

PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Nicolas Ernesto¹

Hisar Pangaribuan²

Universitas Advent Indonesia

ABSTRACT. *The aim of this study is to find out how profitability effect Corporate Social Responsibility (CSR) with the target study is 40 banks in Indonesia during 2018-2019. Profitability is as an independent variable and Corporate Social Responsibility as dependent variable in the current research. The study is purposive sampling technique. The data used in this study is secondary data taken from www.idx.co.id. This research uses multiple linear regression analysis model. This study obtains results that prove that Net Profit Margin and Earning Per Share have no significant effect on Corporate Social Responsibility Disclosure. The analysis of the coefficient of determination shows the results of the adjusted R square value in the coefficient of determination test of 1.2%, where the remaining 98.8% is influenced by other variables. This shows that the independent variables in this study are not sufficiently influential on CSR disclosure because there are still many other variables that have a major influence on CSR disclosure.*

Keywords: net profit margin earning per share, information, social responsibility

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam dunia bisnis di era globalisasi, setiap perusahaan memiliki kewajiban untuk menjaga kepentingan masyarakat di sekitarnya, hal itu juga dikenal sebagai pertanggungjawaban sosial. Perusahaan dengan ukuran yang besar biasanya memiliki aktivitas yang semakin kompleks sehingga menimbulkan dampak kepada masyarakat dan pemegang saham, selain itu perusahaan akan mendapatkan perhatian yang lebih banyak dari publik dan tentunya akan menghadapi tekanan yang lebih besar untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya (Putra, 2011). *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh entitas bisnis dalam mengurangi resiko yang akan terjadi dan memaksimalkan usaha yang dilakukannya dalam mencapai tujuannya yaitu membangun ekonomi, sosial, dan lingkungan yang berlangsung secara terus menerus (Rachman, Efendi, & Wicaksana, 2011). (Wahyudi, 2008:35) CSR memiliki kewajiban untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, selain itu perusahaan juga wajib menjaga kualitas lingkungan sosial, fisik dan memberikan

dampak yang positif bagi kesejahteraan masyarakat di sekitar perusahaan. Setiap perusahaan memiliki tujuan untuk memaksimalkan labanya, oleh karena itu perusahaan perlu memperhatikan berbagai jenis aspek seperti aspek keuangan, sosial dan lingkungan. Perusahaan bertanggung jawab secara khusus kepada masalah yang berasal dari kegiatan operasional perusahaannya. Dengan adanya *Corporate Social Responsibility* perusahaan diharapkan akan memiliki kepercayaan publik yang meningkat terkait usaha yang dilakukan perusahaan untuk mensejahterakan lingkungan masyarakat disekitarnya. Perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan dengan baik akan mendapatkan dampak yang baik oleh masyarakat dan investor sehingga diharapkan terjadi peningkatan pada nilai perusahaan dan kenaikan harga saham (Saraswati dan Hadiprajitno, 2013).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan rasio yang menyatakan keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (Anggraini, 2006). Perusahaan dengan kondisi keuangan yang baik akan mendapat tekanan yang lebih besar dari pihak luar untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya. (Rindawati & Asyik, 2015; Purba & Yadnya, 2015; Setyono & Subadjo, 2014; Budiman, 2015) mengatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Peneliti berfokus untuk mengetahui pengaruh dari profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Pada penelitian ini rasio profitabilitas dinyatakan dengan NPM dan EPS yang mengungkapkan seberapa besarnya pengaruh dari *Corporate Social Responsibility* dalam menghasilkan laba dari total aktiva yang dimiliki suatu perusahaan. Penelitian mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia memiliki hasil yang beragam, hal itu menyebabkan peneliti tertarik untuk membahas topik ini lebih dalam. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 menyatakan bahwa perbankan adalah suatu badan usaha yang memiliki tugas untuk menyimpan dana masyarakat berbentuk simpanan dan menyalurkannya dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat luas. Perbankan merupakan suatu badan usaha yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari sehingga perusahaan perbankan memiliki pengaruh yang aktif dalam pengungkapan CSR.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah profitabilitas dapat memengaruhi Pengungkapan tanggung jawab sosial. Latar belakang pada penelitian ini memiliki gap yang terkait dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dimana konsep dasar dari pengungkapan CSR diharapkan memiliki hasil yang baik, tinggi dan memadai, tetapi penelitian ini menemukan fakta bahwa saat ini

