

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini secara umum adalah seluruh perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang mempublikasikan laporan tahunan (*annual report*), perusahaan yang tidak *Delisting* dan mengungkapkan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan selama tiga tahun berturut-turut yaitu tahun 2016-2018. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018 yang berjumlah 46 perusahaan. Pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel dengan menyesuaikan kriteria yang telah ditentukan, penarikan jumlah sampel dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Kriteria Pengambilan Sampel Penelitian

NO	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, idx.co.id periode 2016-2018.	46
2	Perusahaan yang keluar (<i>Delisting</i>) dari Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2018	(12)
3	Perusahaan pertambangan tidak yang mengungkapkan <i>Corpotare Social Responsibility</i> di dalam <i>annual report</i>	(2)
JUMLAH		32

Sumber: Bursa Efek Indonesia, 2019

4.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan uji regresi dan pengujian hipotesis dengan uji t terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian ini juga dimaksudkan untuk memastikan bahwa di dalam model regresi yang digunakan tidak terdapat multikolonieritas dan

heteroskedastisitas serta untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan berdistribusi normal (Ghozali, 2009).

4.2.1 Uji Multikolenieritas

Uji Multikolenieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan korelasi antara variabel bebas (variabel independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2009). Uji Multikolenieritas diterapkan untuk analisis regresi yang memiliki dua atau lebih variabel independen. Kemudian akan diukur tingkat keeratan hubungan antar variabel independen melalui besaran koefisien korelasi (r). Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolenieritas dengan melihat tolerance apabila nilai VIF kurang dari 10 dan tolerance lebih dari 0,10 maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolenieritas (Ghozali, 2009).

Tabel 4.2**Hasil Uji Multikoneritas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	,174	,010		17,441	,000		
ROA	,102	,067	,144	1,521	,132	,876	1,141
ROE	-,006	,005	-,122	-1,369	,174	,983	1,017
ROS	,024	,006	,396	4,322	,000	,934	1,070
EPS	,000	,000	,260	2,867	,005	,956	1,046
RS	,000	,006	-,006	-,063	,950	,971	1,030

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa nilai tolerance pada variabel tidak lebih dari 0,10 atau $< 0,10$ karena nilai tolerance $< 0,10$ yang artinya tidak terjadi gejala multikolinearitas pada data. Jika dilihat dari nilai VIF pada variabel memiliki nilai VIF tidak lebih dari 10,00 atau $< 10,00$ maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi gejala multikolenieritas pada data. Sehingga tidak terjadi kolerasi antar variabel independen maka model regresi memenuhi asumsi multikolinearitas.

4.2.2 Uji Normalitas

Menurut (Ghozali (2009) menyebutkan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan model Kolmogorov Smirnov dengan alfa pengujian 0,05. Kriteria pengujian adalah menerima hipotesis nol apabila *p-value* pengujian Kolmogorov Smirnov lebih besar daripada 0,05 atau $> 0,05$.

Tabel 4.3

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,08186643
Most Extreme Differences	Absolute	,071
	Positive	,071
	Negative	-,041
Test Statistic		,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

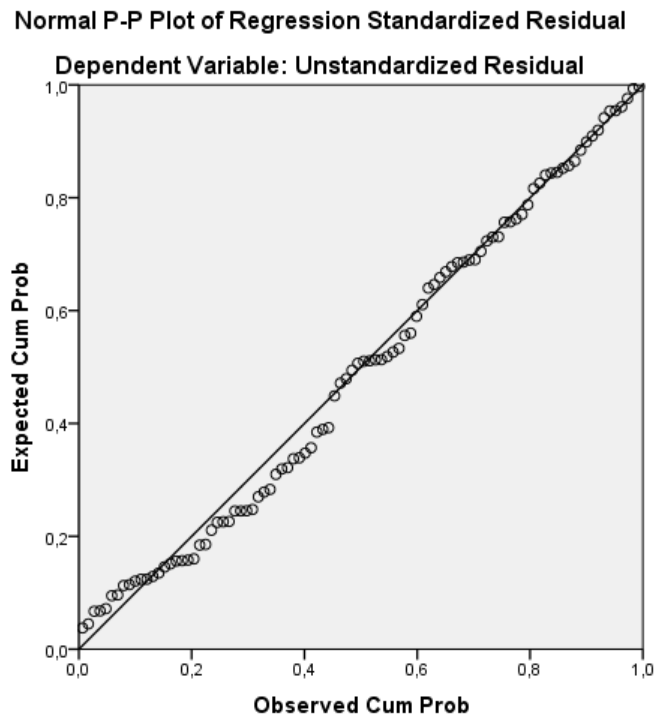
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 22

