



**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN
SUB SEKTOR TELEKOMUNIKASI TERDAFTAR
DI BEI PERIODE 2017-2023**

Skripsi

Dibuat oleh :
Rasyia Sabillah
021120009

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

JUNI 2024



**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN
SUB SEKTOR TELEKOMUNIKASI TERDAFTAR
DI BEI PERIODE 2017-2023**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan
Bogor

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(Towaf Totok Irawan, SE., ME., Ph.D)

Ketua Program Studi
(Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak. MM, CA)

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SIDANG SKRIPSI

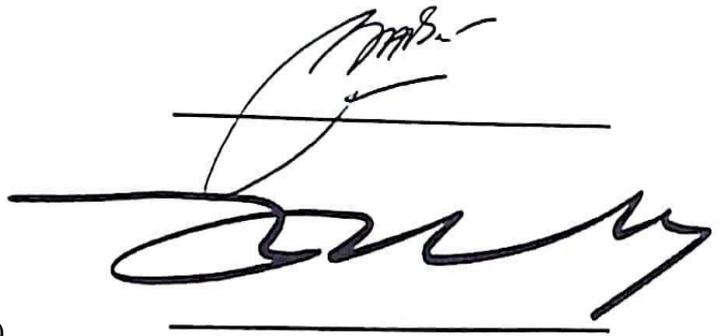
Kami Selaku Ketua Komisi dan Anggota Komisi telah melakukan bimbingan skripsi mulai tanggal 06 Maret 2024 dan berakhir tanggal:

Nama : Rasyia Sabillah (L)
NPM : 021120009
Program Studi : Manajemen
Mata Kuliah : Manajemen Keuangan
Ketua Komisi : Dr. H. Edhi Asmirantho, S.E., M.M.
Anggota Komisi : Dr. Bambang Wahyudiyono, SE., MM
Judul Skripsi : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2023

Menyetujui bahwa nama tersebut di atas dapat disertakan mengikuti ujian sidang skripsi yang dilaksanakan oleh pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Disetujui.

Ketua Komisi Pembimbing
(Dr. H. Edhi Asmirantho, S.E., M.M.)



A handwritten signature in black ink, appearing to be 'E. Asmirantho', is written over a horizontal line. Below this line, another horizontal line is present, with a large, stylized handwritten signature written across it.

Anggota Komisi Pembimbing
(Dr. Bambang Wahyudiyono, SE., MM)

Diketahui,

Ketua Program Studi
(Prof. Dr. Yohanes Indrayono Ak., MM.CA.)

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN
SUB SEKTOR TELEKOMUNIKASI TERDAFTAR
DI BEI PERIODE 2017-2023**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada hari : Kamis, 18 Juli 2024

Rasyia Sabillah

021120009

Menyetujui,

Ketua Penguji Sidang

(Dr. Tutus Rully, SE., MM.)



Anggota Penguji Sidang

(Oktori Kiswati Zaini, SE., MM.)



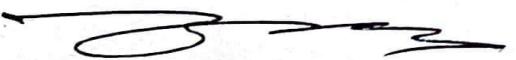
Ketua Komisi Pembimbing

(Dr. H. Edhi Asmirantho, S.E., M.M)



Anggota Komisi Pembimbing

(Dr. Bambang Wahyudiyono, SE., MM)



LEMBAR PERNYATAAN DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rasyia Sabillah

NPM : 021120009

Judul Skripsi : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2023

Dengan ini saya menyatakan bahwa Paten dan Hak Cipta dari Produk skripsi di atas adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun.

Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi.

Dengan ini saya melimpahkan Paten, Hak Cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Pakuan.

Bogor, Juni, 2024



METERAI
TEMPEL
DEB31ALX409837083

Rasyia Sabillah

021120009

**© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, tahun 2024
Hak Cipta dilindungi Undang-undang**

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Dilarang mengumumkan dan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

ABSTRAK

RASYIA SABILLAH. 021120009. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2023. Di bawah bimbingan : EDHI ASMIRANTHO DAN BAMBANG WAHYUDIONO. 2024.

Corporate Social Responsibility adalah bentuk dari rasa peduli suatu perusahaan yang berdasar pada *triple bottom lines*, yaitu *profit*, *people*, dan *planet*. *Corporate Social Responsibility* dapat menjadi salah satu dasar pertimbangan para investor untuk menanamkan modalnya, serta dapat meningkatkan citra perusahaan untuk menarik perhatian konsumen sehingga perusahaan mencapai tujuannya dengan maksimal. Kepercayaan konsumen dan para investor akan memberikan dampak positif terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), *Return On Sales* (ROS), *Net Profit Margin* (NPM), dan *Earning Per Share* (EPS). Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi data panel dengan menggunakan Eviews 12. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), *Return On Sales* (ROS), dan *Net Profit Margin* (NPM). Sedangkan, *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap *Earning Per Share* (EPS). Hal ini membuktikan pentingnya bagi para investor ketika akan menanamkan modal pada perusahaan untuk melihat aspek pertanggungjawaban perusahaan kepada pihak internal maupun eksternal melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada *annual report* atau *sustainability report*.

Kata kunci : *Corporate Social Responsibility* , *Kinerja Keuangan*

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhannahu Wa Taa'la yang telah memberikan nikmat jasmani maupun rohani karena atas rahmat-Nya penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini yang merupakan salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Adapun judul yang diambil penulis dalam penelitian ini adalah “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sub sektor Telekomunikasi Terdaftar di BEI Periode 2017-2023“. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah Subhannahu Wa Taa'la
2. Kepada Orang tua dan keluarga yang tiada hentinya selalu memberikan kasih sayang, doa, dan dukungan dengan penuh keikhlasan yang tak terhingga kepada penulis. Semoga selalu diberikan kebahagiaan dan balasan dari Allah SWT yang setimpal.
3. Bapak Prof. Dr.rer.pol. Ir. Didik Notosudjono, M.Sc. Selaku Rektor Universitas Pakuan yang memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Universitas Pakuan selama ini.
4. Bapak Towaf Totok Irawan, SE., ME., Ph.D. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
5. Ibu Dr. Retno Martanti Endah Lestari, S.E., M.Si., CMA., CAPM. Selaku wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
6. Bapak Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., MM., CA. Selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
7. Ibu Dr. Tutus Rully, S.E., M.M. Selaku Asisten Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan
8. Bapak Dr. H. Edhi Asmirantho, SE., MM. Selaku ketua Komisi Pembimbing yangtelah memberikan bimbingan serta pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
9. Bapak Dr. Bambang Wahyudiono, SE., MM. Selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan idenya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
10. Ibu Dr. Nancy Yusnita, S.E., M.M. Selaku Dosen Wali yang telah membantu mulai dari awal semester hingga saat ini.
11. Seluruh Dosen, Staff Tata Usaha dan Pegawai Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
12. Teman – teman Manajemen kelas A angkatan 2020 yang banyak memberikan pelajaran kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini masih banyak sekali kekurangan, terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Semoga kekurangan tersebut dapat menjadi pembelajaran bagi penulis. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi yang membacanya.

