

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap bentuk perusahaan harus mempunyai tanggung jawab untuk mengembangkan lingkungan sekitarnya melalui program-program pendidikan dan lingkungan dan lain sebagainya. Adapun alasan mengapa perusahaan melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diketahui oleh Bhatt, 2002:6.

Perusahaan setidaknya harus patuh terhadap peraturan nasional. Demikian pula dengan multinasional yang harus mematuhi ketentuan hukum, kesepakatan, konvensi ataupun standar internasional yang berlaku. Perusahaan harus menyadari impact nyata dan impact potensial secara sosial ekonomi, politik maupun lingkungan. Berdasarkan pada kesadaran inilah, perusahaan harus mengembangkan dan mengimplementasikan kebijakan serta prosedur untuk meminimalisasi berbagai kerusakan atau kerugian yang mungkin dihasilkan dari operasi perusahaan atau dari rekan bisnisnya.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu pendekatan dimana perusahaan Pt. Vale Indonesia Tbk. Sorowako dapat menggabungkan kepedulian sosial dalam tindakan bisnis mereka. CSR biasa dikatakan komitmen yang berkesinambungan dari kalangan bisnis, untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan dari karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya. (Lailatul khasanah, 2016:2). CSR (*Corporate Social Responsibility*) sering dibicarakan banyak orang tentang CSR dan semuanya

bagus, serta banyak perusahaan yang melakukan CSR. Namun upaya sosialisasi harus terus dilakukan lebih banyak perusahaan menyadari dan memahami pentingnya CSR.

Konsep CSR berkembang secara ekstrim dan dinamis. Secara umum CSR adalah cara sebuah perusahaan dalam mencapai keseimbangan atau integrasi dari ekonomi, lingkungan serta permasalahan sosial dan dalam waktu yang sama dapat memenuhi harapan dari para *shareholder* maupun *stakeholder* (Luthans, 2011).

Komitmen perusahaan Pt. Vale Indonesia Tbk. Sorowako untuk memberikan kontribusi jangka panjang terhadap satu issue tertentu di masyarakat atau lingkungan untuk dapat menciptakan lingkungan yang lebih baik. Kontribusi dan perusahaan ini bisa berupa banyak hal, misalnya: bantuan dana, bantuan tenaga ahli dan perusahaan, bantuan berupa barang, dan lain-lain. Di sini perlu dibedakan antara program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan kegiatan *charity*. Kegiatan *charity* (hadiah) hanya berlangsung sekali atau sementara waktu dan biasanya justru menimbulkan ketergantungan publik terhadap perusahaan. Sementara, program *Corporate Social Responsibility* merupakan program yang berkelanjutan dan bertujuan untuk menciptakan kemandirian publik (Said, 2015:15).

Pengaturan tentang *Corporate Social Responsibility* di Indonesia diatur dalam Undang-undang No. 40 Pasal 74 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Ayat 1 undang-undang tersebut mengatur bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selanjutnya sanksi serta

ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur pada ayat 3 dan 4.

Seorang investor sebelum melakukan investasi pada suatu perusahaan, perlu memastikan modal yang ditanamkan mampu memberikan tingkat pengembalian (*rate of return*) yang diharapkan atau tidak, yaitu dengan cara mengetahui kinerja perusahaan. Perusahaan memiliki kinerja yang baik apabila dapat memberikan tingkat pengembalian yang diharapkan pada kegiatan investasi yang dilakukan investor. Salah satu cara mengetahui kinerja perusahaan adalah dengan menganalisis rasio profitabilitas perusahaan untuk mengendalikan laba yang diperoleh perusahaan (Freddy Rangkuti, 2005: 148 dalam Priyanka, 2013).

Rasio profitabilitas (sering juga disebut rasio rentabilitas) adalah rasio yang paling populer di kalangan investor. Rasio ini memberikan pemahaman kepada penggunanya terkait seberapa baik sebuah perusahaan dapat memanfaatkan sumber daya yang ada untuk menghasilkan profit dan meningkatkan kesejahteraan pemegang sahamnya. Semakin tinggi rasio profitabilitasnya, semakin baik sebuah perusahaan menjalankan operasionalnya, maka semakin baik nama perusahaan di mata investor. Meskipun begitu, paradigma yang ada dalam penilaian rasio ini tidak hanya sebatas seberapa besar sebuah perusahaan dapat menghasilkan profit namun juga seberapa konsisten ia mampu mempertahankan kinerjanya tersebut di masa yang akan datang.

Dalam penelitian ini yang dilakukan (Fontaine 2013), tentang *Corporate Social Responsibility and Sustainability: The New Bottom Line*. Menyatakan bahwa bahwa kinerja perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial dapat

terkait dengan profitabilitas. Meskipun studi ini tidak mengeksplorasi arah hubungan kausal, Namun, temuan menunjukkan bahwa CSR berhubungan positif dengan kinerja keuangan yang lebih baik (*profitabilitas*) dan hubungan ini signifikan secara statistik. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan Hidayansyah, dkk (2015) yang mengatakan bahwa kegiatan CSR memiliki pengaruh, namun tidak dapat membuat kinerja keuangan menjadi baik. Pengungkapan CSR tidak berpengaruh nyata terhadap kinerja keuangan dan Kinerja keuangan tidak berpengaruh nyata terhadap harga saham. Hal ini mengindikasikan kegiatan CSR perusahaan tidak mampu membuat kinerja keuangan meningkat baik.

Dari penelitian tersebut bisa dilihat bahwa CSR dalam jangka pendek memang tidak memberikan value yang memadai bagi pemegang saham. Hal ini karena biaya CSR, akan mengurangi keuntungan yang bisa dicapai perusahaan. Namun demikian, dalam jangka panjang, perusahaan yang memiliki komitmen kuat di CSR, ternyata kinerjanya melampaui perusahaan-perusahaan yang tidak memiliki komitmen terhadap CSR. Pendeknya, CSR dapat menciptakan value bagi perusahaan, terutama dalam jangka panjang. Hal yang dapat dilakukan adalah mencoba untuk mengenali kerangka global dan mencari pendekatan mengenai prinsip-prinsip dasar yang dapat menjadi pedoman untuk penerapan CSR secara umum. Beberapa di antaranya, menetapkan visi, memformulasikan misi, menetapkan tujuan, menetapkan kebijakan, merancang struktur organisasi, menyediakan SDM, merancang program operasional, membagi wilayah, dan mengelola dana (Sutedi, 2015:62).

