

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Likuiditas, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Barang Baku Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021

Noviani Adilla¹, Zalida Afni², Eka Siskawati³

¹ Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Padang, novianiadilla@gmail.com

² Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Padang, zalida.afni22@gmail.com

³ Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Padang, ekasiskawati@gmail.com

ABSTRACT

Keywords:

Profitability, Corporate Social Responsibility, Liquidity, Sales Growth

Received : 05-11-2022

Accepted : 31-12-2022

Published : 27-02-2023

This study aims to analyze the factors that affect corporate social responsibility, liquidity, and sales growth on profitability in raw goods sector companies listed on the IDX in 2018-2021. The theory used in this research is Stakeholder Theory within the variable of Corporate Social Responsibility (CSR), Liquidity, Sales Growth as independents variables, and the dependent variable was profitability proxied by ROA. The population of this research was goods sector companies listed on the IDX in 2018-2021. The sampling with a total of samples are 28 companies from 93 populations. This research method used a quantitative approach with the analysis technique used, panel data regression analysis. This study used secondary data in the form of annual report and sustainability report which id processed with the SPSS version 25. The results show that Corporate Social Responsibility (CSR) and sales Growth both negatively effects the profitability, but liquidity has no effects to words profitability.

Pendahuluan

Setiap perusahaan atau lembaga yang sudah mendeklarasikan perusahaannya *go public* dituntut memberikan kinerja yang bernilai tidak hanya bagi perusahaannya sendiri, melainkan juga masyarakat luas karena pada dasarnya dalam mencapai sebuah tujuan didalam sebuah perusahaan selain berorientasi pada laba (*profit*) dan pertumbuhan, ada hal yang tidak kalah pentingnya, yaitu keberlanjutan atau sustainability. Kunci utama pencapaian keberlanjutan adalah adanya penerimaan publik akan kehadiran perusahaan. Bentuk tanggung jawab yang diinginkan publik tidak hanya berupa keterlibatan perusahaan dalam kegiatan sosial, melainkan dalam bentuk suatu pengintegrasian kegiatan bisnis dan operasional dengan aspek sosial (Yuniasih & Wirakumusa, 2007). Keberlanjutan dapat dicapai dengan lahirnya konsep Tanggung jawab sosial atau biasanya dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR adalah tanggung jawab moral suatu perusahaan kepada para *stakeholder*-nya, terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya (Hamdani, 2016).

Corporate Social Responsibility (CSR) kini memang menjadi berita yang sedang hangat diperbincangkan ditengah maraknya dampak negatif terhadap lingkungan yang disebabkan oleh kegiatan operasional suatu perusahaan. Kesadaran akan pentingnya mempraktekkan CSR ini menjadi *trend* global seiring dengan semakin maraknya kepedulian mengutamakan *stakeholders*. Tidak dapat dipungkiri bahwa masyarakat termasuk *stakeholders* yang penting bagi perusahaan dikarenakan dukungan masyarakat sekitar sangat diperlukan bagi perkembangan dan keberlangsungan perusahaan. Tanggung jawab sosial dan lingkungan mempunyai peran yang sangat penting, sehingga hal ini menarik perhatian pemerintah dalam mengeluarkan undang-undang tentang Perseroan Terbatas yaitu Undang-Undang No. 40 Pasal 74 Tahun 2007 yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta

dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, maupun komunitas setempat. Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 juga mengatur tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas, yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 menjadi kewajiban bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya atau yang berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan undang-undang.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Dafa et al., (2022) yang meneliti tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan likuiditas terhadap kinerja keuangan perusahaan yang memperoleh *Sustainability Report Award* (SRA). Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu menggunakan variabel yang sama yaitu CSR, dan likuiditas. Sedangkan perbedaannya yaitu menambah variabel profitabilitas perusahaan sebagai variabel dependen dan pertumbuhan penjualan dari penelitian Luciana et al., (2022) sebagai variabel independen. Alasan menambah variabel pertumbuhan penjualan karena hasil dari pengaruh pertumbuhan penjualan yang tidak konsisten dengan kinerja keuangan perusahaan. Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan Zanetty & Efendi, (2021), sedangkan, menurut Rantika, (2022) pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Selain itu, adanya *Covid-19* menyebabkan penurunan daya beli masyarakat karena adanya kenaikan harga, pemberhentian kerja pada sebagian masyarakat, dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sehingga mengakibatkan penjualan perusahaan menurun, laba perusahaan menurun, dan hal ini juga membuat profitabilitas perusahaan ikut menurun. Menurut (Hilman & Laturette, 2021) pertumbuhan penjualan merupakan penanda dari penerimaan pasar baik dengan produk ataupun jasa yang dihasilkan suatu perusahaan serta pendapatan dari penjualan yang telah dilakukan. Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang stabil akan mempermudah perusahaan dalam menjalankan kinerjanya.