Bogor, 2024

Penulis

Rasyia Sabillah

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN & PERNYATAAN TELAH DISIDANGKAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA	v
LEMBAR HAK CIPTA	vi
ABSTRAK	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.2.1 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	9
1.3.1 Maksud Penelitian	9
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
1.4.1 Kegunaan Teoritis	10
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Manajemen Keuangan.....	11
2.1.1 Pengertian Manajemen Keuangan	11
2.1.1 Fungsi Manajemen Keuangan	11
2.1.3. Tujuan Manajemen Keuangan.....	12
2.2 <i>Corporate Social Responsibility</i>	13
2.2.1 Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i>	13
2.2.2 Teori yang mendasari <i>Corporate Social Responsibility</i>	14
2.2.3 Pengukuran <i>Corporate Social Responsibility</i>	16
2.3 Kinerja Keuangan	16

2.3.1 Pengertian Kinerja Keuangan	16
2.3.2 Pengukuran Kinerja Keuangan	17
2.4 Penelitian Terdahulu dan Kerangka Pemikiran	20
2.4.1 Penelitian Terdahulu.....	20
2.4.2 Kerangka Pemikiran	25
2.5 Konstelasi Penelitian	29
2.6 Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Objek,Unit, dan Lokasi Penelitian	30
3.2.1 Objek Penelitian	30
3.2.2 Unit Analisis	30
3.2.3 Lokasi Penelitian	30
3.3 Jenis dan Sumberdata Penelitian	30
3.3.1 Jenis Data Penelitian	30
3.3.2 Sumber Data Penelitian	30
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	31
3.4.1 Variabel Bebas (<i>Independent Variabel</i>)	31
3.4.2 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	31
3.5 Metode Penarikan Sampel.....	32
3.6 Metode Pengumpulan Data	33
3.7 Metode Pengolahan/Analisis Data.....	34
3.7.1 Metode Estimasi Data Panel.....	34
3.7.2 Pemilihan Model Regresi Data Panel	35
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	35
3.7.4 Analisis Regresi Data Panel	36
3.7.5 Uji Hipotesis	37
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN.....	38
4.2 Analisis Data	52
4.2.1 Uji Model Data Panel	52
4.2.2 Uji Asumsi Klasik Data Panel	54
4.2.3 Hasil Uji Regresi Data Panel	55

4.2.4 Uji t Model Regresi Data Panel Secara Parsial	58
4.2.5 Koefisien Determinasi (R^2)	60
4.3 Pembahasan.....	62
4.3.2 Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap <i>Return On Equity</i>	63
4.3.3 Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap <i>Return On Sales</i>	63
4.3.4 Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap <i>Net Profit Margin</i>	64
4.3.5 Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap <i>Earning Per Share</i>	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Simpulan	66
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTKA.....	68
LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pelanggan Telekomunikasi 2017 - 2022	2
Tabel 1. 2 Laju Pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) Atas Dasar Harga Konstan menurut Lapangan Usaha, 2017 - 2023.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel.....	32
Tabel 3. 2. 21 Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi	32
Tabel 3. 3. Sampel Penelitian Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021	33
Tabel 4. 1 <i>Corporate Social Responsibility</i> perusahaan industri sub sektor telekomunikasi terdaftar di BEI Periode 2017 – 2023.....	41
Tabel 4. 2 <i>Return On Assets</i> perusahaan industri sub sektor telekomunikasi terdaftar di BEI Periode 2017 – 2023	42
Tabel 4. 3 <i>Return On Equity</i> perusahaan industri sub sektor telekomunikasi terdaftar di BEI Periode 2017 – 2023	44
Tabel 4. 4 <i>Return On Sales</i> perusahaan industri sub sektor telekomunikasi terdaftar di BEI Periode 2017 – 2023	46
Tabel 4. 5 <i>Net Profit Margin</i> perusahaan industri sub sektor telekomunikasi terdaftar di BEI Periode 2017 – 2023	48
Tabel 4. 6 <i>Earning Per Share (EPS)</i> perusahaan industri sub sektor telekomunikasi terdaftar di BEI Periode 2017 – 2023	50
Tabel 4. 7 Hasil Uji <i>Chow</i>	52
Tabel 4. 8 Hasil Uji <i>Hausman</i>	53
Tabel 4. 9 Hasil Uji <i>Lagrange Multiplier</i>	53
Tabel 4. 10 Hasil Uji <i>Heteroskedasititas</i>	55
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Data Panel Variabel <i>Return On Assets</i>	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Data Panel Variabel <i>Return On Equity</i>	56
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Data Panel Variabel <i>Return On Sales</i>	56
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Data Panel Variabel <i>Net Profit Margin</i>	57
Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Data Panel Variabel <i>Earning Per Share</i>	57
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis Variabel <i>Return On Assets</i>	58
Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis Variabel <i>Return On Equity</i>	58
Tabel 4. 19 Hasil Uji Hipotesis Variabel <i>Return On Sales</i>	59
Tabel 4. 20 Hasil Uji Hipotesis Variabel <i>Net Profit Margin</i>	59
Tabel 4. 21 Hasil Uji Hipotesis Variabel <i>Earning Per Share</i>	60
Tabel 4. 22 Hasil Koefisien Determinasi Variabel <i>Return On Assets</i>	60
Tabel 4. 23 Hasil Koefisien Determinasi Variabel <i>Return On Equity</i>	61
Tabel 4. 24 Hasil Koefisien Determinasi Variabel <i>Return On Sales</i>	61
Tabel 4. 25 Hasil Koefisien Determinasi Variabel <i>Net Profit Margin</i>	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Konstelasi Penelitian	29
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Data Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	75
Lampiran 1. 2 Perhitungan <i>Return On Assets, Return On Equity</i>	77
Lampiran 1. 3 Perhitungan <i>Return On Sales</i>	79
Lampiran 1. 4 Perhitungan <i>Net Profit Margin</i>	81
Lampiran 1. 5 Perhitungan <i>Earning Per Share</i>	83

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan Teknologi di Indonesia saat ini semakin pesat, yang diawali dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah merubah cara hidup masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari. Informasi dapat dibagikan dengan cepat dan mudah dari seluruh dunia, dan hambatan batas linguistik dan geografis dapat diruntuhkan saat orang-orang berbagi ide dan informasi satu sama lain. Teknologi komunikasi (Telekomunikasi) mengandung pengertian setiap pemancaran, pengiriman, dan/atau penerimaan dari setiap informasi dalam bentuk tanda-tanda, isyarat, tulisan, gambar, suara dan bunyi melalui sistem kawat, optik, radio, atau sistem elektromagnetik. Termasuk kegiatan telekomunikasi adalah penyediaan pemancar suara, data, naskah, bunyi dan video menggunakan fasilitas transmisi berdasarkan teknologi tunggal atau kombinasi dari berbagai teknologi (Badan Pusat Statistik, 2023).

Kehadiran teknologi informasi ini tidak hanya berpengaruh kepada individu saja tetapi organisasi yang berorientasi bisnis (perusahaan) merupakan salah satu entiti yang mendapatkan pengaruh positif yang besar dari perkembangan teknologi informasi ini. Bagi perusahaan-perusahaan modern, sistem dan teknologi informasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana pendukung untuk meningkatkan kinerja perusahaan dari waktu ke waktu, tetapi lebih jauh lagi merupakan senjata utama dalam bersaing (Santoso *et al.*, 2019, Vol.1 No.1, hal. 586).