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Pt. Vale Indonesia Tbk. Sorowako”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah yaitu:

Apakah ada pengaruh program *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Asset* (ROA) perusahaan.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak di capai pada penelitian ini yaitu:

Untuk mengetahui apakah ada pengaruh program *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Asset* (ROA) pada perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini di harapkan dapat memberikan informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR terhadap profitabilitas.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman yang berarti menambah ilmu pengetahuan mengenai bagaimana pengaruh indeks pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap profitabilitas.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada perusahaan mengenai pentingnya pengaruh indeks pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap profitabilitas.

2. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan penelitian atau referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian sejenis untuk lebih lanjut.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

1. Periode penelitian ini adalah 5 tahun dari periode 2015 sampai 2019.
2. Objek penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia dari tahun 2015 sampai tahun 2019.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA

KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

Bab ini membahas tentang landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode pengolahan dan analisis data.

Bab IV : Data dan Pembahasan Hasil Penelitian

Pada bab ini diuraikan mengenai gambaran umum perusahaan, struktur organisasi dan uraian tugas serta pembahasan hasil penelitian yang diperoleh setelah dianalisis menggunakan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab V : Simpulan dan Saran

Pada bab ini diuraikan mengenai simpulan yang mencakup hasil pembahasan yang telah diulas pada bab sebelumnya serta saran-saran yang diajukan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja perusahaan bertanggungjawab (Freeman, 1984). Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholder*-nya dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholder*-nya, terutama *stakeholder* yang mempunyai power terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain (Chariri dan Ghozali, 2007). Munculnya teori *stakeholder* sebagai paradigma dominan semakin menguatkan konsep bahwa perusahaan bertanggung jawab tidak hanya kepada pemegang saham melainkan juga terhadap pemangku kepentingan atau *stakeholder* (Maulida dan Adam, 2012).

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 pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga diluar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan.

Kasali Rhenald (2005) dalam Nor Hadi (2011: 105) mengungkapkan bahwa *stakeholder* dapat dibagi menjadi dua berdasarkan karakteristiknya 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 jenis ini. Adapun yang termasuk dalam kelompok stakeholder sekunder adalah media dan kelompok kepentingan lainnya seperti lembaga sosial masyarakat ataupun serikat buruh.

Berdasarkan asumsi *stakeholder theory*, maka perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari lingkungan sosial. Perusahaan perlu menjaga legitimasi stakeholder serta mendudukkannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan going concern (Adam, dalam Nor Hadi. 2011: 94-95).

2.1.2 Teori Legitimasi

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Nor Hadi. 2011:87). 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*) (O'Donovan, dalam Nor Hadi. 2011: 87).

Menurut teori ini suatu perusahaan dengan izin dari masyarakat, dimana izin itu dapat ditarik jika masyarakat menilai bahwa perusahaan tidak melakukan hal-hal yang diwajibkan kepadanya. Dalam konteks ini CSR dipandang sebagai suatu kewajiban yang disetujui antara perusahaan dengan masyarakat, dimana masyarakat memberikan izin kepada perusahaan untuk menggunakan sumber daya alam dan manusianya serta izin untuk melakukan fungsi produksinya (Donaldson, (1983), Balbanes (1998) dalam yuanita (2008).

Teori legitimasi menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada dalam atau lingkungan dimana perusahaan berada, dimana mereka berusaha untuk memastikan bahwa aktifitas mereka (perusahaan) diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang sah (Deegan, 2004).

2.2 Corporate Sosial Responsibility (CSR)

2.2.1 Pengertian Corporate Sosial Responsibility

Secara harfiah, *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah bentuk perhatian kalangan pebisnis (perusahaan) untuk menciptakan kesejahteraan dan kebaikan bagi para pihak luar tersebut (*external stakeholder*).

Menurut (Ardiyanto, 2017) CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah suatu bentuk pertanggungjawaban bagi *stakeholder* eskternal maupun *stakeholder* internal yang diberikan oleh perusahaan. Perusahaan diharapkan untuk dapat memberikan hubungan timbal balik yang baik terhadap *stakeholder* dan lingkungannya sehingga keberadaan perusahaan dapat diterima dengan baik.

CSR menurut Susanto dalam Mursitama dkk (2011:26), membagi CSR ke dalam dua golongan besar tanggungjawab sosial, yaitu tanggungjawab internal dan tanggungjawab eksternal. Tanggungjawab internal meliputi tanggungjawab kepada para pemangku kepentingan dalam hal *profit* dan pertumbuhan, serta kepada para pekerja dalam hal pekerjaan dan pengembangan karir yang menguntungkan pekerja dan perusahaan. Sedangkan tanggungjawab eksternal menyajikan perusahaan sebagai pembayar pajak dan penyedia pekerjaan yang berkualitas, meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat baik dalam bidang bisnis sesuai dengan bisnis perusahaan maupun tidak, serta menjaga lingkungan untuk generasi masa depan.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada dasarnya adalah kebutuhan bagi korporat untuk dapat berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai bentuk masyarakat secara keseluruhan. Tanggung jawab sosial korporat (CSR) *Corporate Social Responsibility* pada dasarnya bukanlah sebuah beban bagi korporat yang beraktivitas, akan tetapi lebih besar dimaknai sebagai usaha korporat untuk beradaptasi dengan kehidupan sosial masyarakat, menjalin kesaling percaya antara korporat.

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah kewajiban kepada masyarakat yang ditanggung oleh perusahaan. Menurut Stephen R. Covey dalam Rambey (2017), kata *Responsibility* terdiri dari dua kata, yaitu *response* (tanggapan) dan *ability* (kemampuan). Hughes dan Kapoo mengatakan bahwa tanggungjawab sosial perusahaan adalah pengakuan bahwa kegiatan-kegiatan bisnis mempunyai

dampak pada masyarakat, dan dampak tersebut menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan bisnis.

Definisi CSR secara universal menurut *The World Business Council For Sustainable Responsibility* yaitu *Corporate Social Responsibility* adalah sebagai suatu komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup.

2.2.2 Manfaat dan Tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki beberapa manfaat yang menurut Wahyuningrum (2015:111). Manfaat CSR perusahaan yang telah meyakini CSR sebagai suatu kewajiban bagi perusahaan, maka telah melaksanakan investasi sosial. Sebagai investasi sosial maka perusahaan akan memperoleh keuntungan dalam bentuk manfaat yang akan diperoleh, antara lain:

- a. Meningkatkan profitabilitas dan kinerja *finansial* yang lebih kokoh.
- b. Meningkatkan akuntabilitas, *assessment* dan komunitas investasi.
- c. Mendorong komitmen karyawan, karena mereka diperhatikan dan dihargai.
- d. Menurunkan kerentanan gejolak dengan komunitas.
- e. Mempertinggi reputasi dan *Corporate Building*.

Tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak dapat dipisahkan dari hakikat CSR sebagai perwujudan kepedulian terhadap masyarakat. Wujud konkretnya adalah peningkatan kesejahteraan masyarakat. Tentu saja kepedulian

seperti ini hanya dapat diwujudkan jika secara internal perusahaan sudah memaksimalkan keuntungannya (Yosephus,2010:293).

2.2.3 Dasar Hukum Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) diatur dengan cara tegas di Indonesia, dalam undang-undang 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas. Hal ini dilatar belakangi oleh amanat undang-undang dasar 1994 mengenai perekonomian nasional dan kesejahteraan sosial harus diatur oleh Negara untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat. Selain itu berdasarkan prinsip pembangunan berkelanjutan, dalam hal ini lembaga legislatif, berkeinginan untuk mencegah dan mengurangi rusaknya lingkungan yang diakibatkan oleh operasional korporasi yang tidak memperhatikan lingkungan hidup dan masyarakat sekitarnya (Fajar,2013).

Sesuai aturan yang ditetapkan oleh undang-undang nomor 25 tahun 2007 tentang penanaman modal, dan Undang-undang nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas. Maka setiap perusahaan perlu melaksanakan program CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan yang sesuai aturan yang berlaku. Dalam program CSR perlu adanya kerja sama dengan masyarakat langsung atau tata kelola perusahaan baik (GCG) agar implementasi CSR tersebut memberi pengaruh terhadap citra positif bagi perusahaan.

2.2.4 Prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Crowther David (2008) dalam nor hadi (2011:59) mengurai prinsip-prinsip tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR (*Corporare Social Responsibility*) menjadi 3 (tiga) yaitu:

1. *Suntainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktifitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masa depan.
2. *Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktifitas yang telah dilakukan.
3. *Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Tranparansi merupakan satu hal yang amat penting bagi eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.

2.2.5 Pentingnya *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Perusahaan merupakan keluarga besar yang memiliki tujuan dan target hendak dicapai, 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 subsistem yang lain (Nor Hadi, 2011:31).

2.2.6 Pengungkapan Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengungkapan sosial dan lingkungan adalah pengungkapan informasi mengenai aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan sosial dan lingkungan perusahaan. Pengungkapan ini dapat dilakukan melalui berbagai media, seperti laporan tahunan, laporan interim, prospektus, dan pengumuman kepada bursa efek atau melalui media masa. Pengungkapan ada yang bersifat wajib, yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan tertentu dan ada pengungkapan yang bersifat sukarela, yaitu pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku. Pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat sukarela (*voluntary*), belum diaudit (*unaudit*), dan tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu (*unregulated*).

Penelitian ini mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pengungkapan CSR perusahaan berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI) G4. *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan berkelanjutan, dan berkomitmen untuk terus menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia (*Global Reporting Initiative*, 2016). Menurut Asmaranti (2011) pelaporan berkelanjutan GRI merupakan pedoman yang paling komprehensif dan dominan mengenai penetapan pelaporan tanggung jawab sosial. GRI mencari landasan bersama untuk membangun kerangka kerja pelaporan yang konsisten. Berdasarkan pedoman GRI G4 terdapat 46 aspek yang

tersebar dalam 3 kategori, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial. Penelitian ini hanya menggunakan kategori lingkungan dan sosial karena kategori tersebut paling sesuai dengan penelitian.

2.3 Profitabilitas

2.3.1 Pengertian Profitabilitas

Menurut (Aditya,2017) “Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham.” Rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas merupakan bentuk kemampuan dari suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode waktu tertentu. Profitabilitas dari suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktiva secara produktif.

Menurut Agus Sartono (2010:122) mengemukakan tentang profitabilitas yang merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri.

Profitabilitas dikatakan baik apabila memenuhi target laba yang diharapkan. Profitabilitas yang rendah menunjukkan bahwa tingkat kinerja manajemen perusahaan tersebut kurang baik. Perusahaan mempunyai rugi atau tingkat profitabilitas rendah nantinya akan membawa dampak buruk dari reaksi pasar dan akan menyebabkan turunnya penilaian kinerja suatu perusahaan.

2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas

Profitabilitas dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, menurut Merti Sri Devi (2012) mengenai factor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas : Rasio profitabilitas menunjukkan pengaruh gabungan dari likuiditas, manajemen aktiva, dan utang terhadap hasil operasi. Selain itu, margin laba bersih, perputaran total aktiva, pertumbuhan perusahaan, serta ukuran perusahaan pun mampu mempengaruhi profitabilitas.

Faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas dapat dijelaskan tersebut adalah :

a. Rasio cepat (*Quick Ratio*)

Quick ratio mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendek dengan menggunakan aktiva lancar yang lebih likuid yaitu tanpa memasukan unsur persediaan dibagi dengan kewajiban lancar.

b. Margin laba bersih (*New Profit Margin*)

Margin laba bersih merupakan rasio antara laba bersih (*net profit*) yaitu suatu penjualan sesudah dikurangi dengan seluruh biaya termasuk pajak dibandingkan dengan penjualan.

c. Ukuran perusahaan (*Firm Size*)

Besarnya perusahaan dapat dinyatakan dalam total aktiva, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Semakin besar total aktiva, penjualan, dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu.

2.3.2 Hubungan Antara *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat dilakukan dengan berbagai cara sebagai salah satu strategi dalam meminimalisir resiko dan meningkatkan profitabilitas. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memberikan banyak manfaat antara lain menurunkan biaya volume penjualan dan pangsa pasar, menarik calon investor melalui citra positif yang tercipta dan lain sebagainya. Reputasi perusahaan menjadi perhatian oleh calon investor yang dapat dinilai dari profitabilitas perusahaan sehingga perlu dijaga untuk mendukung keberlangsungan hidup perusahaan.

Melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan mampu mencapai tujuan utama perusahaan yaitu mencari laba tanpa mengabaikan kepentingan *stakeholder* dan kelestarian lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab atas dampak yang telah ditimbulkan akibat kegiatan operasional perusahaan.

2.4 *Return On Asset*

2.4.1 Pengertian *Return On Asset* (ROA)

Return On Asset (ROA) merupakan rasio dari profitabilitas yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan (Kasmir, 2014:201). Brigham dan Houston (2010:148) mengatakan bahwa *Return On Asset* (ROA) merupakan rasio laba bersih terhadap total asset untuk mengukur pengembalian atas total asset”.

Menurut Hin (2008:69) menjelaskan bahwa : “Rasio ini menunjukkan seberapa besar asset perusahaan digunakan secara efektif untuk menghasilkan laba dan semakin besar ROA menunjukkan kinerja yang semakin baik, karena tingkat pengembalian yang semakin besar”.