Penelitian mengenai pengaruh likuiditas dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu yaitu Zanetty & Efendi, (2021) yang menyimpulkan bahwa likuiditas dan pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian Widyaningrum & Hendrawan, (2022) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan karena semakin meningkat likuiditas maka kinerja keuangan akan mengalami peningkatan dan penelitian oleh Luciana et al., (2022) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Namun hasil berbeda ditemukan oleh Badar Al Rahman & Suselo, (2022) dan Imelda Hutabarat, (2022) yang menemukan hasil bahwa likuiditas dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, terdapat hasil yang masih tidak konsisten sehingga penelitian ini mencoba mengkaji dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR), Likuiditas, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Baku yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2018-2021. Peneliti berharap penelitian dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam melakukan kegiatan operasional perusahaan untuk meminimalkan resiko dalam pengambilan keputusan. Adapun tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap profitabilitas perusahaan. 2) untuk mengetahui pengaruh likuiditas terhadap profitabilitas perusahaan. 3) untuk mengetahui pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas perusahaan. 4) untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), likuiditas, dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas perusahaan.

Tinjauan Pustaka

Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Teori Stakeholder (*Stakeholder theory*) menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Gray, Kouhy dan Adams

mengatakan bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholders* sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Semakin *powerful stakeholder*, maka semakin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya (Handoko, 2014). Studi yang pertama kali mengemukakan mengenai *stakeholder* adalah *Strategic Management: A Stakeholder Approach* oleh Freeman pada tahun 1984. Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak awal 1970, yang secara umum dikenal dengan *stakeholder theory* artinya sebagai kumpulan kebijakan - kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan.

Profitabilitas

Menurut Kasmir (2015) profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Menurut Sartono dalam Fatmawati (2017) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Tinggi rendahnya laba merupakan faktor penting perusahaan. Besar kecilnya laba perusahaan dapat diketahui melalui analisa laporan keuangan perusahaan dengan rasio profitabilitas. Salah satu indikator untuk mengukur profitabilitas adalah dengan menggunakan *Return On Assets Ratio* (ROA).

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu konsep atau program yang dimiliki perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Pertanggungjawaban sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungannya bagi kepedulian sosial maupun tanggung jawab lingkungan dengan tingkat mengabaikan kemampuan dari perusahaan. Pelaksanaan kewajiban ini harus memperhatikan dan menghormati tradisi budaya masyarakat di sekitar lokasi kegiatan usaha tersebut (Budi Untung, 2014:1-2).

Likuiditas

Menurut Gitman, (2006) Likuiditas merupakan perusahaan yang diukur berdasarkan kemampuannya untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya ketika jatuh tempo. Kewajiban tersebut merupakan kewajiban jangka pendek atau jangka panjang yang sudah segera jatuh tempo. Rasio likuiditas merupakan rasio yang menghubungkan kas dan aktiva lancar lainnya dengan kewajiban lancar (Aisyiah et al., 2013). Jika perusahaan memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo maka perusahaan tersebut dikatakan sebagai perusahaan yang likuid. Sebaliknya, jika perusahaan tidak memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo, maka perusahaan tersebut dikatakan sebagai perusahaan tidak likuid.

Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan kenaikan suatu jumlah penjualan perusahaan dari tahun ke tahun dari waktu ke waktu. Penjualan merupakan salah satu faktor penting yang menentukan kelangsungan hidup perusahaan. Penjualan dapat ditingkatkan secara internal melalui penambahan devisi usaha (Daft, 2007:356). Pertumbuhan penjualan diperuntukan dengan pencapaian tingkat penjualan yang dihasilkan perusahaan, perkembangan perusahaan bisa dikatakan sebagai pertumbuhan penjualan (*Growth Of sales*). Perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil berarti memiliki aliran kas yang relatif stabil juga, maka dapat menggunakan hutang lebih besar daripada perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang tidak stabil. Bagi perusahaan dengan tingkat pertumbuhan penjualan tinggi selalu diikuti dengan peningkatan dana yang dipakai untuk pembiayaan ekspansi, besar kecilnya pertumbuhan penjualan perusahaan akan mempengaruhi jumlah laba yang diperoleh perusahaan. Cara pengukurannya dengan membandingkan penjualan tahun yang berjalan setelah dikurangi dengan penjualan tahun sebelumnya terhadap penjualan pada periode sebelumnya.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan populasi perusahaan sektor barang baku yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) di tahun 2018 – 2021. Penelitian ini menggunakan data panel empat tahun terakhir dimulai dari tahun 2018 sampai 2021, karena dari laporan keuangan tersebut menggambarkan profil dan data keuangan perusahaan yang akan diteliti. Penelitian ini berfokus pada pengaruh variabel independen (*Corporate Social Responsibility* (CSR), Likuiditas, dan Pertumbuhan Penjualan) terhadap variabel dependen (Profitabilitas Perusahaan).