Indonesia menjadi pasar dan tantangan yang cukup potensial bagi industri telekomunikasi. Pasalnya, Indonesia memiliki jumlah penduduk yang besar dan wilayah sangat luas. Hal itu pun mendorong pertumbuhan jumlah perusahaan telekomunikasi di dalam negeri. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS), ada 1.307 perusahaan yang telah mendapatkan izin menyelenggarakan layanan telekomunikasi di Indonesia pada 2021. Mereka meliputi perusahaan yang berkecimpung dalam *internet service provider* (ISP), *network access point* (NAP), telepon internet, dan jasa telekomunikasi lainnya. Sebanyak 248 perusahaan menyediakan jaringan tetap. Kemudian, perusahaan yang menyediakan telekomunikasi khusus dan jaringan bergerak masing-masing sebanyak 133 unit dan 23 unit. Peningkatan jumlah perusahaan telekomunikasi tidak lepas dari kebijakan persaingan bebas dan keterbukaan yang diterapkan pemerintah. Ini khususnya dalam metode penanaman modal kepada industri telekomunikasi di Indonesia (DataIndonesia.id, 2022).

Tabel 1. 1 Jumlah Pelanggan Telekomunikasi 2017 - 2022

Perkembangan Jumlah Pelanggan Telepon menurut Jenis Penyelenggaraan Jaringan 2017-2022 (Jiwa)						
Jenis Penyelenggara Jaringan	Tahun					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Telekomunikasi dengan kabel	11.053.303	8.341.933	9.513.751	9.307.494	9.019.476	10.924.984
Telekomunikasi tanpa kabel	435.193.605	319.434.605	341.277.649	355.620.388	365.872.608	342.607.470
Jumlah pelanggan	446.246.908	327.776.538	350.791.300	364.927.882	372.892.084	353.532.454

Sumber : Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo, 2022)

Berdasarkan tabel di atas selama periode 2017–2022, jumlah pelanggan telepon seluler mengalami penurunan pada tahun 2017 ke tahun 2018, namun selama periode tahun 2019-2021 mengalami peningkatan, dan tahun 2022 kembali mengalami penurunan kembali. Adapun jumlah pelanggan jaringan telekomunikasi dengan kabel cenderung menurun selama periode 2018–2021, walaupun naik di 2019 dan tahun 2022. Perkembangan jaringan telekomunikasi tanpa kabel berbeda jauh jika dibandingkan pertumbuhan pelanggan telekomunikasi dengan kabel selama periode 2018-2022.

Dalam Bursa Efek Indonesia ada Sektor Infrastruktur, Utilitas dan Transportasi yang termasuk di dalam ada sub sektor Telekomunikasi. Sub sektor Telekomunikasi merupakan salah satu sektor yang tercatat di BEI, pada sektor ini terdapat sebanyak 17 perusahaan. Hal ini untuk memudahkan penggunaan perangkat telekomunikasi yang semakin canggih, maka penyediaan jasa telekomunikasi sangat diperlukan. Dan sangat menguntungkan dalam memperdagangkan sekuritas perusahaan telekomunikasi (Rosyada dan Prajawati, 2022, Vol. 11 No. 2, hal. 382).

Pertumbuhan positif di sektor informasi dan komunikasi ini erat kaitannya dengan peran sebagai *enabler* (fasilitator) dalam mendorong keberlangsungan kegiatan produktif di tengah pandemi. Selama masa pembatasan aktivitas sosial, peran internet sangat signifikan dalam memfasilitasi masyarakat agar tetap dapat terkoneksi dalam melakukan aktivitas interaktif secara daring. Baik urusan pekerjaan, fasilitas dan produk kesehatan, pendidikan, sosial keagamaan, rekreasi, hiburan hingga transaksi ekonomi (Kominfo, 2021).

Kondisi finansial saja tidak cukup menjamin keberlanjutan bisnis perusahaan. Perusahaan juga harus memperhatikan kondisi lingkungannya. Karena, dengan berkembangnya pembangunan dan teknologi industri di Indonesia saat ini, maka berdampak kepada kemajuan kegiatan operasional dan tanggung jawab sosial perusahaan. Ini dikarenakan secara tidak langsung maupun langsung kegiatan operasional perusahaan akan berinteraksi dengan lingkungannya. Untuk itu, perusahaan perlu mengungkapkan aspek sosialnya melalui aktivitas *Corporate Social Responsibility* agar keberlangsungan perusahaan dapat terjamin. Karena

keberlangsungan perusahaan ini erat kaitannya dengan konsep CSR (Pulungan dan Krisnawati, 2021, Vol. 5 No.2 , hal.128).

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial adalah suatu bentuk kegiatan kepedulian lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional yang dilakukan oleh perusahaan. Dalam undang-undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 ayat 1 dan 2 menjelaskan bahwa perseroan yang menjalankan usahanya pada bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, serta kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran. Dengan demikian, maka perusahaan harus melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan perusahaan (Firdausi *et al.*, 2018, Vol. 1 No. 1, hal. 54).

Kondisi lokasi tempat berdirinya suatu perusahaan dapat menjadi tolok ukur mampu tidaknya perusahaan untuk berkompetisi. Oleh sebab itu, CSR harus dipahami secara utuh dalam satu model piramida. CSR adalah bentuk dari rasa peduli suatu perusahaan yang berdasar pada *triple bottom lines*, yaitu *profit, people, dan planet* (3P) (Prasetyo & Meiranto, 2017, Vol. 6 No.3, Hal. 1). Konsep pembangunan berkelanjutan harus memperhatikan “Triple P” yaitu *profit, people, dan planet*. *Profit* merupakan tujuan utama perusahaan dimana untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan tidak lepas dari peran *People*, yaitu stakeholder sebagai investor, masyarakat, pesaing, dan pemerintah, juga perusahaan membutuhkan tempat atau wadah untuk melakukan aktivitasnya, dalam konsep ini disebut *Planet* yang harus dijaga kelestariannya (Rosdwianti *et al.*, 2016, Vol. 36 No. 2, hal. 17).

Pengungkapan CSR merupakan informasi non finansial dan biaya yang dapat mencerminkan kinerja keuangan perusahaan yang sering kali digunakan sebagai dasar pertimbangan para calon investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Saat para investor mempertimbangkan keputusannya untuk berinvestasi pada suatu perusahaan maka pada gilirannya akan berdampak positif kinerja keuangan perusahaan sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Kinerja keuangan adalah suatu hasil yang dicapai perusahaan pada waktu tertentu dengan untuk menghasilkan laba sebanyak-banyaknya (Harahap dan Septiyani, 2019, Vol 8 No. 3, hal. 2).

Program CSR menjadi penting dalam meningkatkan kualitas dan mengembangkan ekonomi masyarakat. Dalam menanggulangi pandemi Covid-19 program yang dilakukan perusahaan seperti menyediakan logistik sembako, obat dan vitamin, serta alat-alat kesehatan dan alat pelindung diri. Perusahaan juga membantu mengatasi permasalahan ekonomi melalui program pelatihan kompetensi digital dan meningkatkan kemampuan digital marketing yang menyasar masyarakat dan UMKM. Setelah pandemi berakhir, program CSR akan berorientasi pada ekonomi untuk meningkatkan ekonomi masyarakat (Kumpanan, 2023).

Penerapan CSR dalam perusahaan juga akan berpengaruh terhadap profitabilitas. Profitabilitas merupakan sebuah potensi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang berhubungan dengan penjualan. Adanya CSR perusahaan akan mudah diketahui masyarakat melalui program-program yang diberikan. Dalam sektor telekomunikasi menerapkan program CSR, secara tidak langsung akan memberikan manfaat yaitu sebagai bahan promosi perusahaan terhadap masyarakat (Pratiwi et al., 2020, Vol. 6 No.3, hal. 96).