Pengertian *Return On Asset* menurut Fahmi (2012:98) adalah : “Return On Asset yaitu melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan dan investasi tersebut sebenarnya sama dengan aset perusahaan yang ditanamkan”.

Semakin besar ROA suatu perusahaan, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan dan semakin baik pula posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan asset. Berdasarkan beberapa pengertian mengenai *Return On Asset* (ROA) maka, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa *Return On Asset* (ROA) merupakan rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki perusahaan. Rumusnya sebagai berikut :

$$ROA = \frac{Laba Bersih}{Total Asset}$$

(Prawironegoro dan Purwanti, 2009:34)

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

(Tandelilin, 2010:372)

Artinya, setiap 0,1 atau 1% rasio ROA yang dihasilkan menunjukkan 1% total laba bersih sebagai tingkat pengembalian dari penggunaan asset perusahaan. Semakin besar nilai rasio ROA, maka semakin besar dana yang dapat

dikembalikan dari total asset perusahaan menjadi laba. Semakin besar laba bersih yang diperoleh perusahaan semakin baik kinerja perusahaan tersebut (Kasmir 2014:136).

Menurut Halim dan Supomo (2001: 151) keunggulan *Return On Asset* (ROA) adalah sebagai berikut : 1. Perhatian manajemen dititik beratkan pada maksimalisasi laba atas modal yang diinvestasikan. 2. ROA dapat dipergunakan untuk mengukur efisiensi tindakan-tindakan yang dilakukan oleh setiap divisinya dan pemanfaatan akuntansi divisinya.. 3. Analisa ROA dapat juga digunakan untuk mengukur profitabilitas dari masing-masing produksi yang dihasilkan oleh perusahaan.

Penulis akan menggunakan rasio *Return On Asset* (ROA), dengan alasan bahwa rasio ini mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan laba dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia dalam perusahaan. *Return On Asset* paling sering digunakan investor untuk menilai hasil kinerja manajemen secara keseluruhan.

2.5 Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap profabilitas. Penelitian-penelitian tersebut dijelaskan dalam table sebagai berikut :

Table 2.1
Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil penelitian
1.	Maria kartika pipit wisnu wardani (2015)	Pengaruh pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap profitabilitas perusahaan	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> , profitabilitas	Berdasarkan hasil pengujian hipotesis maka kesimpulan yang dapat di ambil dalam penelitian nin adalah: Pengungkapan CSR tidak memiliki pengaruh terhadap ROE. Pengungkapan CSR tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. Pengungkapan CSR memiliki pengaruh terhadap EPS.
2	Multafia Almar, Rima Rachmawati, Asfia Murni (2012)	Pengaruh pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap profitabilitas perusahaan	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), profitabilitas	Dari hasil penilitian dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan yang di ukur dengan ROA dan NPM dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keduanya.
3.	Tatik Zulaika, Grasella	Pengaruh <i>Corporate Social</i>	pengungkapan <i>Corporate Social</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel

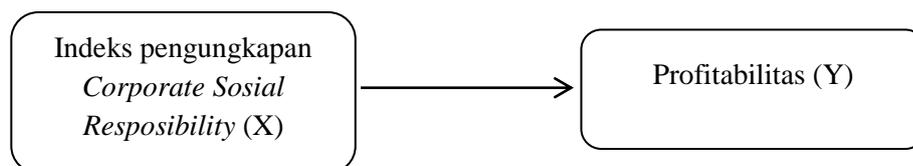
	Sihombing (2019)	<i>Responsibility</i> (CSR) dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan	<i>Responsibility</i> , profitabilitas	<p>pengungkapan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan yang terdaftar dalam Indeks saham SRI-KEHATI</p> <p>Variabel profitabilitas yang diproksikan dengan <i>Return On Equity</i> (ROE) dan <i>Return On Investment</i> (ROI) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang terdaftar dalam indeks saham SRI-KEHATI</p> <p>Variabel pengungkapan CSR dan profitabilitas (yang diproksikan dengan <i>Return On Equity</i> (ROE) dan <i>Return On Investment</i> (ROI) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang terdaftar dalam indeks saham SRI-KEHATI.</p>
4.	Nur Salina, Dwi Kartikasari,	Pengaruh pengungkapan program	pengungkapan <i>Corporate Social</i>	Hasil dari penelitian yang dilakukan maka mendapatkan hasil

	S.T., M.B.A. (2017)	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> terhadap profitabilitas perusahaan	<i>Responsibility, profitabilitas</i>	bahwa Dari enam indikator CSR dalam pengungkapan CSR hanya terdapat satu indikator yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>Return On Asset</i> yaitu indikator masyarakat sosial Dari enam indikator CSR dalam pengungkapan CSR, hanya terdapat satu indikator yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>Net Profit Margin</i> yaitu indikator kinerja lingkungan.
5.	Felyna Priyanka (2013)	Pengaruh pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> terhadap profitabilitas pada perusahaan <i>high profile</i> yang terdaftar di BEI periode 2009-2011	pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility, profitabilitas</i>	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap pengembalian ekuitas atau <i>Return On Equity (ROE)</i> Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> memiliki pengaruh yang positif terhadap pengembalian aktiva atau <i>Return On Asset (ROA)</i> Pengungkapan

				<p><i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> memiliki pengaruh positif terhadap laba per lembar saham atau <i>Earning Per Share (EPS)</i></p> <p>Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> memiliki pengaruh yang positif terhadap <i>Net Profit Margin (NPM)</i>.</p>
--	--	--	--	---

2.6 Kerangka Konseptual

Dalam konteks penelitian ini variable yang diukur adalah pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* dan Profitabilitas perusahaan yang diukur melalui rasio *Return On Asset*. Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti merumuskan kerangka konseptual penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.7 Hipotesis Penelitian

Menurut Grey dan Owen (1987:4) pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah : "Proses memberikan informasi yang dirancang untuk debit akuntabilitas sosial yang dilakukan oleh organisasi yang menjalankan tanggung jawab sosial

termasuk pengungkapannya dalam laporan keuangan sebagai publikasi khusus atau bahkan sebagai iklan yang berorientasi sosial. Perwujudan CSR dipandang sebagai cara manajemen berinteraksi dengan masyarakat luas untuk mempengaruhi persepsi eksternal tentang organisasi mereka”.

Menurut pearch robinson (2007:89), “profitabilitas merupakan salah pengukuran bagi kinerja suatu perusahaan, profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, *Asset* dan modal saham tertentu.” profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aktiva atau modal yang akan diperbandingkan satu dengan lainnya.