Berdasarkan hasil uji normalitas nilai signifikansi $0.200 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Uji Normalitas dengan grafik Probability dan P-Plott peneliti ingin mengetahui apakah ada perbedaan hasil apabila menggunakan uji normalitas dengan grafik histogram dan P-Plott. Uji ini digunakan Untuk menguji apakah model regresi berdistribusi normal dapat dilihat dari grafik Probability Plot (P-Plot). Uji normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2011a). Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- a. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan titik mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan grafik Probability Plot (P-Plot) menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis maka model regresi memenuhi asumsi normal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

4.2.3 Uji Autokolerasi

Uji autokorelasi data dilakukan dengan menggunakan model Durbin Watson dengan alfa pengujian 0,05. Kriteria pengujian adalah menerima hipotesis nol apabila *p-value* pengujian Durbin Watson lebih besar daripada 0.05.

Tabel 4.4
Hasil Uji Autokolerasi

	R	R Square	Adjust R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
ROA	0,278	0,077	0,067	0,13215197	1,561
ROE	0,079	0,006	-0,004	1,92953692	2,004
ROS	0,427	0,182	0,173	1,45842938	1,607
EPS	0,296	0,087	0,078	63,48246095	0,888
RS	0,070	0,005	-0,006	1,43722424	2,109

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.4 diatas hasil uji autokorelasi dapat diketahui bahwa hasil yang diperoleh nilai Durbin Watson ROA = 1,561, ROE = 2,004, ROS = 1,607, EPS = 0,888 dan RS = 2,109. Nilai tersebut lebih besar dari alfa 0,05 atau $> 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol diterima yang artinya tidak terdapat masalah autokorelasi.

4.3 Uji Hipotesis - Regresi

4.3.1 Uji Pengujian Secara Parsial (uji t)

Untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan dan *return* saham dengan menggunakan regresi linear sederhana. Uji

hipotesis yang diterapkan dalam penelitian ini merupakan uji regresi parsial atau uji t. Uji t bertujuan untuk mengukur apakah suatu variabel independen pada suatu model penelitian memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil analisis dari regresi sederhana terhadap variabel kinerja yang diukur dengan ROA, ROE, ROS, EPS dan RS (*Return Saham*). Uji t diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana dengan ROA

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,013	,030		-,451	,653
CSR	,390	,139	,278	2,802	,006

a. Dependent Variable: ROA

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 22

Berdasarkan hasil analisis tabel 4.5 diatas maka menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,013 + 0,390 \text{ CSR}$$

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa nilai konstansta mempunyai nilai sebesar -0,013 artinya jika *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam keadaan tetap atau bernilai nol (0) maka nilai *Return On Asset* (ROA) sebesar -0,013. Koefisien regresi untuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar

0,390 artinya jika CSR naik sebesar 1 atau mengalami penambahan 1% maka akan meningkatkan *Return On Asset* (ROA) sebesar 39% atau 0,390.

Berdasarkan persamaan regresi diatas dengan mengukur pengaruh variabel Independen yaitu *Corporate Social Responsibility* terhadap variabel dependen yaitu ROA, dapat dilihat tingkat signifikansi dan arah tanda. Nilai t hitung 2,802 lebih besar dari pada t tabel yaitu sebesar 1,660. Dan dapat dilihat nilai signifikansinya $0,006 < 0,05$. Hal tersebut menggambarkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap ROA. Sehingga dapat dijelaskan bahwa H1 yang menyatakan CSR berpengaruh positif terhadap ROA diterima.