pengungkapan CSR di beberapa negara atau di Indonesia ditemukan masih sangat rendah. Atas dasar gap tersebut studi ini memandang perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang pengungkapan CSR.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi teori dalam bentuk bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas secara simultan dan parsial terhadap pengungkapan tanggung jawab perusahaan, hasil penelitian ini juga diharapkan akan menambahkan pengetahuan, dan referensi bagi peneliti selanjutnya. Sedangkan kontribusi praktik dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan-masukan bagi perusahaan perbankan yang terdaftar di Indonesia mengenai pengungkapan tanggung jawab perusahaan agar menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan bagi pemilik perusahaan, manajer, regulator dan investor.

Penelitian ini fokus pada satu variabel independen yang memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab perusahaan yaitu profitabilitas. Berdasarkan pendahuluan dan beberapa penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan profitabilitas dan *corporate social responsibility* pada perusahaan perbankan Indonesia.

KAJIAN KEPUSTAKAAN

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan terhadap inovasi dan berkontribusi pada pengembangan dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. *Corporate Social Responsibility* memiliki arti yaitu suatu tanggung jawab yang dimiliki perusahaan dalam memperhatikan dan memberikan bantuan kepada lingkungan yang berada di sekitar perusahaannya. Menurut *World Business Council for Sustainable Development* CSR merupakan fungsi dari etika bisnis global yang berkelanjutan yang berkontribusi pada pembangunan ekonomi daerah dan masyarakat secara keseluruhan, serta peningkatan taraf hidup karyawan dan keluarganya secara keseluruhan. Menurut ISO 26000 tentang pedoman tanggung jawab social, CSR adalah tanggung jawab sosial atas dampak keputusan dan tindakan sosial dan lingkungan, sebagaimana ditetapkan dengan jelas dalam kerangka etika yang transparan dan konsisten dengan pengembangan kesejahteraan yang berkelanjutan, memperhitungkan harapan para pemangku kepentingan sesuai dengan hukum dan peraturan nasional yang ditetapkan dan integrasi dengan seluruh organisasi. Pemenuhan tanggung jawab sosial perusahaan dapat mempererat hubungan antara perusahaan dengan masyarakat, karena rencana tanggung jawab sosial perusahaan merupakan upaya nyata perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pemenuhan tanggung jawab sosial perusahaan berdampak pada masyarakat dengan

meningkatkan kualitas kesejahteraannya di bidang sosial, ekonomi, dan sosial Pendidikan dan lingkungan, seperti akses transportasi dan kesempatan kerja.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan analisis yang digunakan perusahaan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Menurut (Jorenza, 2015) menyatakan bahwa profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan memperoleh laba baik dari segi penjualan, total aset, dan saham. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan laba sehingga perusahaan dapat berbuat lebih banyak untuk menyenangkan pemilik dan karyawannya serta meningkatkan nilai produknya dan melakukan investasi. Oleh karena itu dalam praktiknya manajemen perusahaan harus dapat mencapai tujuan yang telah di tentukan yaitu mendapatkan keuntungan sesuai yang diharapkan (Indrawan et al., 2018). Hubungan antara performa keuangan perusahaan dan tanggung jawab sosial perusahaan dapat diukur dengan profitabilitas. Hal ini dikarenakan tanggung jawab sosial yang dibutuhkan perusahaan sama dengan kekuatan yang dibutuhkan untuk membuat bisnis yang menguntungkan. Semakin tinggi tingkat keuntungan suatu perusahaan, maka tanggung jawab sosial perusahaan semakin luas dan laba tersebut menjadi data sosial publik perusahaan (Sari, 2012).

Net Profit Margin (NPM)

Menurut Kasmir (2018:200), *Net Profit Margin* (NPM) adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan margin keuntungan atas penjualan. Untuk mengukur rasio ini dengan cara membandingkan laba bersih setelah pajak dan penjualan bersih. Di sisi lain, menurut (Hanafi dan Halim, 2016: 81), *Net Profit Margin* adalah menghitung sejauh mana suatu perusahaan mampu menghasilkan laba bersih untuk sejumlah penjualan tertentu. Hubungan ini ditemukan secara langsung dalam analisis skala tipikal dari laporan laba rugi (baris terakhir). Rasio ini dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk mengurangi biaya (ukuran efisiensi) dari perusahaan dalam periode waktu tertentu.