Berdasarkan pembahasan diatas maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis : Diduga ada pengaruh positif dan signifikan indeks pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap profitabilitas.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain penelitian

Menurut Ulbert silalahi (2009:6), metode penelitian adalah cara atau prosedur yang sistematis dan terorganisasi untuk menyelidiki suatu masalah tertentu dengan maksud untuk mendapatkan informasi untuk digunakan sebagai solusi atas masalah tersebut. dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian pendekatan kuantitatif. Mempunyai karakteristik mendeskripsikan permasalahan penelitian melalui hubungan antar variabel dengan menetapkan tujuan penelitian, hipotesis dengan menghimpun data numerik dengan menggunakan instrumen, kemudian dilakukan analisis dan melaporkan hasil penelitian. Penelitian yang dilakukan tergolong penelitian kolerasional, karena penelitian ini bermaksud mengetahui pengungkapan CSR terhadap profitabilitas pada perusahaan.

3.2 Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini tidak memiliki lokasi yang tepat. Penelitian ini mengambil data di website resmi perusahaan terkait yaitu PT.Vale dengan mengambil laporan keuangan tahunan dan *sustainable responsibility*-nya. Waktu penelitian dilakukan mulai bulan Juni sampai dengan bulan Agustus 2021 dengan meneliti laporan keuangan perusahaan yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini selama lima tahun periode yaitu tahun 2015- 2019.

3.3 Populasi dan sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Chandrarin (2017:125) populasi adalah kumpulan dari elemen-elemen yang mempunyai karakteristik tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Populasi merupakan wilayah generalisasi obyek/subyek yang mempunyai kapasitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah semua data atau dokumen *annual report* dan *sustainability report* yang diperoleh langsung dari *website* Pt. Vale Indonesia Tbk. Sorowako selama periode 2015-2019.

3.3.2 Sampel

Menurut Chandrarin (2017:125) sampel merupakan kumpulan subjek yang mewakili populasi. Sehingga sampel yang diambil memiliki karakteristik yang sama dengan populasinya dan harus mewakili (*representative*) anggota populasi. Sampel merupakan sebagian dari populasi itu (sugiyono 2012).

Sampel dalam penelitian ini adalah laporan keuangan Perusahaan Pt. Vale Indonesia Tbk. Sorowako yang memuat laporan neraca dan laporan laba rugi, serta sustainable report yang memuat indeks GRI selama lima tahun (2015 sampai dengan 2019).

3.4 Jenis dan sumber data

1. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder yang bersifat *time series* berupa data kuantitatif. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linear sederhana yang merupakan teknik analisis yang sering digunakan oleh peneliti akuntansi, manajemen, atau perilaku. Dengan melihat pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel terikat yang bertujuan untuk mengetahui apakah Pengungkapan CSR berpengaruh terhadap Profitabilitas. Data sekunder bersumber dari dokumen laporan, peraturan-peraturan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan hasil wawancara. Dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Yaitu pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen laporan.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian diperoleh dari website yang berupa laporan tahunan yang dikeluarkan *website* Pt. Vale Indonesia Tbk. Sorowako. Laporan keuangan, *annual report*, dan *sustainable report* yang didapat melalui website resmi Pt. Vale Indonesia Tbk. Sorowako

3.5 Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan data dokumentasi yaitu data sekunder yang diperoleh dari sampel perusahaan sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian, berupa laporan keuangan yang sudah dipublikasikan.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Menurut Nur Indriantoro dan Bambang Supomo (2011:69) definisi Operasional adalah penentuan gagasan sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan gagasan, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran gagasan yang lebih baik.

Berikut ini adalah tabel operasional variabel Indeks pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas, untuk mengetahui variabel penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini dilihat pada tabel 3.1 berikut ini:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator
Indeks Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (X)	Suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi yang diikuti dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas (Nor Hadi, 2011:48)	CSR	$CSRI = \frac{\sum X_{yi}}{n_i}$
Profitabilitas (Y)	Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba	ROA	$ROA = \frac{EAT}{\text{—————}}$

	dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti asset, modal atau penjualan perusahaan (I Made Sudana, 2011: 22)		Total Asset
--	---	--	-------------

3.7 Analisis data

3.7.1 Pengujian Regresi Sederhana

Menurut Sugiyono (2012) analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana, dimana analisis regresi sederhana digunakan menguji hipotesis yang mengukur kekuatan hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y), dimana regresi linear sederhana menggunakan rumus yaitu:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = profitabilitas

X = indeks pengungkapan CSR

a = konstanta

b = koefisien regresi

e = standar *error*

3.7.2 Uji asumsi klasik

1. Uji normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal. Data yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati nol (Sugiyono, 2015).

2. Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel independen. Apabila variabel independen saling berkolerasi, maka variabel-variabel tidak ortugal. Variabel tidak ortugal adalah

variabel bebas yang nilai kolerasi antar sesama variabel sama dengan nol (Ghozali, 2018)

3. Uji heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dalam model regresi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan dari suatu pengamatan yang lain. Model regresi yang baik tidak akan mengalami herteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan *glejser* dimana dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Tidak terjadi heteroskedastisitas jika nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} dan nilai sig atau prob. $>0,05$ (suliyanto, 2011).

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara anggota serangkaian data observasi yang diuraikan menurut waktu (time-series). Beberapa penyebab munculnya masalah autokorelasi dan sebagai data time-series dalam analisis regresi adalah kelambaman (inertia) artinya data observasi pada periode sebelumnya dan periode sekarang, kemungkinan besar akan mengandung saling ketergantungan (suliyanto, 2011).

3.7.3 Uji Parsial (Uji T)

Uji signifikan parameter individual (*uji statistik t*) bertujuan untuk kopi mengukur seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006:95). Pengujian secara parsial ini dilakukan dengan cara membandingkan antara tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini.

Formulasi pengujian t sebagai berikut:

1. Jika signifikan $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, yang berarti variabel independen secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Jika signifikan $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima, yang berarti variabel independen secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum dan Profile Perusahaan

Selama lebih dari lima puluh tahun beroperasi di Indonesia, PT Vale terus berkembang menjadi perusahaan tambang nikel kelas dunia yang berkomitmen pada pertumbuhan berkelanjutan.