Dalam penelitian ini metode yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditentukan. Jumlah perusahaan sektor barang baku yang terdaftar di BEI adalah sebanyak 93 perusahaan, dan yang memenuhi kriteria pengambilan sampel selama periode penelitian 2018 – 2021 adalah sebanyak 28 perusahaan, maka total sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 112 sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan dalam penelitian ini, berikut adalah kriteria sampel dalam penelitian ini.

Tabel 1.1 Kriteria Pengambilan Sampel

NO	KRITERIA	JUMLAH
1.	Jumlah Perusahaan Sektor Barang Baku yang terdaftar di BEI selama Tahun 2018-2021	93
2.	Jumlah Perusahaan Sektor Barang Baku yang <i>delisting</i> dari BEI selama periode 2018-2021	(0)
3.	Jumlah Perusahaan Sektor Barang Baku yang mengalami kerugian selama periode 2018-2021	(22)
4.	Perusahaan yang tidak melaporkan <i>Annual report</i> dan <i>Sustainability report</i> secara lengkap	(43)
5.	Jumlah sampel perusahaan	28
6.	Total observasi selama periode penelitian (28 x 4)	112

Hasil dan Pembahasan

1. Statistik Deskriptif

Tabel 1.2 Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
ROA	112	0,00	0,15	0,0447	0,03315
CSR	112	0,04	0,62	0,1714	0,11915
CR	112	0,12	206,86	5,1198	19,57892
GOS	112	-0,38	1,27	0,1109	0,03315
Valid N (Listwise)	112				

Sumber: Output SPSS versi 25

Berdasarkan tabel 1.2 diatas, dapat diketahui jumlah objek yang diteliti (N) pada tahun 2018–2021 diperoleh sebanyak 112 data observasi yang berasal dari perkalian antara periode penelitian (empat tahun dari 2018 – 2021) dengan jumlah perusahaan sampel sebanyak 28 perusahaan yang terdaftar di BEI.

Adapun penjelasan dari tabel diatas adalah sebagai berikut:

1) Variabel Dependen

Dara tabel 1.2 di atas dapat dilihat rata-rata dari variabel dependen Profitabilitas Perusahaan yang dilambangkan dengan ROA adalah 0,0447 dengan nilai minimum sebesar 0,00 dan nilai maksimum sebesar 0,15. Nilai minimum pada ROA ini berasal dari perusahaan PT Kirana Megantara Tbk (KMTR) pada tahun 2018 sedangkan nilai maksimumnya berasal dari perusahaan PT Panca Budi Idaman Tbk (PDIB) pada tahun 2020. Nilai standar deviasi dari ROA adalah 0,03315. Standar deviasi lebih kecil dari pada rata-ratanya (*mean*), hal ini berarti penyebaran data atau variabel merata.

2) Variabel Independen

a. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Berdasarkan tabel 1.2 diatas rata-rata dari variabel independent *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah 0,1714 dengan nilai minimum sebesar 0,04 dan nilai maksimum sebesar 0,62. Nilai minimum pada CSR berasal dari perusahaan PT Indal Alumunium Industry Tbk (INAI) pada tahun 2018 dan 2019 yang sangat minim dalam pengungkapan CSR nya. Dari tahun 2018 sampai tahun 2019 perusahaan PT Indal Alumunium Industry Tbk (INAI) hanya mengungkapkan 3 indikator CSR dari 77 indikator. Sedangkan nilai maksimum pada CSR berasal dari perusahaan Vale Indonesia Tbk (INCO) pada tahun 2021 yang sejauh ini memiliki pengungkapan CSR yang cukup bagus dengan mengungkapkan 48 indikator dari 77 indikator CSR. Nilai standar deviasi dari CSR adalah sebesar 0,11915. Standar deviasi lebih kecil dari pada rata-ratanya (*mean*), hal ini berarti penyebaran data atau variabel merata.

b. Likuiditas

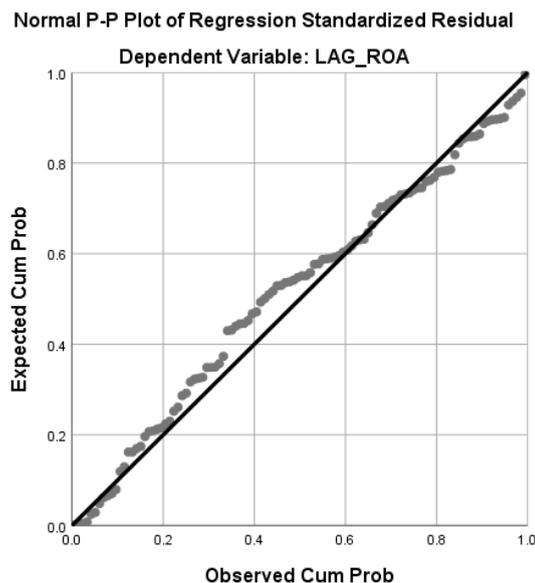
Pada tabel 1.2 variabel likuiditas yang diukur menggunakan *Current Ratio (CR)* memiliki nilai rata-rata sebesar 5,1198 dengan nilai minimum sebesar 0,12 dan nilai maksimum sebesar 206,86. Nilai minimum likuiditas berasal dari perusahaan PT Kedawang Setia Industrial Tbk (KDSI) pada tahun 2018 sedangkan nilai maksimum likuiditas berasal dari perusahaan PT Duta Pertiwi Nusantara Tbk (DPNS) pada tahun 2020. Nilai standar deviasi CR adalah sebesar 19,57892. Standar deviasi lebih tinggi dari pada nilai rata-ratanya, hal ini berarti penyebaran data atau variabel tidak merata.