Earnings Per Shares (EPS)

Earnings per share (EPS) atau laba per saham adalah jenis pemegang saham yang mendapatkan keuntungan dari setiap saham yang dimilikinya. Laba per saham mewakili pengembalian yang diperoleh pemegang saham untuk setiap saham yang mereka miliki (Sutapa, 2018). Laba ini dibagi dengan jumlah saham yang dikeluarkan disebut laba per saham. (Velankar, 2017) Laba per saham banyak digunakan untuk menunjukkan kepada pemegang saham bagaimana kinerja perusahaan. Selain itu, laba

per saham merupakan sebagai dasar untuk menilai perusahaan dan menentukan harga pasar saham yang mana dalam hal ini berguna untuk perbandingan kinerja yang berarti antara perusahaan yang berbeda. Jika laba per saham naik, maka akan mendorong investor untuk berinvestasi dan hal ini tersebut juga akan mempengaruhi peningkatan permintaan saham dan menyebabkan kenaikan harga saham.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility

Perusahaan sebagai penerima keuntungan yang besar dalam pemanfaatan sumber daya, tetapi masyarakat memiliki dampak negatif secara langsung dan tidak langsung. Untuk mengatasinya, perusahaan harus bertanggung jawab atas segala dampak buruk yang mungkin terjadi. Perusahaan harus memberikan sebagian keuntungan yang diperolehnya untuk kesejahteraan masyarakat, memperbaiki kerusakan, dan memberi apa yang menjadi bagian pemangku kepentingan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan tanggung jawab sosial dan akan menjadi bagian dari kegiatan yang tidak biasa. Tanggung jawab sosial juga merupakan aktivitas yang timbul dari komitmen perusahaan kepada publik dan lingkungan.

Ketika laba perusahaan meningkat, perusahaan akan semakin antusias dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya (Rani, 2013). Perusahaan perlu memberikan informasi rinci tentang semua kegiatan yang telah dilakukan oleh perusahaan kepada pemegang saham (Sihombing & Pangaribuan, 2017). Salah satu informasi yang dibutuhkan untuk itu adalah informasi tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR). Profitabilitas tinggi perusahaan didasarkan pada keberhasilan kinerja yang baik, ketika kinerja perusahaan membaik dalam menghasilkan laba, maka perusahaan akan mendapatkan banyak perhatian publik. Perusahaan akan memperluas pengungkapan CSR-nya sehingga pemegang saham dapat merangkul keberadaan perusahaan dan mengamankan keberadaannya serta keuntungan besar di masa depan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rani (2013), Fryza (2013), dan Silfyanie (2016), dan menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Pada teori dan temuan yang disajikan, asumsi yang dibuat dalam penelitian ini adalah:

- H₁: Net Profit Margin berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility
- H₂: Earnings Per Share berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif, dengan pengumpulan data berbasis waktu dari laporan tahunan perusahaan. Data ini diproses, dianalisis, dan tersedia untuk umum. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan perbankan Indonesia periode 2018-2019. Subjek penelitian ini berasal dari total 40 perusahaan perbankan di Indonesia yang didapat dari bursa efek antara tahun 2018-2019. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan laporan tahunan perusahaan perbankan yang diunduh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan menggunakan laporan keuangan perusahaan perbankan Indonesia yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) sepanjang periode 2018-2019 yang memberikan laporan keuangan secara komprehensif. Total ukuran sampel penelitian ini mencapai 80 (40 perusahaan perbankan di Indonesia). Terdapat dua variabel yang diamati yaitu profitabilitas dan *corporate social responsibility* (CSR). Penelitian ini menggunakan indikator tanggung jawab sosial dari 79 items yang berasal dari laporan tahunan perusahaan. *Net Profit Margin* membandingkan antara pendapatan bersih dengan laba bersih setelah pajak, sedangkan *Earning Per Share* (EPS) membandingkan antara laba bersih setelah pajak dengan saham beredar.