Perseroan didirikan berdasarkan Akta No. 49 tanggal 25 Juli 1968 yang dibuat di hadapan Notaris Eliza Pondaag, notaris publik di Jakarta. Anggaran Dasar Perseroan disetujui Menteri Kehakiman Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. J.A.5/59/18 tanggal 26 Juli 1968 dan diumumkan dalam Tambahan No. 93 Berita Negara Republik Indonesia No. 62 tanggal 2 Agustus 1968. Anggaran Dasar Perseroan telah beberapa kali mengalami perubahan. Pada tahun 2015 terjadi perubahan Anggaran Dasar berdasarkan Akta No.121 tanggal 29 Juni 2015, yang dibuat di hadapan Notaris Leolin Jayayanti S.H., notaris publik di Jakarta, tentang Perubahan Anggaran Dasar Perseroan yang telah disetujui dalam Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (“RUPS Luar Biasa”) pada tanggal 29 Juni 2015. Perubahan ini telah memperoleh persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. AHU-0938647.AH.01.02 Tahun 2015 tanggal 3 Juli 2015 dan telah memperoleh penerimaan pemberitahuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. AHU-AH.01.03-0948078 Tahun 2015 tanggal 3 Juli 2015.

Perubahan Anggaran Dasar Perseroan terakhir berdasar Akta No. 37 tanggal 13 September 2019 di hadapan Notaris Leolin Jayayanti S.H., sesuai keputusan RUPS Luar Biasa tanggal 16 Agustus 2019. Perubahan tersebut disetujui Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. AHU-0080297.AH.01.02. Tahun 2019 tanggal 9 Oktober 2019.

4.1.2 Struktur Organisasi

a. Jabatan Struktur



Gambar 4.1
Struktur organisasi dan jabatan

b. Visi dan Misi Perusahaan

Dewan Komisaris dan Direksi secara berkala melakukan kaji ulang (review) atas Visi dan Misi Perseroan. Dewan Komisaris dan Direksi menilai Visi dan Misi Perseroan masih relevan dengan tujuan jangka pendek maupun jangka panjang Perseroan.

1. Visi

Menjadi perusahaan sumber daya alam nomor satu di Indonesia yang menggunakan standar global dalam menciptakan nilai jangka panjang, melalui keunggulan kinerja dan kepedulian terhadap manusia dan alam.

2. Misi

Mengubah sumber daya alam menjadi kemakmuran dan pembangunan yang berkelanjutan.

4.2 Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran secara statistik atas variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan menggunakan indeks GRI G4 dengan 91 item penilaian. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah Profitabilitas yang diukur dengan ROA. Adapun komponen yang terdapat dalam statistik deskriptif berupa nilai rata-rata (mean), nilai minimum, nilai maksimum dan standar deviasi (standar deviation).

Berikut adalah hasil uji statistik deskriptif menggunakan SPSS25 sebagai berikut:

Table 4.1
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X_CSR	5	0.00	2.75	1.6780	1.19865
Y_ROA	5	.09	.49	.2725	.16233
Valid N (listwise)	5				

Sumber: data diolah menggunakan Spss20

1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Dalam penelitian ini, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel bebas yang mempengaruhi masingvariabel terikat ROA. Pengungkapan CSR diukur menggunakan indikator dari Global Reporting Initiative (GRI) dengan jumlah 91 pengungkapan. Pengungkapan CSR dengan indikator dari Global Reporting Initiative (GRI) dihitung dengan rumus:

$$CSR_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan :

CSRI_j : Corporate Social Responsibility Disclosure Index perusahaan

$\sum X_{ij}$: Jumlah pengungkapan CSR perusahaan

N_{ij} : jumlah item untuk perusahaan sebesar 91 item

Berdasarkan table 4.1 di atas pada perusahaan PT.Vale selama tahun 2015-2019 memiliki rata-rata nilai CSR yaitu 1,678. Nilai minimum sebesar 0,00 dan nilai maksimum sebesar 2,75.

2. *Return On Asset*

Dalam penelitian ini, *return on asset* (ROA) perusahaan dipengaruhi oleh pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. *Return on asset* (ROA) mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktifitas yang digunakan untuk aktifitas operasi perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aset yang dimilikinya (Ang, Robert, 2007: 29).

Rumus untuk menghitung ROA (Brigham dan Houston, 2006: 109):

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih yang tersedia bagi pemegang saham biasa}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

Laba bersih yang tersedia bagi pemegang saham biasa yang dimaksud adalah laba bersih setelah pajak.

Berdasarkan table 4.1 di atas pada perusahaan PT.Vale selama tahun 2015-2019 memiliki rata-rata nilai ROA yaitu 0,2725. Nilai minimum sebesar 0,09 dan nilai maksimum sebesar 0,49.

4.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik harus dilakukan dalam penelitian ini, untuk menguji apakah data memenuhi asumsi klasik. Hal ini dilakukan untuk menghindari terjadinya estimasi yang bias. Pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji Normalitas, uji Uji Multikolonieritas, dan Uji Heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang distandarisasi pada model regresi terdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya. Nilai residual yang terstandarisasi yang berdistribusi normal jika digambarkan

dengan kurva akan membentuk gambar lonceng yang kedua sisinya melebar tak terhingga.

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogorov Smirnov* yaitu uji statistik non-parametrik. *Kolmogorov Smirnov* merupakan uji normalitas menggunakan fungsi distribusi kumulatif. Nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal jika $K_{hitung} < K_{tabel}$ atau nilai $Sig. > \alpha$. Berikut hasil uji normalitas :

Tabel 4.2
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Standardized Residual
N		5
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	.86602540
Most Extreme Differences	Absolute	.181
	Positive	.181
	Negative	-.176
Test Statistic		.181
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: data diolah menggunakan Spss20

Berdasarkan output di atas terlihat bahwa nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0.200 > 0,05. Sehingga dapat ditarik kesimpulan nilai residual terstandarisasi dinyatakan terdistribusi secara normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika pengamatan dari satu residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Imam Ghazali, 2011: 139).

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode Glejser. Dimana pengujian dilakukan dengan meregresi variable bebas yang signifikan terhadap nilai mutlak residualnya. Suatu data dikatakan baik jika tidak terdapat gejala hetero di dalamnya.

Pengujian heteroskedastisitas dengan uji Glejser dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.3
Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.068	.055		1.251	.300
	X_CSR	.009	.027	.182	.320	.770

a. Dependent Variable: ABRESID

Sumber: data diolah menggunakan Spss20

Berdasarkan output pada table di atas diketahui bahwa pada model regresi tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Hal ini karena Sig. variable CSR $0,770 > 0,05$. Sehingga dinyatakan bahwa model regresi tidak ditemukan

gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji adanya korelasi antar variabel gangguan satu observasi dengan observasi yang lain. Terdapat beberapa metode yang digunakan untuk menguji autokorelasi salah satunya dengan Run Test. Menurut Ghozali (2006), jika antar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka dikatakan bahwa residual adalah acak atau random. Hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikansi, yaitu jika signifikansi di atas 0,05 maka residual random atau tidak terjadi autokorelasi dan jika signifikansi di bawah 0,05 maka residual tidak random atau terjadi autokorelasi antar residual.