c. Pertumbuhan Penjualan

Dalam penelitian ini pertumbuhan penjualan (*Growth of sales*) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,1109 dengan nilai minimum sebesar -0,38 dan nilai maksimum sebesar 1,27. Nilai minimum dimiliki oleh PT Alaska Industrindo Tbk (ALKA) pada tahun 2019 sedangkan nilai maksimum pertumbuhan penjualan dimiliki oleh Merdeka Copper Gold Tbk (MDKA) pada tahun 2018. Nilai standar deviasi pertumbuhan penjualan sebesar 0,26271. Standar deviasi pada pertumbuhan penjualan lebih tinggi dari pada nilai rata-ratanya, hal ini berarti penyebaran data atau variabel tidak merata.

2. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas



Gambar 1.1 Hasil Uji Normalitas *P-Plot*
(Sumber: Output SPSS versi 25)

Berdasarkan grafik *P-Plot* di atas dapat dilihat bahwa penyebaran data berada disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonalnya. Hal ini mengindikasikan bahwa data dalam penelitian ini

dapat terdistribusi secara normal. Agar lebih meyakinkan hasil uji normal ini, peneliti melakukan uji *statistic* terkait pengujian normalitas dengan menggunakan *One-Sample Kolmogrov-Smirnov* dan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1.3 Hasil Uji Normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		110
Normal Parameter ^{a,b}	Mean	0,0341
	Std. Deviation	0,84708
Most Extreme Differences	Absolute	0,068
	Positive	0,068
	Negative	-0,067
Kolmogrov-Smirnov Z		0,068
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200 ^c

Sumber: *Output SPSS* versi 25

Hasil ringkasan uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogorove-Smirnov Test* dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini terdistribusi secara normal ($0,200 > 0,05$). Maka, dapat disimpulkan bahwa metode regresi memenuhi asumsi normalitas sehingga pengujian dapat dilakukan.

2) Uji Multikolinearitas

Tabel 1.4 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	<i>Collinearity Statistic</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
LAG_CSR	0,990	1,010
LAG_CR	0,989	1,011
LAG_GOS	0,998	1,002

Sumber: *Output SPSS* versi 25

Dari tabel 1.4 dapat dilihat bahwa hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh *variable independent* memiliki nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai *VIF* < 10 . Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen dalam model regresi tidak terdapat masalah multikolinearitas dan layak digunakan dalam penelitian ini.

3) Uji Autokorelasi

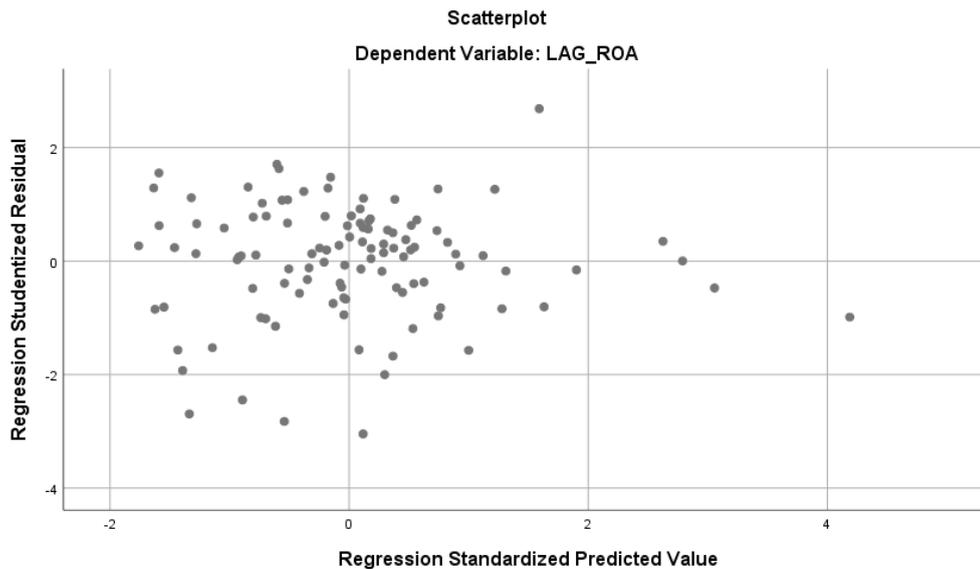
Tabel 1.5 Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,312 ^a	0,097	0,072	0,77012	2,094

