p>ROA merupakan rasio yang dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang didapat dari Aktivayang digunakan</p>	$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$	Rasio

3.5 Metode Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk memperoleh data yang bersifat sekunder ini adalah dengan menggunakan teknik dokumentasi yaitu dengan cara mengumpulkan data/menghimpun informasi kemudian mempelajari informasi tersebut berupa laporan keuangan, maupun informasi lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Data diperoleh dengan mengunduh data laporan keuangan yang ada di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019, serta studi pustaka dan penelitian terdahulu untuk mendapatkan teori-teori yang melatar belakangi penelitian.

3.6 Metode Analisis Data

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

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui karakteristik sampel yang digunakan dalam menggambarkan variabel-variabel dalam penelitian. Analisis statistik deskriptif meliputi jumlah, sampel, nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian yang dilakukan adalah uji normalitas, uji multikolenieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

3.6.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk menghindari adanya hasil yang menyesatkan menggunakan grafik, maka uji grafik ini dilengkapi dengan uji statistik. Uji statistik yang digunakan adalah dengan menggunakan uji non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis :

HO : Data residual berdistribusi normal

HA : Data residual tidak berdistribusi normal

Apabila nilai signifikansi lebih besar 5%, maka Ho diterima berarti data residual berdistribusi normal.

3.6.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi tersebut terjadi heteroskedastisitas yang bertujuan untuk mengetahui terjadinya varian tidak sama untuk variabel bebas yang berbeda. Model regresi yang baik adalah jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda (heteroskedastisitas).

Untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas adalah dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik Scatter Plot dengan ketentuan :

- a) Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur maka menunjukkan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.2.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. *Run test* digunakan untuk menguji ada tidaknya gejala autokorelasi pada penelitian ini. Bila hasil output SPSS menunjukkan probabilitas signifikansi dibawah 0.05 disimpulkan terdapat gejala autokorelasi pada model regresi tersebut.

3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Tahap pengujian Analisis Regresi Linear Berganda pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan metode Regresi Linear Berganda (*Multiple Linier Regression*).

Pengujian analisis ini bertujuan untuk menguji ketergantungan variabel terikat dengan variabel bebas.

3.7 Uji Hipotesis

3.7.1 Uji Koefisien Determinasi (*Goodness of Fit Test*)

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan modal dalam menerapkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi menunjukkan persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen yang dinyatakan dalam adjusted adjusted *R square* (R^2).

3.7.2 Uji T

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