Table 4.4
Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.47656
Cases < Test Value	2
Cases >= Test Value	3
Total Cases	5
Number of Runs	4
Z	.109
Asymp. Sig. (2-tailed)	.913
a. Median	

Sumber data: diolah Spss20

Hasil olah data pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,913 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa

model regresi tidak terdapat gejala autokorelasi.

4.4 Uji Hipotesisi

1. Pengujian Regresi

Regresi linear sederhana bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini, regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui pengaruh CSR yang diukur dengan indeks GRI terhadap profitabilitas yang diukur dengan *Return On Asset*. Berikut ini adalah hasil regresi linear sederhana:

Tabel 4.5
Uji Regresi Linear

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.104	.105		.997	.392
	X_CSR	.100	.053	.740	1.905	.153

a. Dependent Variable: Y_ROA

Sumber: data diolah menggunakan Spss20

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas pada kolom B tercantum nilai konstanta sebesar 0,104 dan nilai koefisien untuk variabel Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah 0,100. Sehingga dari nilai tersebut maka diperoleh regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,104 + 0,100 (X) + e$$

Maka persamaan regresi yang diperoleh dari persamaan regresi tersebut yaitu nilai konstanta atau koefisien sebesar 0,068 bernilai positif artinya

adalah apabila variable X (Pengungkapan CSR) dianggap konstan (bernilai nol), maka nilai ROA akan sebesar 0,068. Sedangkan jika variable X (Pengungkapan CSR) akan mengalami penurunan sebesar kenaikan sebesar 0,009.

2. Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat dari table berikut :

Tabel 4.6
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.740 ^a	.548	.397	.93098
a. Predictors: (Constant), Y_ROA				

Sumber: data diolah menggunakan Spss20

Berdasarkan table 4.5 di atas koefisien determinasi yang ditunjukkan oleh *R Square* dari persamaan regresi menghasilkan nilai sebesar 0,548. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh yang diberikan oleh variable independen yaitu Profitabilitas terhadap variable dependen yaitu Pengungkapan *CSR* adalah sebesar 0,548 atau 54,8% sedangkan sisanya sebesar 0,452 atau 45,2% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Hal ini berarti bahwa terdapat factor-faktor lain yang berpengaruh terhadap Pengungkapan *CSR* itu sendiri.

3. Uji T (Parsial)

Uji t bertujuan untuk menguji pengaruh dari variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh tersebut dapat dilihat dengan membandingkan nilai probabilitas (*pvalue*) dari masing-masing variabel dengan tingkat signifikan yang digunakan sebesar 0,05 dengan ketentuan jika *p-value* < 0,05 dan nilai *thitung* > *ttabel* maka hal ini menunjukkan bahwa variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria penilaian menggunakan *degree of freedom* (*df*) = $n - k$ dimana *n* adalah jumlah sampel dan *k* adalah jumlah variabel. Pada penelitian ini besarnya $df = 5 - 2 = 3$ dengan $\alpha = 0,05$ sehingga menghasilkan *ttabel* = 3,182.

Berdasarkan table 4.4 dapat dilihat dari hasil pengujian dari variable dependen secara parsial adalah sebagai berikut. Hipotesis yang mengatakan bahwa ada pengaruh variable Pengungkapan CSR terhadap Profitabilitas pada Pt. Vale Indonesia Tbk. Sorowako. Dari table 4.4 di atas dapat diketahui bahwa hasil pengujian untuk variable Pengungkapan CSR mempunyai probabilitas 0,153 > 0,05 dan nilai *t hitung* sebesar 1,905 < *ttabel* 3,182. Hal ini menunjukkan bahwa Pengungkapan CSR tidak signifikan terhadap Profitabilitas dengan demikian hipotesis yang mengatakan bahwa ada pengaruh variable Pengungkapan CSR terhadap Profitabilitas pada PT. Vale ditolak.

Secara koefisien, dengan adanya pengungkapan CSR pada perusahaan PT.Vale periode 2015-2019 tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan Pt. Vale Indonesia Tbk. Sorowako.

4.5 Pembahasan

Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana pengaruh variable Pengungkapan CSR terhadap variable Profitabilitas yang diukur dengan ROA. Berdasarkan hasil pengujian regresi linear ditemukan bahwa Pengungkapan CSR tidak signifikan terhadap Profitabilitas dengan demikian hipotesis yang mengemukakan bahwa ada pengaruh variable Pengungkapan CSR terhadap Profitabilitas pada PT. Vale ditolak. Hal tersebut dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi indeks pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, tidak berpengaruh secara signifikan pada peningkatan *return on asset* yang diperoleh perusahaan.

Namun penelitian ini berbeda dengan hasil yang ditemukan oleh Almar dkk (2012) yang menemukan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas yang diukur menggunakan ROA, begitu juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nur dan Dwi (2017) bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap indikator profitabilitas yaitu ROA.

Namun hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maria Kartika dkk (2015) dimana pengungkapan CSR tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *return on asset*. Hal tersebut didukung dengan pernyataan bahwa dengan adanya upaya kegiatan CSR merupakan biaya bagi perusahaan yang dapat mengurangi dan tidak mampu meningkatkan laba bersih perusahaan secara signifikan. Peningkatan *asset* perusahaan jika tidak dipadukan atau diimbangi dengan peningkatan laba maka akan mengakibatkan pada rasio *return on asset* (ROA) menjadi rendah atau menurun. Secara koefisien, adanya pengungkapan CSR pada Pt. Vale Indonesia Tbk. Sorowako tahun 2015-2019

hanya meningkatkan perofitabilitas melalui *return on asset* sebesar 0,100 persen.

Meskipun bernilai positif namun nilainya bias dikatakan tidak signifikan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka pada bab ini dapat ditarik beberapa kesimpulan dan saran yang berkenaan dengan masalah yang dibahas. Adapun simpulan dan saran yang dimaksud adalah. Pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) tidak dapat mempengaruhi secara signifikan terhadap Profitabilitas yang diukur dengan *return on asset*. probabilitas $0,153 > 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $1,905 < t_{tabel} 3,182$.

5.2 Keterbatasan Dalam Penelitian

Dalam penelitian ini, masih memiliki beberapa keterbatasan antara lain:

1. Terdapat unsur subjektivitas pada penilaian indeks pengungkapan *corporate social responsibility*.
2. Berbagai macam rasio profitabilitas, namun yang digunakan dalam penelitian ini hanya *rasio return on asset* (ROA)
3. Keterbatasan pada periode penelitian yaitu 2015-2019.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan hal-hal yang berkaitan dengan keterbatasan penelitian, maka terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu :

1. Perusahaan hendaknya melaksanakan dan mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) dengan efisien sehingga tidak mengganggu rasio profitabilitas perusahaan.