Tabel 1. Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Skala
Pengungkapan Corporate Social Responsibility <i>Sumber : (GRI 3.0)</i>	$CSR = \frac{\text{jumlah item yang diungkapkan}}{79 \text{ items}}$	Rasio
NPM <i>Sumber : (Kasmir, 2018:200)</i>	$NPM = \frac{\text{Laba bersih sesudah pajak}}{\text{Penjualan}}$	Rasio
EPS <i>Sumber : (Sutapa, 2018)</i>	$EPS = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$	Rasio

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Data yang dijelaskan dalam tabel menunjukkan bahwa data survei terdiri dari 80 observasi untuk setiap variabel. Data tersebut juga menunjukkan bahwa variabilitas data survei sangat baik. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis data. Analisis ini dilakukan dengan memeriksa nilai maksimum, minimum, mean, dan standar deviasi (Imam Ghazali, 2014).

Tabel 2. Descriptive Statistics

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
CSR(Y)	80	,028	,709	,37133	,132345
DAR(X1)	80	,052	,987	,80405	,138468
DER(X2)	80	,344	13,735	5,71631	2,837996
Valid (listwise)	N 80				

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat nilai minimum, maximum, mean, dan standard deviasi dari dua variabel yaitu profitabilitas dan pengungkapan Corporate Social Responsibility, bahwa jumlah data yang digunakan berjumlah 80 data dan diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan perbankan tahun 2018-2019. Statistik deskriptif menggambarkan bahwa CSR memiliki nilai minimum 0,279, nilai maksimum, 0,7089, nilai rata-rata 0,371292 dengan standar deviasi 0,1323872. CSR adalah tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Hasil data dalam penelitian ini ditemukan perusahaan perbankan yang memiliki CSR mendekati satu artinya, perbankan melakukan tanggung jawabnya kepada sosial dan lingkungannya.

Variabel profitabilitas yang diukur menggunakan NPM memiliki nilai minimum -2,31, nilai maksimum 0,46, nilai rata-rata 0,565 dengan standar deviasi 0,31176. Selanjutnya variabel profitabilitas yang diukur menggunakan EPS memiliki nilai minimum, -255,99, nilai maksimum 0,46, nilai rata-rata 119,5531 dengan standar deviasi 237,14080.

Uji Kelayakan Data

Uji asumsi klasik terlebih dahulu dilakukan untuk mengetahui apakah data panel dalam penelitian ini layak digunakan. Dengan demikian, uji asumsi klasik penelitian ini meliputi uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Hasil dari uji multikolinearitas membuktikan bahwa nilai variance inflation factor (VIF) profitabilitas sebesar 1,181 atau < 10 dan Tolerance 0,847 $> 0,100$ menunjukkan data yang digunakan dalam penelitian ini tidak memiliki masalah multikolinearitas. Hasil uji heteroskedastisitas ditunjukkan nilai signifikansi NPM 0,376 dan EPS 0,420 atau $> 0,05$ maka data tersebut bebas dari masalah heteroskedastisitas. Hasil pengujian autokorelasi juga menunjukkan uji durbin watson nilai d sebesar 1,039. Data berjumlah

80 dan variabel independen sebanyak 2. Diperoleh nilai dU sebesar 1,6882, karena nilai d 1,039 lebih kecil dari nilai dU 1,6882 dan 4-dU 2,3118 secara sederhana dituliskan $1,039 < 1,6882 < 2,3118$ sehingga menunjukkan bahwa data terdapat autokorelasi.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Korelasi

Tabel 3. Correlations

		CSR (Y)	NPM (X1)	EPS (X2)
Pearson Correlation	CSR (Y)	1,000	-,071	,057
	NPM (X1)	-,071	1,000	,391
	EPS (X2)	,057	,391	1,000

Sumber: Data diolah (2021)

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi untuk penelitian ini mencapai -0,071 untuk NPM terhadap CSR. Artinya hubungan antara NPM dengan pengungkapan CSR sangat rendah dan tergolong negatif. Tanda negatif pada tabel diatas menunjukkan bahwa peningkatan NPM tidak sejalan dengan pengungkapan CSR perusahaan di sektor perbankan Indonesia pada periode 2018-2019. Sedangkan EPS dengan pengungkapan CSR mencapai 0,057 menunjukkan bahwa peningkatan laba per saham sejalan dengan pengungkapan CSR.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4. Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,116 ^a	,013	,012		,1331926	1,039