Sumber: *Output SPSS* versi 25

Dari tabel 1.5 diatas, terlihat bahwa nilai *Durbin Watson* (DW) sebesar 2,094. Diketahui dengan $n=110$, dan jumlah variabel independen 3, maka nilai DL sebesar 1,6336, nilai DU sebesar 1,7455 dan nilai 4-DU 2,2545. Hal ini berarti nilai DW terletak diantara DU dan 4-DU yaitu $1,7455 < 2,094 < 2,2545$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari autokorelasi.

4) Uji Heterokedastisitas



Gambar 1.1 Heteroskedastisitas *Scatter Plot*
(Sumber: Output SPSS versi 25)

Dari grafik *scatter plot* di atas terlihat titik-titik menyebar secara acak dan berada di atas angka 0 maupun di bawah angka 0 sumbu Y. berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi profitabilitas perusahaan berdasarkan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR), Likuiditas, dan Pertumbuhan Penjualan.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1.6 Analisis Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1,740	0,277		-6,271	0,000
LAG_CSR	-0,291	0,140	-0,192	-2,071	0,041
LAG_CR	0,042	0,092	0,043	0,459	0,647
LAG_GOS	-1,319	0,484	-0,252	-2,726	0,008

Sumber: Output SPSS versi 25

Hasil pengujian persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta (α) sebesar -1,740 berarti jika semua variabel independen sama dengan nol, maka ROA s=bernilai -1,740.
- Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai koefisien sebesar -0,291. Hal ini menunjukkan apabila nilai *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengalami kenaikan, maka nilai ROA akan mengalami penurunan sebesar 0,291 dengan asumsi variabel lain bernilai nol.
- Likuiditas yang diukur dengan *Current Ratio* (CR) memiliki nilai koefisien 0,042. Hal ini menunjukkan apabila nilai *Current Ratio* (CR) mengalami kenaikan, maka nilai ROA akan mengalami kenaikan sebesar 0,042 dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.
- Pertumbuhan Penjualan yang memiliki nilai koefisien sebesar -1,319. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pertumbuhan penjualan mengalami peningkatan, maka nilai ROA akan mengalami penurunan sebesar 1,319 dengan asumsi variabel lain bernilai 0.

4. Pengujian Hipotesis

1) Uji *Goodness Of Fit* (Koefisien Determinasi)

Tabel 1.7 Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of the Estimate
1	0,312 ^a	0,097	0,072	0,77012

Sumber: Output SPSS versi 25

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa besaran koefisien determinasi *Adjusted R²* adalah sebesar 0,072. Artinya, besarnya persentase variasi variabel dependen (ROA) yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen (*Corporate Social Responsibility* (CSR), Likuiditas, dan Pertumbuhan Penjualan) adalah sebesar 7%. Sisanya sebesar 93%, dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

2) Uji T

Tabel 1.8 Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig	Keterangan
	B	Std. Error			
(Constant)	-1,740	0,277	-6,271	0,000	
LAG_CSR	-0,291	0,140	-2,071	0,041	Berpengaruh Signifikan (H1 Diterima)
LAG_CR	0,042	0,092	0,459	0,647	Tidak Berpengaruh Signifikan (H2 Ditolak)
LAG_GOS	-1,319	0,484	-2,726	0,008	Berpengaruh Signifikan (H3 Diterima)

Sumber: Output SPSS versi 25

Berdasarkan tabel hasil uji T diatas dapat kita ketahui bahwa:

1. Variabel X1 (*Corporate Social Responsibility* (CSR)) memiliki nilai t -2,071 dengan signifikansi sebesar 0,041 atau < 0,05 hal tersebut menunjukkan bahwa X1 (*Corporate Social Responsibility* (CSR)) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Sehingga dalam penelitian ini H1 diterima.
2. Variabel X2 (Likuiditas) memiliki nilai t 0,459 dengan signifikansi sebesar 0,647 atau > 0,05 hal tersebut menunjukkan bahwa X2 (Likuiditas) tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Sehingga dalam penelitian ini H2 ditolak
3. Variabel X3 (Pertumbuhan Penjualan) memiliki nilai t -2,726 dengan signifikansi sebesar 0,008 atau < 0,05 hal tersebut menunjukkan bahwa X3 (Pertumbuhan Penjualan) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Sehingga dalam penelitian ini H3 diterima.