Tabel 4.6

Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana dengan ROE

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,617	,431		1,430	,156
CSR	-1,562	2,031	-,079	-,769	,444

a. Dependent Variable: ROE

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 22

Berdasarkan hasil analisis tabel 4.6 diatas maka menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,617 - 1,562 \text{ CSR}$$

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa nilai konstansta mempunyai nilai sebesar 0,617 artinya jika *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam keadaan tetap atau bernilai nol (0) maka nilai *Return On Equity* (ROE) sebesar - 61,7% atau 0,617. Koefisien regresi untuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar -1,562 artinya jika CSR naik sebesar 1 atau mengalami penambahan 1% maka akan meningkatkan *Return On Equity* (ROE) sebesar - 1,562.

Berdasarkan persamaan regresi diatas dengan mengukur pengaruh variabel Independen yaitu *Corporate Social Responsibility* terhadap variabel dependen yaitu ROE, dapat dilihat tingkat signifikansi dan arah tanda. Nilai t hitung sebesar -0,769 lebih kecil dari pada nilai t tabel yaitu 1,660. Dan dapat dilihat nilai signifikansinya $0,444 > 0,05$. Hal tersebut menggambarkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE. Sehingga dapat dijelaskan bahwa H2 yang menyatakan CSR berpengaruh positif terhadap ROE ditolak.

Tabel 4.7

Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana dengan ROS

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,136	,326		-3,485	,001
CSR	7,017	1,535	,427	4,572	,000

a. Dependent Variable: ROS

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 22

Berdasarkan hasil analisis tabel 4.7 diatas maka menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -1,136 + 7,017 \text{ CSR}$$

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa nilai konstansta mempunyai nilai sebesar -1,136 artinya jika *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam keadaan tetap atau bernilai nol (0) maka nilai *Return On Sales* (ROS) sebesar -1,136. Koefisien regresi untuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 7,017 artinya jika CSR naik sebesar 1 atau mengalami penambahan 1% maka akan meningkatkan *Return On Sales* (ROS) sebesar 7,017.

Berdasarkan persamaan regresi diatas dengan mengukur pengaruh variabel Independen yaitu *Corporate Social Responsibility* terhadap variabel dependen yaitu ROS, dapat dilihat tingkat signifikansi dan arah tanda. Nilai t hitung sebesar 4,572 lebih besar dari t tabel yaitu 1,660. Dan dapat dilihat nilai

signifikansinya $0,000 < 0,05$. Hal tersebut menggambarkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap ROS. Sehingga dapat dijelaskan bahwa H3 yang menyatakan CSR berpengaruh positif terhadap ROS diterima.

Tabel 4.8

Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana dengan EPS

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-22,119	14,183		-1,560	,122
CSR	200,569	66,810	,296	3,002	,003

a. Dependent Variable: EPS

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 22

Berdasarkan hasil analisis tabel 4.8 diatas maka menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -22,119 + 200,569 \text{ CSR}$$

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa nilai konstansta mempunyai nilai sebesar -22,119 artinya jika *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam keadaan tetap atau bernilai nol (0) maka nilai *Earning Per Share* (EPS) sebesar -22,119. Koefisien regresi untuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 200,569 artinya jika CSR naik sebesar 1 atau mengalami penambahan 1% maka akan meningkatkan *Earning Per Share* (EPS) sebesar 200,569.

Berdasarkan persamaan regresi diatas dengan mengukur pengaruh variabel

Independen yaitu *Corporate Social Responsibility* terhadap variabel dependen yaitu EPS, dapat dilihat tingkat signifikansi dan arah tanda. Nilai t hitung sebesar 3,002 lebih besar dari t tabel yaitu 1,660. Dan dapat dilihat nilai signifikansinya $0,003 < 0,05$. Hal tersebut menggambarkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap EPS. Hal tersebut menjelaskan bahwa H4 yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap EPS diterima.

Tabel 4.9

Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana dengan *Return Saham*

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,389	,321		1,212	,229
CSR	1,027	1,513	,070	,679	,499

a. Dependent Variable: RS

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 22

Berdasarkan hasil analisis tabel 4.9 diatas maka menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,389 + 1,027 \text{ CSR}$$

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa nilai konstansta mempunyai nilai sebesar 0,389 artinya jika *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam keadaan tetap atau bernilai nol (0) maka nilai *Return Saham* (RS) sebesar 0,389. Koefisien regresi untuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar

1,027 artinya jika CSR naik sebesar 1 atau mengalami penambahan 1% maka akan meningkatkan *Return Saham (RS)* sebesar 1,027.