Sumber: Data diolah (2021)

a. Predictors: (Constant), EPS (X2), NPM (X1)

b. Dependent Variable: CSR (Y)

Uji Signifikan t

Tabel 5. Coefficients^a

Model	Unstd Coeff	Std		t	Sig.	Collinearity Statistics
		B	Std. Error			
1 (Constant)	,367	,017		21,992	,000	
NPM (X1)	-,047	,052	-,110	-,891	,376	,847
EPS (X2)	5,562E-5	,000	,100	,810	,420	,847

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji signifikan t diperoleh hasil: Variabel profitabilitas yang menggunakan NPM memiliki koefisien sebesar $0,376 > 0,05$ artinya NPM tidak terdapat pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Variabel profitabilitas yang menggunakan EPS memiliki koefisien sebesar $0,420 > 0,05$ artinya EPS tidak terdapat pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Uji signifikan F

Tabel 6. ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,019	2	,009	,523	,595 ^b
	Residual	1,366	77	,018		
	Total	1,385	79			

Sumber: Data diolah (2021)

a. Dependent Variable: CSR (Y)

b. Predictors: (Constant), EPS (X2), NPM (X1)

Uji Anova digunakan untuk menguji pengaruh variabel profitabilitas terhadap pengungkapan CSR. Tabel menunjukkan bahwa F-number hitung adalah 0,523 tingkat signifikansi 0,05, dan nilai signifikansi 0,595 dan dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Hasil Persamaan Regresi

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS, maka hasil analisis regresi linier berganda variabel penelitian adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,367 - 0,047X_1 + 0,000055X_2 + e$$

Persamaan regresi tersebut menunjukkan beberapa hal, antar lain:

- a. Jika semua koefisien variabel independen adalah nol, nilai CSR adalah: 0,367 Nilai konstanta menunjukkan nilai positif sebesar 0,367 hal ini mengungkapkan bahwa nilai Corporate social responsibility (CSR) adalah 0,308 ketika tidak ada pengaruh variabel NPM EPS.
- b. Nilai dari Net Profit Margin (NPM) sebesar -0,047, hal ini menunjukkan bahwa peningkatan satu unit pada NPM mengurangi pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) perusahaan menjadi 0,047
- c. Nilai dari Earning per Share (EPS) sebesar 0,000055, hal ini menunjukkan bahwa peningkatan satu unit pada EPS meningkatkan pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) sebesar 0,000055

PEMBAHASAN

Pengaruh Net Profit Margin terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.

Menurut hasil survei, NPM tidak akan berdampak signifikan terhadap pengungkapan CSR di perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI dari tahun 2018-2019, karena nilai t hitung lebih kecil dari tabel. Oleh karena itu, laba perusahaan yang tinggi tidak serta merta mempengaruhi pengungkapan CSR perusahaan. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil (Yulianti, 2017) yang menunjukkan bahwa NPM tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasil survei ini sesuai dengan teori bahwa perusahaan tidak mengungkapkan CSR sebanyak mungkin hanya karena laba bersih perusahaan tinggi (Nadhifah dan Agustina, 2019).

Pengaruh Earning per Share terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Earnings per share (EPS) menunjukkan tidak berdampak signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility perusahaan. Hasil ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Gray et al (2001) dan Samy et al (2010). Semakin tinggi laba per saham perusahaan, semakin luas pengungkapan CSR-nya. Pengembalian yang tinggi dari saham menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil memaksimalkan kepentingan pemegang sahamnya, dan menurut teori pemangku kepentingan, ini adalah bentuk upaya perusahaan untuk melayani kepentingan pemegang saham. Pemegang saham juga mendorong perusahaan untuk lebih memperhatikan pemangku kepentingan lainnya.