Rasio Profitabilitas adalah hasil akhir bersih dari berbagai kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan, di mana rasio ini digunakan sebagai alat pengukur atas kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Dengan demikian pengukuran profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan tingkat efektifitas manajemen secara menyeluruh dan secara tidak langsung para investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis ini. Rasio Profitabilitas terdiri dari banyak rasio (Pratiwi et al., 2020, Vol. 6 No.3, hal. 98).

Perusahaan yang melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* memiliki dampak positif. Pengungkapan CSR memberikan keyakinan kepada publik bahwa perusahaan dapat menghasilkan produk berkualitas. Maka semakin banyak CSR yang dilakukan perusahaan maka semakin tinggi *return* dalam pengembalian aset sehingga semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih (Fajar dan Winarsih, 2021, Vol. 4 No. 1 : 1328).

Aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan memang dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan menarik minat masyarakat untuk membeli produk dari perusahaan tersebut. Karena disamping menjalankan kewajiban mematuhi peraturan dari pemerintah, perusahaan juga menjalankan aktivitas promosi kepada masyarakat untuk mencapai keuntungannya bagi perusahaan sendiri. Hal ini mengakibatkan perusahaan yang menjalankan aktivitas CSR dapat meningkatkan penjualan kotor (Purnaningsih, 2018, Vol. 3 No.2, hal. 10).

Perusahaan yang terdaftar dalam sub sektor telekomunikasi menunjukkan kenaikan pendapatan pada Kuartal I 2022, namun laba bersih perusahaan masih mengalami tekanan sepanjang tahun 2022. Berdasarkan data yang dihimpun DataIndonesia.id, ada 16 emiten jasa telekomunikasi yang telah merilis laporan keuangannya pada kuartal I tahun 2022. Secara rinci, ada 10 emiten yang mengalami kenaikan pendapatan. PT Centratama Telekomunikasi Indonesia Tbk. (CENT) memimpin dengan pendapatan yang melesat hingga 97,34% (yoy) dari Rp287,98 miliar menjadi Rp568,29 miliar. Sementara itu, enam emiten lainnya mencatatkan penurunan. Pendapatan PT First Media Tbk. (KBLV) terpantau merosot paling tajam hingga 22,09% (yoy) dari Rp34,74 miliar menjadi Rp27,07 miliar. Adapun, rata-rata laba bersih 16 emiten jasa telekomunikasi menurun 11,95% (yoy) pada kuartal I/2022 (DataIndonesia.id, 2022).

Sektor industri telekomunikasi merupakan sektor pendukung PDB dengan laju pertumbuhan yang lebih besar dibandingkan sektor lainnya. Berdasarkan data dari BPS, kontribusi sektor industri Telekomunikasi selalu naik tiap tahunnya. Dan sektor Telekomunikasi menjadi salah satu sektor yang masih memiliki daya tahan (*resiliene*) di tengah pandemi *Covid-19*. Kebutuhan masyarakat akan gaya hidup digital dengan akses data internet selama pandemi *Covid-19* turut mengerek kinerja emiten telekomunikasi (Badan Pusat Statistik, 2023).

Tabel 1. 2 Laju Pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) Atas Dasar Harga Konstan menurut Lapangan Usaha, 2017 - 2023

No.	Lapangan Usaha	PDB Tahun (%)						
		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1.	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	3,92	3,88	3,61	1,77	1,87	2,25	1,5
2.	Pertambangan Dan Penggalian	0,66	2,16	1,22	(1,95)	4,00	4,38	7,0
3.	Industri Pengolahan	4,29	4,27	3,80	(2,93)	3,39	4,89	5,2
4.	Listrik dan Gas	1,54	5,47	4,04	(2,34)	5,55	6,61	5,1
5.	Air, Sampah, Limbah dan Daur Ulang	4,59	5,56	6,83	4,94	4,97	3,23	4,5
6.	Konstruksi	6,80	6,09	5,76	(3,26)	2,81	2,01	6,4
7.	Perdagangan	4,46	4,97	4,60	(3,79)	4,63	5,52	5,1
8.	Transportasi dan Pergudangan	8,49	7,05	6,39	(15,05)	3,24	19,87	14,7
9.	Akomodasi dan Makan Minum	5,41	5,68	5,79	(10,26)	3,89	11,97	10,9
10.	Informasi dan Komunikasi (Telekomunikasi)	9,63	7,02	9,42	10,61	6,82	7,74	8,5
11.	Jasa Keuangan dan Asuransi	5,47	4,17	6,61	3,25	1,56	1,93	5,2
12.	Real Estate	3,60	3,48	5,76	2,32	2,78	1,72	2,2
13.	Jasa Perusahaan	8,44	8,64	10,25	(5,44)	0,73	8,77	9,4
14.	Pemerintah, Pertahanan dan Jaminan Sosial	2,05	6,97	4,65	(0,03)	(0,33)	2,52	(6,2)
15.	Jasa Pendidikan	3,72	5,36	6,30	2,61	0,11	0,59	(2,1)
16.	Jasa Kesehatan	6,84	7,15	8,69	11,56	10,45	2,74	2,9
17.	Jasa Lainnya	8,73	8,95	10,57	(4,10)	2,12	9,47	11,1
Produk Domestik Bruto		5,07	5,17	5,02	(2,07)	3,70	5,31	4,9

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2022

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan laju pertumbuhan PDB sektoral di Indonesia selama periode 2017-2022. Laju pertumbuhan sektor informasi dan komunikasi (Telekomunikasi) tahun 2017 ke tahun 2018 memperlihatkan tren penurunan, kemudian meningkat pada tahun 2019-2020, menurun kembali pada tahun 2021, dan meningkat pada tahun 2022. Sektor telekomunikasi selalu memiliki laju pertumbuhan di atas PDB nasional, seperti pada tahun 2022 sektor telekomunikasi mencatat pertumbuhan sekitar 7,74% jauh di atas pertumbuhan PDB nasional yang hanya 5,31%.

Para Investor ataupun calon investor sangat memperhatikan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan ketika menentukan keputusan investasi, dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat meningkatkan kepercayaan investor. Meningkatnya kepercayaan akan meningkatkan penjualan yang menyebabkan laba perusahaan ikut meningkat. Peningkatan laba perusahaan ini akan berdampak pada bertambahnya ekuitas perusahaan dengan cara meningkatnya laba ditahan. Laba ditahan akan digunakan oleh perusahaan untuk diinvestasikan kembali pada segmen yang memiliki potensi (Siregar, 2021, Vol. 36 No.2, hal. 13).

Dalam aspek CSR diantaranya mencakup penanganan masalah lingkungan, SDM maupun produk dan sosial akan memberikan sebuah dorongan kepada perusahaan untuk menjadi lebih baik. Adanya tanggung jawab sosial perusahaan bisa memberikan kesejahteraan kepada karyawan. Kesejahteraan karyawan adalah bentuk tanggung jawab perusahaan di lingkungan internal, sehingga dengan meningkatnya biaya kesejahteraan karyawan manfaat adalah meningkatnya kinerja karyawan yang implikasinya dapat meningkatkan laba (Prasetyo dan Meiranto, 2017, Vol. 6 No. 3, hal. 9).

Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan telekomunikasi dengan pelaksanaan tanggung jawab social atau *corporate social responsibility*, antara lain produk Telekomunikasi yang ditawarkan semakin diminati oleh masyarakat dan perusahaan disukai oleh investor. Untuk melaksanakan berbagai kegiatan CSR perusahaan harus mengeluarkan sejumlah biaya, dan biaya pada akhirnya akan menjadi beban yang harus ditanggung oleh perusahaan sehingga mengurangi pendapatan, dan mengakibatkan tingkat profit perusahaan akan mengalami penurunan. Akan tetapi, sisi baik dengan melaksanakan kegiatan CSR, citra perusahaan akan semakin baik di mata masyarakat, sehingga loyalitas masyarakat terhadap perusahaan akan semakin tinggi.

Dari uraian diatas dapat memberikan bukti bahwa terdapat suatu hubungan antara praktik kegiatan CSR, dengan strategi perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas bagi perusahaan. Dengan perusahaan melakukan praktik CSR Perusahaan akan menarik hati masyarakat dan investor dengan kegiatan-kegiatan sebagai bentuk tanggungjawab terhadap lingkungan. Selain itu, aktivitas CSR perusahaan dapat diakui sebagai suatu investasi jangka panjang perusahaan di dalam mengembangkan produk telekomunikasi. Masalah tanggung jawab sosial perusahaan kepada lingkungan sosial semakin banyak disoroti, maka penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh kepedulian sosial perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terhadap kinerja keuangan perusahaan. Biaya-biaya sosial sebagai wujud pelaksanaan CSR perusahaan dikaitkan dengan profitabilitas perusahaan, terutama pada keuntungan yang akan diperoleh perusahaan.

Penelitian terdahulu telah meneliti terkait *Corporate Sosial Responsibility*. Beberapa peneliti menemukan dampak positif CSR pada kinerja perusahaan, sedangkan peneliti lainnya menunjukkan dampak negatif atau netral. Berdasarkan hasil penelitian Siregar (2021, Vol. 36 No.2, hal. 13) menunjukkan bahwa CSR memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan *Return On Assets* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menyakinkan publik bahwa perusahaan menghasilkan produk yang berkualitas dan melakukan operasi sesuai dengan norma dan etika yang berlaku umum. Sesuai dengan teori *stakeholder*, semakin banyak informasi yang diungkapkan oleh perusahaan maka semakin meningkatkan kepercayaan *stakeholder*. Seiring dengan meningkatnya kepercayaan *stakeholder*, tingkat penjualan perusahaan akan meningkat. Peningkatan tingkat penjualan akan meningkatkan laba bersih perusahaan dan memberi efek positif terhadap *Return On Assets* (ROA).

Berdasarkan penelitian lain yang dilakukan Rosdwianti *et al.* (2016, Vol. 9 No, 2, hal. 21) Pengungkapan CSR dalam hasil penelitiannya membuktikan bahwa CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE), dan *Earning Per Share* (EPS). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak perusahaan melakukan CSR yang dicantumkan kedalam laporan tahunan maka profitabilitas perusahaan akan mengalami peningkatan.

Berbeda dari penelitian yang dilakukan Putra (2015, Vol. 4 No.2, hal. 107) bahwa hasil dari penelitian Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ROA, dan *Net Profit Margin* (NPM) pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI pada tahun 2010-2013. Namun, *Corporate Social Responsibility* (CSR) terdapat pengaruh positif, namun tidak signifikan terhadap Profitabilitas perusahaan yang diukur dengan *Return On Equity* (ROE).

Berdasarkan penelitian yang berbeda dilakukan Husnan dan Pamudji (2013, Vol. 2 No. 2, hal. 17), Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA) dan *Return on Sales* (ROS), tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Equity* (ROE) dan *Current Rasio* (CR)

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang berbeda-beda mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan yang diukur menggunakan *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), *Return On Sales* (ROS), *Net Profit Margin* (NPM), dan *Earning Per Share* (EPS). Peneliti tertarik untuk menguji kembali pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi. Alasan penelitian ini berfokus pada Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi di Indonesia karena, perusahaan sub sektor telekomunikasi merupakan perusahaan yang membuat akses teknologi, dan jaringan internet yang digunakan untuk masyarakat berkomunikasi sehingga lebih banyak menimbulkan dampak terhadap lingkungan dan sosial akibat aktivitas teknologi perusahaan.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah terkait obyek penelitian, periode waktu penelitian dan variabel yang digunakan. Pengukuran pengungkapan Corporate Social Responsibility menggunakan indikator Global Reporting Initiative G4 (GRI G4) yang merupakan generasi terbaru pengukuran GRI yang diluncurkan di Amsterdam 22 Juni 2013. Sedangkan, pengukuran kinerja keuangan perusahaan diukur menggunakan *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), *Return On Sales* (ROS), *Net Profit Margin* (NPM), dan *Earning Per Share* (EPS). Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2023”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pengungkapan CSR memberikan keyakinan kepada publik bahwa perusahaan dapat menghasilkan produk berkualitas, dan dapat menambah jumlah pelanggan perusahaan sehingga meningkatnya produktivitas. Namun, jumlah pelanggan sektor telekomunikasi pada tahun 2017-2018 mengalami penurunan sebesar 118.466.370, pada tahun 2019-2021 jumlah pelanggan meningkat, dan pada tahun 2022 kembali menurun.
2. Adanya CSR perusahaan akan mudah diketahui masyarakat melalui program-program yang diberikan, dalam sektor telekomunikasi menerapkan program CSR, yang memberikan manfaat sebagai bahan promosi perusahaan terhadap masyarakat sehingga dapat meningkatkan laba bersih. Namun, laba bersih perusahaan masih mengalami tekanan sepanjang tahun 2022. Ada 6 emiten yang mencatatkan penurunan laba, pendapatan PT First Media Tbk. (KBLV) terpantau merosot paling tajam hingga 22,09% (yoy) dari Rp34,74 miliar menjadi Rp27,07 miliar.
3. Aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan memang dapat meningkatkan reputasi perusahaan. Hal ini mengakibatkan perusahaan yang menjalankan aktivitas CSR dapat meningkatkan penjualan kotor. Namun, laju pertumbuhan PDB Atas Dasar Harga Konstan mengalami fluktuasi. Dapat dilihat pada tahun 2017-2018 mengalami penurunan sebesar 2,61%, mengalami kenaikan pada tahun 2019-2021 sebesar 3,09%, pada tahun 2021 mengalami penurunan kembali sebesar 3,79%, dan pada tahun 2022 mengalami kenaikan hanya sebesar 0,92%.
4. Pengungkapan CSR dapat meningkatkan kepercayaan investor. Meningkatnya kepercayaan akan meningkatkan penjualan yang menyebabkan laba perusahaan ikut meningkat. Namun, setelah pandemi covid tahun 2022-2023 laju pertumbuhan PDB sektoral masih di bawah perusahaan transportasi dan pergudangan, Akomodasi dan Makan Minum, Jasa perusahaan, dan Jasa lainnya.

5. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat meningkatkan kepercayaan investor. Hal ini yang dapat memberikan pertumbuhan positif paling tinggi pada 2020 sebesar 10,61% di sektor informasi dan komunikasi (telekomunikasi) dan kenaikan pendapatan pada Kuartal I 2022.