Berdasarkan persamaan regresi diatas dengan mengukur pengaruh variabel Independen yaitu *Corporate Social Responsibility* terhadap variabel dependen yaitu EPS, dapat dilihat tingkat signifikansi dan arah tanda. Nilai t hitung sebesar 0,679 lebih kecil dari pada t tabel yaitu 1,660. Dan dapat dilihat nilai signifikansinya $0,499 > 0,05$. Hal tersebut menggambarkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* saham. Hal tersebut menjelaskan bahwa H5 yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap *return* saham ditolak.

4.4 Pembahasan Hasil Analisa Regresi

4.4.1 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return On Asset (ROA)*

Setelah melakukan pengujian diatas mendapatkan hasil bahwa secara parsial antara variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap *return on asset (ROA)* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2016-2018 mempunyai hubungan yang positif dan signifikan, H1 diterima hal ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi indeks pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, maka berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pengembalian aktiva untuk aktifitas operasi perusahaan atau *return on asset (ROA)* yang diperoleh

perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan Candrayanthi dan Saputra (2013) yang mendapatkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap ROA perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Yaparto, K, dan Eriandi (2013) mendapatkan hasil yang berbeda yaitu menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap ROA.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menggambarkan perilaku yang bertanggung jawab dari perusahaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan yang melaksanakan atau mengungkapkan CSR akan mendapat banyak keuntungan seperti kesetiaan pelanggan dan kepercayaan dari kreditor dan investor. Hal ini akan memicu keuangan perusahaan menjadi lebih baik sehingga laba perusahaan meningkat dan akan diikuti oleh kenaikan ROA perusahaan di tahun berikutnya.

4.4.2 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return On Equity* (ROE)

Setelah melakukan pengujian diatas mendapatkan hasil bahwa secara parsial antara variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh positif terhadap *return on equity* (ROE) pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2016-2018 hal tersebut berarti bahwa H2 ditolak dan menggambarkan bahwa pengungkapan CSR tidak

berpengaruh terhadap ROE pada perusahaan.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yaparto, K, dan Eriandi (2013) yang mendapatkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh positif terhadap *Return On Equity* (ROE). Namun penelitian yang dilakukan Candrayanthi dan Saputra (2013) mendapatkan hasil yang berbeda yaitu *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap ROE.

Hal tersebut dapat disebabkan karena kebanyakan investor yang akan berinvestasi pada perusahaan pertambangan tidak memiliki persepsi yang tinggi terhadap pengungkapan CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan. Implementasi serta pengungkapan CSR dianggap hanya untuk kegiatan promosi agar investor tertarik. Oleh karena itu perusahaan akan cenderung mengungkapkan hal yang baik dan menutupi hal yang tidak baik dalam perusahaan. Dengan demikian, dapat mengurangi perhatian atau ketertarikan investor untuk menanamkan modal kepada perusahaan dan membuat investor lebih memilih untuk mendapatkan informasi tentang indikator ekonomi kinerja perusahaan dari pihak ketiga dan informasi dari pemerintah daripada melihat dari sisi *corporate social responsibility*.

4.4.3 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return On Sales* (ROS)

Setelah melakukan pengujian diatas mendapatkan hasil bahwa secara parsial antara variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap ROS perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2016-2018, hal tersebut berarti bahwa H3 diterima dan menggambarkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap EPS pada perusahaan.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Priyanka (2013) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* pengaruh positif dan signifikan terhadap *Net Profit Margin* (NPM). Namun penelitian yang dilakukan Halimah (2013) mendapatkan hasil yang berbeda yaitu *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap NPM. Dengan adanya CSR pada suatu perusahaan akan menarik stackholder hususnya bagi para investor untuk menanam modalnya pada perusahaan tersebut, selain itu perusahaan yang mengungkapkan CSR juga dapat meningkatkan citra perusahaan dimata stakeholder. Dengan demikian apabila perusahaan memiliki citra yang baik maka masyarakat juga setia untuk membeli produknya sehingga perusahaan dapat meningkatkan penghasilan perusahaan. Sehingga kegiatan CSR dapat menarik perhatian para stackholder khususnya masyarakat sekitar untuk tertarik dalam pembelian produknya. Oleh karenanya, laba penjualan mengalami peningkatan dan akan diikuti oleh kenaikan ROS.