3) Uji F

Tabel 1.9 Uji F

Model	Sum Of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	6,770	3	2,257	3,805	0,012 ^b
Residual	62,868	106	0,593		
Total	69,638	109			

Sumber: Output SPSS versi 25

Berdasarkan tabel 1.9 dapat dilihat nilai hitung (F) sebesar 3,805 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,012 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan berdasarkan hasil uji F dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen, yaitu ROA yang merupakan proksi dari profitabilitas perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan

Berdasarkan uji hipotesis dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Profitabilitas perusahaan. Karena pada uji t variabel X1 (*Corporate Social Responsibility* (CSR)) memiliki nilai t -2,071 dengan signifikansi sebesar 0,041 atau $< 0,05$. Dari hasil penelitian ini jika pengungkapan CSR meningkat maka profitabilitas perusahaan menurun. Hal ini dapat disebabkan karena pada saat pandemi *Covid-19* berlangsung pada tahun 2020 mengakibatkan penurunan margin keuntungan perusahaan, tetapi walaupun keadaan kinerja keuangan perusahaan tidak dalam kondisi baik, perusahaan tetap melakukan kegiatan CSR sebelum atau selama *Covid-19* sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan atas dampak yang dihasilkan dari operasional perusahaan dengan tujuan membantu mengurangi masalah sosial yang terjadi ditengah-tengah pandemi *Covid-19*. Selain itu, apabila dalam melakukan program CSR perusahaan mengalokasikan dana secara tidak tepat atau perusahaan melakukan investasi secara berlebihan, dana tersebut dikhawatirkan tidak dapat teralokasikan secara maksimal sehingga tidak dapat memberikan manfaat signifikan bagi perusahaan. Alokasi dana yang besar memang akan menghasilkan CSR yang semakin banyak dan beragam, namun dana yang besar juga tidak menjamin bahwa kegiatan CSR tersebut berkualitas. Oleh karena itu, dana CSR tersebut harus dikelola dengan sebaik-baiknya. Yang mana dengan adanya CSR perusahaan diharapkan dapat meningkatkan profit melalui peningkatan reputasi yang kemudian akan meningkatkan penjualan dan menarik investor untuk melakukan investasi.

Hasil penelitian ini tidak mendukung teori *stakeholders* yang menyatakan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan mengungkapkan CSR secara lebih luas, sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada *stakeholders*, dengan begitu kebutuhan informasi para *stakeholder* perusahaan dapat terpenuhi (Tista & Putri, 2020). Kesimpulan ini sejalan dengan Ahyani & Puspitasari, (2019) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Profitabilitas perusahaan yang diproksikan dengan ROA.

Pengaruh Likuiditas terhadap Profitabilitas Perusahaan

Berdasarkan pengujian likuiditas yang diproksikan dengan *current ratio* tidak memiliki pengaruh terhadap Profitabilitas perusahaan. Hasil pengujian menunjukkan nilai t sebesar 1,242 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,217 atau $> 0,05$. Berdasarkan hasil diatas dapat disimpulkan bahwa tinggi rendahnya likuiditas perusahaan tidak berpengaruh terhadap Profitabilitas perusahaan.

Hal ini tidak mendukung teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus untuk keuntungan saja tetapi juga berkontribusi positif dan bertanggung jawab terhadap *stakeholder*-nya. Dapat dilihat dari sisi teori, peningkatan profitabilitas sejalan dengan peningkatan likuiditas perusahaan, namun pada penelitian ini tingkat likuiditas tidak berpengaruh terhadap tingkat profitabilitas. Hal ini menjelaskan bahwa likuiditas yang tinggi belum tentu dapat meningkatkan laba perusahaan karena perusahaan menghabiskan sebagian besar uangnya untuk memenuhi kewajibannya, bukan investasi yang dapat menghasilkan keuntungan perusahaan. Namun, jika likuiditas rendah, dana tersebut dapat digunakan secara bebas untuk investasi, dan keuntungan (*profit*) perusahaan dapat dihasilkan. Selain itu, pada perusahaan sektor barang baku terjadi peningkatan likuiditas di tahun 2020, hal ini mencerminkan bahwa perusahaan memiliki strategi dalam mengatasi dampak yang ditimbulkan dari pandemi *Covid-19*. Saat terjadinya *Covid-19* risiko yang akan dialami perusahaan akan semakin tinggi, sehingga perusahaan mengambil langkah untuk menunda investasi dan lebih meningkatkan pemegangan kas (*cash holding*) untuk sementara waktu. Dengan dana yang cukup, perusahaan akan beroperasi secara optimal dan tidak akan mengalami kesulitan krisis keuangan di masa *Covid-19*. Akan tetapi, modal kerja yang berlebih justru menunjukkan adanya dana yang tidak produktif (menganggur). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dafa et al., (2022) yang menunjukkan hasil likuiditas yang diproksikan dengan *current ratio* tidak berpengaruh terhadap variabel dependen Profitabilitas perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Perusahaan