1.2.1 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Assets* (ROA) ?
2. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Equity* (ROE) ?
3. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Sales* (ROS) ?
4. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Net Profit Margin* (NPM) ?
5. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Earning Per Share* (EPS) ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi yang relevan dan mendapatkan hasil yang akurat mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi Periode 2017-2023 yang diukur dengan *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), *Return On Sales* (ROS), *Net Profit Margin* (NPM), dan *Earning Per Share* (EPS). Penelitian ini juga bermaksud untuk menjadi sumber referensi dan dapat dipelajari kembali bagi peneliti berikutnya.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Assets* (ROA).
2. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Equity* (ROE).
3. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Sales* (ROS).
4. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Net Profit Margin* (NPM).
5. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Earning Per Share* (EPS).

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis sehingga menambah ilmu, wawasan serta pemahaman mengenai Manajemen Keuangan khususnya mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi 2017-2023 .

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca sehingga menambah ilmu, wawasan serta pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi Periode 2017- 2023 .

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini memberikan informasi mengenai pentingnya penerapan *Corporate Social Responsibility* dan dapat meningkatkan kualitas terhadap kepedulian lingkungan sosial agar mendapat citra yang baik dimata masyarakat dan investor.

4. Bagi Investor

Penelitian ini memberikan informasi agar tidak salah dalam menanamkan modalnya kepada perusahaan yang tepat dan memiliki kepedulian sosial yang baik.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi serta masukan yang positif dan menjadi bahan evaluasi perusahaan untuk memperhatikan aktivitas operasionalnya sehingga mengetahui pentingnya penerapan *Corporate Social Responsibility* terhadap perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Keuangan

2.1.1 Pengertian Manajemen Keuangan

Manajemen Keuangan merupakan suatu proses kegiatan mengelola keuangan perusahaan yang berhubungan dengan upaya untuk mendapatkan dana dan upaya

pengelolaan keuangan untuk dapat mencapai tujuan keuangan yang telah ditetapkan oleh perusahaan serta untuk memakmurkan pemegang saham.

Menurut Van Horne dan Wachowicz (2009:2), *“Financial management is concerned with the acquisition financing, and management of assets with some overall goal in mind. Thus the decision function of financial management can be broken down into three major areas: the investment, financing, and asset management decisions”*.

Menurut Brigham dan Houston (2021:4), *“Financial management, also called corporate finance, and focuses on decisions relating to how much and what types of assets to acquire, how to raise the capital needed to purchase asstes, and how to run the firm so as to maximize its value.”*

Menurut Pandey (2015 : 2), *“Financial management is that managerial activity which is concered with the planning and controlling of the firm’s financial resources.”*

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan adalah kegiatan yang digunakan untuk mengolah keuangan perusahaan dengan baik, berkaitan dengan perencanaan, pengendalian, pengolahan, pencarian dan penyaluran dana yang dimiliki suatu perusahaan agar dapat memberikan laba bagi perusahaan.

2.1.1 Fungsi Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan memiliki fungsi yang berperan penting dalam suatu perusahaan. Manejemen keuangan dalam perusahaan berfungsi menjalankan aktivitas memperoleh dana dan mengelola dana, sehingga dana yang telah didapatkan perusahaan pastinya perlu dilakukan pengolahan agar dana tersebut dapat digunakan dengan baik dan efektif.

Menurut Hanafi dan Halim (2015, hal. 2) Fungsi manajemen keuangan pada dasarnya adalah mengambil beberapa keputusan di bidang keuangan (*financial decisions*). Tentunya keputusan-keputusan tersebut adalah relevan dan berpengaruh terhadap nilai perusahaan (*value of the firm*). Keputusan yang relevan dan berpengaruh

terhadap nilai perusahaan yaitu, keputusan investasi (*investment decision*), keputusan pembelanjaan (*financing decision*), kebijakan dividen (*dividend policy*).

Menurut Van Horne and Wachowicz (2013:654), "*Efficient financial management requires the existence of some objective or goal, because judgment as to whether or not a financial decision is efficient must be made in light of some standard. Although various objectives are possible, we assume in this book that goal of the firm is to naimize the wealth of the firm's present owners.*"

Menurut Musthafa (2017, hal. 7), Fungsi Manajemen berperan penting dalam mengontrol laba dan likuiditas, karena manajer keuangan harus berperan sebagai manajer dan pengambil keputusan. Hal ini memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang menguntungkan bagi perusahaan. Manajer keuangan juga bertanggung jawab atas manajemen aset dan pengelolaan dana. Fungsi-fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sangat penting bagi manajer keuangan dalam menjalankan tugasnya.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan berfungsi sebagai pedoman perusahaan dalam pengambilam keputusan untuk mendapatkan dana, menggunakan dana secara efektif dan efisien sesuai dengan tujuan perusahaan. Dan manajemen keuangan berfungsi untuk memberikan infromasi tentang kondisi keuangan perusahaan

2.1.3. Tujuan Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan bertujuan untuk mendapatkan dana dan mengelola keuangan perusahaan, sehingga dapat memaksimalkan laba, dapat mensejahterakan para pemegang saham, dan menjaga *suistainability* (keberlanjutan) usaha bagi perusahaan.

Menurut Pandey (2015:7), "*It is generally agreed in theory that financial goal of the firm should be Shareholders Wealth Maximization (SWM), as reflected in the market value of the firm's shares.*"

Menurut Anwar (2019, hal. 5), tujuan manajemen keuangan adalah agar perusahaan dapat mengelola sumber daya yang dimiliki terutama dari aspek keuangan sehingga menghasilkan keuntungan yang maksimal dan pada akhirnya dapat memaksimumkan kesejahteraan pemegang saham.

Selain itu, Menurut Das (2013:156), *The finance function is reffered to as procurement of fund and their effcevitve utilization in the business. The financw manager has to play a major role planning a business concern's need for funds, raising the necessary funds, and the putting them to effective use. In thissense, finance function covers:*

1. *Financial planning*
2. *Forecasting of cash receipts and disbursements*

3. *Realizing of final*

4. *Use and allocation of find and financial control.*

Berdasarkan beberapa pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan manajemen keuangan adalah bertujuan agar perusahaan dapat mengelola dana dengan efektif sehingga dapat memaksimalkan nilai perusahaan atau memaksimalkan laba perusahaan dan juga dapat memakmurkan pemegang saham.

2.2 Corporate Social Responsibility

2.2.1 Pengertian Corporate Social Responsibility

Menurut Endiana (2019, Vol. 9 No. 1, hal. 92) *Corporate Social Responsibility* sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholder, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum. Tanggung jawab sosial dapat dikatakan sebagai timbal balik perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

Menurut Ramlah *et al.* (2016, Vol. 5 No. 3, hal. 1) *Corporate Social Responsibility* merupakan wujud dari tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki lingkungan yang rusak dan gap sosial yang terjadi karena adanya kegiatan operasional perusahaan tersebut. *Corporate Social Responsibility* menjadi suatu bentuk penanaman modal yang dilakukan perusahaan demi tumbuh kembang perusahaan dan kelangsungan hidup perusahaan.