4.4.4 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Earning Per Share* (EPS)

Setelah melakukan pengujian diatas mendapatkan hasil bahwa secara parsial antara variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap EPS perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2016-2018, hal tersebut berarti bahwa H4 diterima dan menggambarkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap EPS pada perusahaan.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Purwaningsih (2014) dengan hasil penelitian *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *earning per share*. Namun penelitian yang dilakukan Yparto, K, dan Eriandi (2013) mendapatkan hasil yang berbeda yaitu *Corporate Social Responsibility* tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap EPS. Suatu perusahaan dikatakan baik atau memiliki citra baik apabila perusahaan memiliki *corporate social responsibility* yang baik. Apabila CSR suatu perusahaan baik maka secara otomatis akan menarik para investor untuk menanam saham diperusahaan tersebut sehingga dapat meningkatkan harga saham. Pada umumnya manajemen perusahaan, investor, dan calon investor sangat tertarik akan *earning per share*. Semakin tinggi *Earning per share* maka semakin besar peluang bagi para investor untuk mendapatkan keuntungan dari setiap lembar saham. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori legitimasi dimana perusahaan tidak hanya mementingkan kepentingan salah satu pihak saja

melainkan juga semua pihak yang terlibat di dalamnya baik *stakeholder* maupun *shareholder*.

4.4.5 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return Saham (RS)*

Setelah melakukan pengujian diatas mendapatkan hasil bahwa secara parsial antara variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* tidak berpengaruh positif terhadap *Return Saham (RS)* perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2016-2018, hal tersebut berarti bahwa H5 ditolak dan menggambarkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh positif terhadap *Return Saham (RS)* pada perusahaan.

Penelitian ini sesuai penelitian yang dilakukan oleh Amiri (2015) dengan hasil penelitian *corporate social responsibility* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham. Namun penelitian yang dilakukan Putra dan Utama (2015) mendapatkan hasil yang berbeda yaitu *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan pada *return* saham.

Pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan semakin memperluas pengungkapan dalam laporan tahunan. Hal ini merupakan sinyal positif yang diberikan perusahaan kepada investor. Semakin luasnya pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan akan menambah informasi yang diterima oleh investor. Namun investor menganggap pengungkapan CSR hanya kegiatan promosi supaya banyak stackholder yang tertarik untuk menanam

saham pada perusahaan tersebut, dan perusahaan hanya mengungkapkan yang baik-baiknya saja. Oleh karena itu perusahaan akan cenderung mengungkapkan hal yang baik dan menutupi hal yang tidak baik dalam perusahaan. Dengan demikian, dapat mengurangi perhatian atau ketertarikan investor untuk menanamkan modal kepada perusahaan dan membuat investor lebih memilih untuk mendapatkan informasi tentang kinerja perusahaan, apakah setiap tahun perusahaan mengalami kenaikan atau penurunan dari pada melihat dari sisi kegiatan sosial perusahaan.

4.5 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis

Tabel 4.10

Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis

No	Hipotesis	Hasil Uji Hipotesis	Kesimpulan
1	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap <i>return on asset</i> (ROA)	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap <i>return on asset</i> (ROA)	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap <i>return on asset</i> (ROA)
2	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap <i>return on equity</i> (ROE)	<i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh positif terhadap <i>return on equity</i> (ROE)	<i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh positif terhadap <i>return on equity</i> (ROE)
3	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap <i>return on sales</i> (ROS)	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap <i>return on sales</i> (ROS)	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap <i>return on sales</i> (ROS)
4	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap <i>earning per share</i> (EPS)	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap <i>earning per share</i> (EPS)	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap <i>earning per share</i> (EPS)
5	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap <i>return saham</i> (RS)	<i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh positif terhadap <i>return saham</i> (RS)	<i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh positif terhadap <i>return saham</i> (RS)