Pengujian variabel pertumbuhan penjualan didapatkan bahwa memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap Profitabilitas perusahaan. Hasil pengujian pada tabel 1.9 menunjukkan nilai t sebesar -2,981 dengan nilai signifikansi 0,004 atau $< 0,05$. Berdasarkan hasil di atas jika pertumbuhan penjualan semakin meningkat maka profitabilitas perusahaan menurun. Penelitian ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan bukan merupakan faktor utama yang dapat mempengaruhi profitabilitas karena pertumbuhan penjualan disertai dengan peningkatan biaya dan penambahan aktiva yang lebih besar, sehingga peningkatan profitabilitas yang diharapkan tidak tercapai. Hal ini juga dapat disebabkan oleh periode tahun penelitian yang dilakukan dalam masa *Covid-19* sehingga penjualan pada tahun berjalan lebih kecil dari tahun sebelumnya. Adanya penurunan penjualan pada tahun 2019 dan 2020 membuat pertumbuhan penjualan mendapat hasil yang negatif. Selain itu, selama *Covid-19* pemerintah melakukan kebijakan seperti penerapan *lockdown*, penutupan pusat pembelanjaan, pembatasan kegiatan ekspor impor, pemberhentian beberapa karyawan (PHK) yang menyebabkan perusahaan mengurangi produksi dan kegiatan penjualan. Dilihat dari sisi teori *stakeholder* menyatakan bahwa jika perusahaan mampu meraih dukungan dari para *stakeholder*-nya maka perusahaan akan meraih dukungan yang berkelanjutan, menikmati pertumbuhan pangsa pasar, meningkatkan penjualan, dan laba perusahaan sehingga pada teori ini semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan (Lako, 2011). Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini tidak mendukung teori *stakeholder* karena semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka semakin rendah profitabilitas perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Luciana et al., (2022) menemukan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Simpulan

Berdasarkan pengujian dan hasil penelitian yang telah dilakukan maka diperoleh hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh negatif terhadap profitabilitas perusahaan. Pengaruh yang negatif ini diakibatkan karena pada saat pandemi *Covid-19* berlangsung mengakibatkan penurunan margin keuntungan perusahaan, tetapi walaupun demikian perusahaan tetap melakukan kegiatan CSR sebelum atau sesudah *Covid-19* sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan atas dampak yang dihasilkan dari operasional perusahaan dengan tujuan membantu mengurangi masalah sosial yang terjadi ditengah-tengah *Covid-19*. Hasil likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Hal ini menjelaskan bahwa perusahaan memiliki strategi dalam mengatasi dampak yang ditimbulkan dari *Covid-19*, sehingga perusahaan mengambil langkah untuk menunda investasi dan lebih meningkatkan pemegangan kas (*cash holding*) untuk sementara waktu. Hasil pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh negatif terhadap profitabilitas perusahaan. Hal ini menunjukkan peningkatan pertumbuhan penjualan yang disertai dengan peningkatan biaya dan penambahan aktiva akan mengakibatkan profitabilitas perusahaan yang diharapkan tidak tercapai. Selain itu penurunan penjualan yang terjadi pada saat *Covid-19* dikarenakan pemerintah menerapkan kebijakan *lockdown*, penutupan pusat perbelanjaan, pemberhentian karyawan sehingga perusahaan mengurangi produksi dan kegiatan penjualan.

Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian di atas, maka guna keperluan penelitian selanjutnya, berikut beberapa saran yang bisa digunakan untuk penelitian selanjutnya:

1. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel penelitian lain yang diduga memiliki pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.
2. Disarankan menggunakan proksi profitabilitas perusahaan yang lain seperti *Return On Equity* (ROE), *Gross Profit Margin* (GPM), *Operating Profit Margin* (OPM), *Net Profit Margin* (NPM).
3. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk lebih menjelaskan kondisi sebelum dan sesudah *Covid-19*.
4. Disarankan untuk menguji sektor atau sub-sektor perusahaan lain untuk sampel yang lebih beragam dan hasil yang saling melengkapi.