Selain itu, menurut Elizabeth Pulos dan Guillermo C. Jimenez (2016:9), “*We define CSR simply and broadly as the ethical role of the corporation in society. Corporations themselves often use this term in a narrower, and less neutral, form. when corporations have a director of CSR or a committee in charge of CSR, or when they mention CSR prominently in their mission statements, they are invariably using the term to mean “corporate actions and policies that have a positive impact on society.” Corporations refer most frequently to CSR when they speak of civic organizations they support, or to corporate environmental or social policies.*”

Menurut dalam Undang - Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 ayat 1 dan 2 menjelaskan bahwa perseroan yang menjalankan usahanya pada bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, serta kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa *CSR* merupakan bagian dari kegiatan atau aktivitas perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan secara sukarela bertanggung jawab menjaga dan memberikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial.

2.2.2 Teori yang mendasari *Corporate Social Responsibility*

1. Teori *Stakeholder*

Menurut Purnaningsih (2018, Vol. 3 No. 2, hal. 16), *Stakeholder* merujuk kepada semua pihak baik internal maupun eksternal, yang memiliki hubungan yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Ini mencakup berbagai entitas seperti pemerintah, pesaing perusahaan, masyarakat lokal, entitas internasional, LSM, lembaga pengawas lingkungan, karyawan perusahaan, kelompok minoritas, dan lain-lain, yang secara signifikan berinteraksi dengan perusahaan dan mempengaruhi jalannya aktivitas perusahaan.

Menurut Freeman dan Dmytryev (2017:10) “*Stakeholder theory posits that the essence of business primarily lies in building relationships and creating value for all its stakeholders. Though the composition of stakeholders may differ depending on company’s industry and business model, the main stakeholders typically include employees, customers, communities, suppliers, and financiers (owners, investors).*”

Menurut Ramadhan dan Handayani (2018, Vol. 7 No. 10, hal. 4), teori *stakeholder* menjelaskan bahwa suatu perusahaan mempunyai tanggung jawab untuk memberikan keuntungan kepada seluruh stakeholdernya, bukan hanya mementingkan keuntungan perusahaan semata. Dalam pelaksanaan CSR tidak ditujukan bagi jajaran pihak internal perusahaan saja, melainkan pihak eksternal perusahaan yang terkena dampak dari kegiatan operasional perusahaan.

Sedangkan, menurut Prasetyo dan Meiranto (2017, Vol. 6 No.3, hal. 3), perusahaan yang tidak memperhatikan stakeholder-nya akan sulit dalam memperoleh dukungan sumber daya untuk meraih tujuan laba yang optimal walaupun kinerja perusahaan sudah baik.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa *stakeholder* adalah pihak yang memiliki peran penting dalam keberlanjutan usaha perusahaan dan keberadaanya dapat menjadi faktor untuk perusahaan memaksimalkan laba yang optimal.

2. Teori *Legitimacy*

Menurut Siregar (2021, Vol. 9 No. 2, hal. 3), Teori legitimasi adalah teori yang menjelaskan bahwa upaya yang dilakukan perusahaan agar memastikan kegiatan operasional yang dilakukan dibawah batasan normal yang ada di masyarakat. Hal tersebut agar dalam menjalankan usahanya, perusahaan memerlukan pengakuan yang sah (legitimasi) dari masyarakat.

Menurut Suryani dan Wijayanti (2022, Vol. 10 No. 1, hal. 479) teori legitimasi adalah teori yang terjadi karena adanya interaksi perusahaan dengan masyarakat yang

menegaskan perusahaan untuk mengupayakan dalam mencapai tujuannya sehingga dapat diterima oleh pihak lain atau masyarakat sekitar.

Menurut Deegan (2002), "*legitimacy is a system-oriented perspective, the entity is assumed to be influenced by, and in turn to have influence upon, the society in which it operates. Corporate disclosures are considered to represent one important means by which management can influence external perceptions about organization.*"

Selain itu, menurut Safira dan Ridwan (2015, Vol. 4 No.6, hal. 4), teori legitimasi adalah teori yang menjelaskan bahwa dalam melakukan kegiatan operasional di lingkungan eksternal yang berubah secara konstan dan berusaha menyakinkan kegiatan yang dilakukan berada di batas norma dalam masyarakat.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa teori legitimasi adalah pengakuan (legitimasi) dari masyarakat terhadap perusahaan yang melakukan kegiatan operasional dan perusahaan dapat meyakinkan operasi yang dilakukan dapat memberikan manfaat bagi lingkungan sekitar perusahaan.

3. Teori Signaling

Menurut Wulandari (2020, Vol. 19 No. 1, hal. 3) teori sinyal atau *signaling theory* mengungkapkan bagaimana sinyal keberhasilan dan kegagalan diungkapkan kepada pemilik perusahaan. Teori sinyal menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak eksternal dan adanya dorongan perusahaan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal.

Menurut Murnita dan Putra (2018, Vol. 23 No.2, hal. 1474) teori Sinyal membahas mengenai dorongan perusahaan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal. Informasi yang wajib perusahaan ungkapkan adalah informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility*.

Menurut Brigham dan Houston (2021:615) "*Signaling Theory to see why, consider two situations, one in which the company's managers know that its prospects are extremely positive and one in which the managers know that the future looks negative. The announcement of a stock offering is generally taken as a signal that the firm's prospects as seen by its own management are not good; conversely, a debt offering is taken as a positive signal.*"

Selain itu, menurut Mustafa dan Handayani (2014, Vol. 3 No. 6, hal. 3), teori *signaling* menjelaskan bahwa alasan perusahaan cenderung memberikan informasi melalui laporan keuangan kepada pihak eksternal. Hal ini terjadi karena terdapat ketidakseimbangan informasi antara perusahaan dan pihak eksternal, seperti investor dan kreditor, di mana perusahaan memiliki pengetahuan lebih mendalam tentang kondisi internal dan prospek masa depannya.

Berdasarkan pendapat di atas bahwa dapat disimpulkan teori *signaling* adalah suatu tindakan yang dilakukan perusahaan dengan memberikan informasi perusahaan

kepada pihak eksternal dengan tujuan memberikan kepercayaan terhadap prospek perusahaan kedepannya.

2.2.3 Pengukuran Corporate Social Responsibility

Menurut Hadi (2011) pengungkapan CSR dalam laporan tahunan dan sustainability report merupakan laporan aktivitas tanggung jawab sosial yang telah dilakukan perusahaan baik berkaitan dengan perhatian masalah dampak sosial maupun lingkungan. Laporan tersebut menjadi bagian yang tak terpisahkan dengan laporan tahunan yang di pertanggung jawabkan direksi di depan sidang Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Laporan ini berisi laporan program-program sosial dan lingkungan perseroan yang telah dilaksanakan selama tahun buku berakhir.

Variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diukur dengan menggunakan indeks GRI-G4 yang terdiri dari 91 item. Tingkat pengungkapan CSR dalam laporan tahunan sebuah perusahaan diekspresikan melalui Corporate Social Responsibility Index (CSRI). CSRI dinilai dengan membandingkan jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan dengan jumlah total item yang disyaratkan oleh GRI. Pendekatan pengukuran CSR ini menggunakan metode dikotomis, di mana setiap item dinilai sebagai 1 jika diungkapkan dan 0 jika tidak diungkapkan. Nilai dari seluruh item dihitung dan dijumlahkan untuk mendapatkan nilai total CSRI untuk setiap perusahaan (www.globalreporting.org).

$$CSRI_j = \frac{\sum XI_j}{nj}$$

Keterangan :

$CSRI_j$ = *Corporate Social Responsibility* perusahaan

$\sum XI_j$ = Jumlah item yang diungkapkan perusahaan

n_j = Jumlah keseluruhan item

2.3 Kinerja Keuangan

2.3.1 Pengertian Kinerja Keuangan

Perusahaan yang baik yaitu perusahaan yang dapat mengoperasikan dana perusahaan dan dana para investor dengan baik dan efisien serta memaksimalkannya untuk kegiatan operasional perusahaan dalam tujuan memperoleh keuntungan maksimal dan akan terlihat di kinerja keuangannya. Kinerja keuangan dapat menggambarkan suatu posisi keuangan perusahaan.