KESIMPULAN

Dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa profitabilitas yang diukur dengan NPM dan EPS tidak mempengaruhi pengungkapan Corporate Social Responsibility perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI dari tahun 2018-2019. Data sekunder penelitian ini tidak dapat secara gamblang membuktikan pengaruh rasio profitabilitas dalam mempengaruhi pengungkapan CSR, untuk itu penelitian selanjutnya harus dapat mengeksplorasi topik studi lebih luas dan mengembangkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR, atau dengan menggunakan data primer atau metode lain dalam pembuktiannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardimas, W., & Wardoyo. (2014). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Go Public Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 18, 57-66.
- Aruan, D. A., Veronica, Liandy, C., & Fanny. (2021). Pengaruh Kepemilikan Publik, NPM, Pertumbuhan Perusahaan, dan Solvabilitas terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Akuntansi*. doi:<https://doi.org/10.33395/owner.v5i2.455>
- Cheng, M., & Christiawan, Y. J. (2011, Mei). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Abnormal Return. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 13, 24-36.
- Dutriananda, I. D., & Pangaribuan, H. (2020). Pengungkapan Informasi Modal Intelektual, Nilai Perusahaan dan Harga Saham. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 179-191. doi:<https://doi.org/10.21107/infestasi.v16i2.8971>
- Gunawan, J. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Corporate Governance Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi*, 425-436.
- Hendrayani, E., Hurnis, D., Fitria, Putri, A., & Sari, R. N. (2021). Analisis Peran Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ekonomi*. doi:<https://doi.org/10.47896/je.v24i1.334>
- Indiyani, A. D., & Yuliandhari, W. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi*, 6 No. 1. doi:<https://doi.org/10.33197/jabe.vol6.iss1.2020.46>

- Indrawan, V., Agoes, S., Pangaribuan, H., & Popoola, O. M. J. (2018). The Impact of Audit Committee, Firm Size, Profitability, and Leverage on Income Smoothing. *Indian-Pacific Journal of Accounting and Finance*, 2(1), 61–74. <https://doi.org/10.52962/ipjaf.2018.2.1.42>
- Juliani, I., Laela, S. N., & Masitoh, E. (2018). Earning Per Share, Price Earning Ratio, Price Book Value, Net Profit Margin, Total Asset Turnover, dan Harga Saham. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*. doi:10.29407/jae.v6i2.14069
- Minanari. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Manajemen Laba dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2016). *Universitas Mercu Buana*.
- MS, I., Sampeallo, Y. G., & Rahmawati, F. N. (2020). Pengaruh Profitabilitas Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Eksis*.
- Putri, E., & Baridwan, Z. (2020). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada Tahun 2010-2012. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2). Retrieved from <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1061>
- Rachman, H. A., & Nopiyanti, A. (2015, Juli-Desember). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Penelitian Fakultas Ekonomi UPN Veteran*, 18.
- Ramdhanigsih, A., & Utama, I. K. (2013). Pengaruh Indikator Good Corporate Governance dan Profitabilitas Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Journal Akuntansi Universitas Udayana*.
- Sihombing J., & Pangaribuan H. (2017). Corporate Governance Structure Disclosure and Information Asymmetry in Indonesian Banking Industry. *Jurnal Akuntansi*, vol. XXI, no. 2, pp. 156-169
- Utama, A. S. (2018, Mei). Implementasi Corporate Social Responsibility PT Riau Andalan Pulp and Paper Terhadap Masyarakat Di Kabupaten Pelalawan. *Jurnal Selat*, 5. Retrieved from <http://ojs.umrah.ac.id/index.php/selat>
- Vivian, Wijaya, Y., Charlic, F., Winnie, Devi, & Rahmi, N. U. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Corporate Social Responsibility Pada

Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2014-2018. *Jurnal Ilmiah MEA*.

Vonna, S. M., & Rahmazaniati, L. (2018). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Serta Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Termasuk Dalam Indeks Sri-Kehati Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Media Riset Akuntansi dan Bisnis*, 2(1). doi:<https://doi.org/10.35308/akbis.v2i1.543>

Wilangga, I. D., Saebani, A., & Wijayanti, A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.

Wulandari, S., & Zulhaimi, H. (2017). Pengaruh Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur dan Jasa yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *JURNAL RISET AKUNTANSI DAN KEUANGAN*, 5(2). doi:<https://doi.org/10.17509/jrak.v5i2.8515>

Zulhaimi, H. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Dan Jasa Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 5(2). doi:<https://doi.org/10.17509/jrak.v5i2.8515>