Referensi

- Ahyani, R., & Puspitasari, W. (2019). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 6(2), 245–262. <https://doi.org/10.25105/jat.v6i2.5479>
- Andreas Lako. (2011). *Dekonstruksi Corporate Social Responsibility & Reformasi Bisnis & Akuntansi*. Jakarta: Erlangga
- Aisyiah, N., Darminto., & Husaini, A. (2013). Pengukuran Kinerja Keuangan Perusahaan Menggunakan Analisis Rasio Keuangan dan Metode Economic Value Added (EVA) (Studi Pada PT. Kalbe Farma Tbk yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2011). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 2(1), 108–117.
- Badar Al Rahman, S., & Suselo, D. (2022). Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, Dan Aktivitas Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial Available*, 1(46), 34–39.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Salemba Empat : Jakarta.
- Dafa, F., Pratama, G., & Susanto, B. (2022). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Likuiditas Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Memperoleh Sustainability Reporting Award (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di ASRRAT dan SRA Tahun 2015-2020). 885–905.
- Daft, R. . (2007). *Manajemen* (Edisi Keen). Salemba Empat : Jakarta.
- Freeman, R. E. 1984. Strategic Manajement: A Stakeholder Approach. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol 1 No 2,pp. 43-58.
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS Edisi 7* (Edisi 7). Universitas Diponegoro : Semarang.
- Gitman, L. (2006). *Principle of Managerial Finance (Eleventh)*. New Jersey: Pearson Education.Inc.
- Global report. (n.d.). *Global Reporting Initiative*. Retrieved June 29, 2022, from <https://www-globalreporting-org>
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). *Constructing a research database of social and environmental reporting by UK companies*. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol 8 No 2, Pp. 78.
- Hamdani. (2016). *Good Corporate Governance: Tinjauan Etika dalam Praktik Bisnis*. Mitra Wacana Media.
- Harisianto, R., & Sutjahyani, D. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Sektor Pertambangan dan Pertanian yang Terdaftar Di Bursa Efek Tahun 2012-2014). *JEA17: Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 2(02), 73–80. <https://doi.org/10.30996/jea17.v2i02.3169>
- Hery. (2015). *Pengantar Akuntansi*. Jakarta : Grasindo.
- Hilman., & Laturette, K. (2021). Analisis perbedaan kinerja perusahaan sebelum dan saat pandemi-19.
- Handoko, Yunus. (2014), Implementasi Social and Enviromental Disclosure dalam Perspektif Teoritis. *Jurnal JIBEKA*, Vol.8 No.2, 2014.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. (2002). *Standar Akuntansi Keuangan*. Salemba Empat : Jakarta.
- Imelda Hutabarat, M. (2022). Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(2), 199. <https://doi.org/10.24912/jmk.v1i2.5079>
- Kumalasari, D., Angelia, N., (2021). Pertumbuhan Penjualan dan Kinerja Keuangan Perusahaan: Peran Moderasi Pengawasan Komisaris Independen. *Business Accounting*.

- <https://publication.petra.ac.id/index.php/akuntansi-bisnis/article/view/11941>
- Kasmir. (2015). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Luciana, L., Jhoansyah, D., Danial, R. D. M., & Sukabumi, U. M. (2022). *Performance During Covid-19 Pandemic Analisis Risiko Bisnis , Ukuran Perusahaan , Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Kinerja Perusahaan Dimasa Pandemi Covid-19*. 3(July), 1497–1503.
- Mulyadi. (2007). *Sistem Perencanaan & Pengendalian Manajemen* (Edisi 3). Salemba Empat : Jakarta.
- Maulana, Atlas. 2019. Puluhan perusahaan sawit diduga tidak realisasikan CSR. <https://www.antaraneews.com/berita/799740/puluhan-perusahaan-sawit-diduga-tidak-realisasikan-csr>.
- Munawir. (2011). *Analisis Laporan Keuangan* (Edisi Keli). Yogyakarta : Liberty.
- Nugrahayu, & Retnani. (2015). Penerapan Metode Balanced Scorecard Sebagai Tolak Ukur Pengukuran Kinerja Perusahaan. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 4(10), 1–16.
- Rantika, D. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Likuiditas Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 41–59.
- Reswari, D. M. . (2019). *Mengetahui kinerja perusahaan dengan laporan laba rugi*.
- Sianturi, R., & Trisnawati, F. (2014). *Disclosure of the Effect of Corporate Social Responsibility To Corporate Financial Performance Against Registered Banking in Indonesia Stock Exchange Period 2013 To 2014* Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Riau*, 1–12.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta.
- Syamsuddin. (2009). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Tandelilin, E. (2016). *Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi* (Edisi Pert). Yogyakarta : Kanisius.
- Tsauri, S. (2014). Manajemen Kinerja Performance Management. In *STAIN Jember Press*.
- Tista, K.R.R., & Putri, I G. A. M. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi luas pengungkapan corporate social responsibility (CSR). *E-Jurnal Akuntansi*. Vol.30 No. 11.
- Untung, Budi. (2014). *Corporate Social Responsibility Dalam Dunia Bisnis*. (Pertama). CV Andi Offset : Yogyakarta.
- Widyaningrum, S., & Hendrawan, V. (2022). Pengaruh Rasio Likuiditas, Solvabilitas dan Aktivitas Terhadap Kinerja Keuangan Menggunakan Variabel Intervening CSR (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar di BEI periode 2014-2018).
- Yaparto, M., Frisko, D., Eriandani, R., & 2013. (2013). *Corporate Social Responsibility. Business Ethics: A European Review*, 1(1), 29–47. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8608.1992.tb00173.x>
- Yuniasih, N. W., & Wirakumusa. (2007). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmiah Perkusi*, 1(3), 298.
- Zanetty, V., & Efendi, D. (2021). Pengaruh Free Cash Flow , Likuiditas , dan Pertumbuhan Penjualan Perusahaan Food And Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi E-ISSN: 2460-0585*.