2. Bagi investor dan calon investor yang sudah dan akan menanamkan modalnya pada perusahaan hendaknya mempertimbangkan kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan karena memiliki pengaruh terhadap rasio profitabilitas perusahaan.
3. Masyarakat hendaknya dapat menilai perusahaan yang baik salah satunya dengan cara melihat kepedulian perusahaan terhadap lingkungan alam dan masyarakat sekitar.
4. Bagi peneliti selanjutnya :
 - a. Pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan laporan keberlanjutan perusahaan atau *sustainability reporting* yang telah dikroscek oleh *Global Reporting Initiative* agar mengurangi
 - b. Untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih baik, penelitian selanjutnya dapat memperpanjang periode penelitian.

Penelitian selanjutnya dapat menambah rasio profitabilitas karena rasio profitabilitas tidak hanya ROA.

DAFTAR RUJUKAN

- A Chariri dan Imam Ghozali. 2007. Teori Akuntansi. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Adah, E. N, Kurniawati, D dan Yunita. 2016. Analisis Kemampuan Kognitif Mahasiswa Pada Konsep Asam-Basa Menggunakan Tes Berdasarkan Taksonomi Bloom Revisi. Jurnal Kimia dan Pendidikan Vol.1 No 1.Banten : Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Adrian Sutedi, 2015, Buku Pintar Hukum Perseroan Terbatas, Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Agus Sartono. 2010. Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Edisi 4. Yogyakarta: BPFE
- Agung, Aditya. 2017. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Kebijakan Dividen Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010- 2015.skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.
- Almar, Multafia, Rachmawati, Rima, dan Murni, Asfia. 2012. “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Perusahaan”. Bandung: Seminar Nasional Akuntansi dan Bisnis
- Al Fajar, S. &. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia sebagai Dasar Meraih Keunggulan Bersaing. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Ardianto, Elvinaro. (2016). Metodologi Penelitian Untuk *Public Relations*. Bandung: Simbiosis.
- Bambang Riyanto. 2001. Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan. BPFE, Yogyakarta.
- Bhatt, M. R. 2002. Corporate Social Responsibility and Natural Disaster Reduction: Local Overview of Gujarat. London: Benfield Hazard Research Center of University College.
- Deegan, C. 2004. *Financial Accounting Theory*. McGraw-Hill Book Company. Sydney.
- Devi, Merti Sri. 2012. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Pada Perusahaan Kimia & Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2011. Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Maritim Raja, tanjungpinang.
- Global Reporting Initiative*. (2016), “*Reporting Principles and Standard Disclosures*”, tersedia di: www.globalreporting.org (diakses pada 20 Juli 2021).
- Fontaine, Michael. 2013. *Corporate Social Responsibility and Sustainability: The New Bottom Line*. *International Journal of Business and Social*, 4 (4), pp: 110-119.
- Freeman, R. E. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Boston, Pitman.

- Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4). Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2009. “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS “. Semarang : UNDIP.
- Ghozali, I. (2011), Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19, Edisi kelima, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hadi, Sutrisno. 2011. Metodologi Research Jilid III. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Hidayansyah, Putri Fika dkk. 2015. “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan dan Harga Saham pada Sektor Properti di Bursa Efek Indonesia”. *Jurnal Manajemen dan Organisasi* Vol.VI, No.1.
- Kartika, Maria Pipit Wisnu Wardani. (2015). Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Perusahaan Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010 – 2012. Dikutip dari : https://repository.usd.ac.id/995/2/112114019_full.pdf. Diakses pada 5 Februari 2019.
- Kusuma, Arta Adi.2013. Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Hotel Muria semarang.Skripsi UNES. Semarang.
- Lailatul Khasanah (2016) Analisis Perbandingan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia) Skripsi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro ,Semarang.
- Luthans, Fred. 2011. *Organizational Behavior: An Evidence-Based Approach*. New York: McGraw-Hill
- L. Sinuor Yosephus, 2010, *Etika Bisnis: Pendekatan Filsafat Moral Terhadap Perilaku Pebisnis*, Jakarta, Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Malik, Nadeem, 2014. *Impact of Corporate Social Responsibility on the financial Performances Of Bank In Pakistan*. *Jurnal : Institue of Southern Punjab*,Volume 21 Nomor 9 Hal 10
- Mursitama, Tirta, dkk. 2011.*Corporate Social Responsibility* di Indonesia (Teori dan Implmentasi). *Institute for Development of Economic and Finance* (INDEF).
- Nur Salina, Dwi Kartikasari. 2017. “Pengaruh Pengungkapan program *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas perusahaan”. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*. Vol. 5. No.2. 193-203.
- Owens, Robert G., (1987). *Organization Behavior in Education*. New Jersey: Englewood Cliffs., Praction-Hall Inc.

- Pearce, John A. and Robinson, Richard B.(2007). *Strategic Management: Formulation, Implementation and Control*. International Edition, New York: McGraw-Hill.10th Edition.
- Priyanka, Felyna. (2013). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan High Profile yang Terdaftar di BEI Periode 2009-2011*. Skripsi, Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2001. *Analisis SWOT Teknik Membelah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Said, Achmad Lamo. 2015. *Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Governance*. Yogyakarta: Deepublish.
- Setiyanto, Adi Irawan & Selvi Nurul Hidayati. 2017. *Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi terhadap Turnover intention*. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 5(1), h. 105-110.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Tatik Zulaika, Grasella Sihombing. 2019. “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan”. *Jurnal Akuntansi dan Governance Andalas*. Vol. 2. No.2.
- Ulbert Silalahi, 2009, *Studi Tentang Ilmu Administrasi dan Manajemen*. Bandung : Sinar Baru Algesindo.
- Wahyudiono, Bambang. 2014. *Mudah Membaca Laporan Keuangan*. Jakarta: Raih Asa Sukses (Penebar Swadaya Grup).
- Wahyuningrum, Yuniarti. 2015. *Pengaruh Program Corporate Social Responsibility Terhadap Peningkatan Pemberdayaan Masyarakat (Studi pada Implementasi CSR PT. Amerta Indah Otsuka Desa Pacarkeling Kecamatan Kejayan Kabupaten Pasuruan)*. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol.1 No.5, Malang: Universitas Brawijaya.
- Zulfikar.2016. *Pengantar Pasar Modal Dengan Pendekatan Statistika Edisi Pertama*, Cetakan Pertama. Yogyakarta : Gramedia