Horne and Wachowicz (2008:134), “*the tools used to assess the financial condition and performance of the firm are financial ratios. Financial analyst uses the ratios for valuable insight into the health of a firm, financial condition and profitability*”.

Menurut Asmirantho (2013, hal. 19), Kinerja keuangan adalah pencapaian yang menunjukkan bahwa perusahaan telah mengelola keuangan mereka sesuai dengan aturan yang tepat dan efisien. Ini tercermin dalam perubahan-perubahan yang terjadi dalam laporan keuangan utama seperti neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan modal, dan laporan arus kas.

Menurut Mahendra Dj *et al.* (2012, Vol. 6 No. 2, hal. 131), Kinerja keuangan perusahaan merupakan salah satu faktor yang dilihat oleh calon investor untuk menentukan investasi saham. Bagi sebuah perusahaan, menjaga dan meningkatkan kinerja keuangan adalah suatu keharusan agar saham tersebut tetap eksis dan tetap diminati oleh investor.

Menurut Rudianto (2013, hal. 22), Kinerja keuangan mencerminkan prestasi yang telah dicapai oleh perusahaan dalam manajemen aset secara efektif selama periode tertentu. Evaluasi kinerja keuangan sangat penting bagi perusahaan untuk memahami dan mengevaluasi tingkat keberhasilan mereka berdasarkan aktivitas keuangan yang telah dilakukan.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan secara periodik untuk melihat sejauh mana pelaksanaan keuangan yang dilakukan perusahaan, dengan menilai kinerja di masa lalu sehingga dapat menjadi pedoman untuk memperbaiki kinerja perusahaan.

2.3.2 Pengukuran Kinerja Keuangan

Menurut Hery (2016, hal. 30), Pengukuran kinerja keuangan merupakan suatu usaha formal untuk mengevaluasi efisiensi dan efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba dan posisi kas tertentu. Dengan pengukuran kinerja keuangan ini dapat dilihat prospek pertumbuhan dan perkembangan keuangan perusahaan dari mengendalikan sumber daya yang dimilikinya. Perusahaan dikatakan berhasil apabila perusahaan telah mencapai suatu kinerja tertentu yang telah ditetapkan. Pengukuran kinerja keuangan dilakukan bersamaan dengan proses analisis, salah satu teknik analisis keuangan yaitu, analisis rasio keuangan (*financial ratio*) merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan di antara pos tertentu dalam neraca maupun laporan laba-rugi.

Berdasarkan pendapat ahli di atas penelitian ini akan mengukur kinerja keuangan dapat dilakukan dengan teknik analisis rasio keuangan, dalam penelitian akan menganalisis kinerja keuangan dengan alat pengukuran yang akan digunakan yaitu *Return On Assets (ROA)*, *Return On Equity (ROE)*, *Return On Sales (ROS)*, *Net Profit Margin (NPM)*, dan *Earning Per Share (EPS)*.

1. Return On Assets (ROA)

Menurut Syamsudin (2016, hal. 63), *Return On Asset* merupakan indikator yang mengukur kemampuan total perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari jumlah total aset yang dimilikinya. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik kondisi keuangan perusahaan tersebut.

Selain itu, menurut Menurut Hery (2016, hal. 144), *Return On Assets (ROA)* merupakan rasio keuangan yang menunjukkan hasil return atas penggunaan aset perusahaan dalam menciptakan laba bersih.

Sedangkan, menurut Ross, Westerfield, Jordan, Lim & Tan (2015:64) "*Return On Asset is measure of how the stockholders fared during the year. Because benefiting shareholders is our gold, Return On Asset is an accounting sense, the true bottom-line measure of performance.*" Adapun rumus *Return On Assets* adalah sebagai berikut:

$$\text{Return On Assets (ROA)} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

Berdasarkan pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa *Return On Assets* adalah pengukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang dihasilkan dari pemanfaatan seluruh aset yang dimiliki perusahaan.

2. Return On Equity (ROE)

Menurut Almira dan Wiagustini (2020, Vol. 9 No.3, hal. 1071), *Return On Equity* adalah rasio profitabilitas yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memberi keuntungan bagi pemegang saham biasa (pemilik modal) dengan menunjukkan laba bersih yang tersedia untuk modal pemegang saham yang telah digunakan perusahaan. ROE yang tinggi mencerminkan perusahaan berhasil menghasilkan keuntungan dari modal sendiri.

Sedangkan, menurut Hery (2016, hal. 107) *Return On Equity* merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih.

Menurut Gallagher and Andrew (2007:340) "*Return on equity ratio measure the average return on the firm's capital contribution from its owner (for corporation, that means the contribution of common steckholders). Its indicates how many dollar of income were produced for each dollar invested by the common stockholder.*" Adapun rumus *Return On Equity* adalah sebagai berikut:

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Equity}} \times 100\%$$

Berdasarkan pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa *Return On Equity* adalah ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi pemilik modal yang dihasilkan dengan memanfaatkan ekuitas perusahaan.

3. Return On Sales (ROS)

Menurut Husnan dan Pamudji (2013, Vol. 2 No. 2, hal. 24). *Return On Sales* (ROS) adalah suatu pengukuran dari setiap satuan nilai penjualan yang tersisa setelah dikurangi oleh seluruh biaya, termasuk bunga dan pajak. *Return On Sales* (ROS) yang tinggi menandakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu. *Return On Sales* (ROS) yang rendah menandakan penjualan yang rendah untuk tingkat biaya tertentu, atau biaya yang terlalu tinggi untuk tingkat penjualan tertentu, atau kombinasi dari hal tersebut.

Menurut Hyblova, dan Skalicky (2018:437), “*ROS is a financial ratio that calculates how efficiently a company is generating profits from its revenues. It measures the performance of a company by analysing the percentage of the total revenue that is converted into the net income.*”

Selain itu, menurut Naek dan Tjun Tjun (2020, Vol. 12 No. 1, hal. 128), *Return On Sales* (ROS) merupakan pengukuran kemampuan perusahaan dalam menciptakan laba dengan pembagian laba sebelum pajak atas total penjualan. Perusahaan dapat menghasilkan ROS yang tinggi jika mempunyai laba yang tinggi dan itu akan menunjukkan kemampuan perusahaan pada tingkat tertentu. Dengan tidak efisien kinerja keuangan perusahaan akan membuat ROS menjadi rendah. Rumus perhitungan dari *Return On Sales* (ROS) sebagai berikut :

$$\text{Return On Sales (ROS)} = \frac{\text{Earning Before Tax}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

Berdasarkan pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa *Return On Sales* adalah pengukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sebelum pajak yang didapatkan dari setiap penjualan tertentu.

4. Net Profit Margin (NPM)

Menurut Murhadi (2013, hal. 64), menyatakan bahwa *Net Profit Margin* (NPM) adalah rasio yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba neto dari setiap penjualannya. Semakin tinggi nilai *Net Profit Margin* (NPM) maka profitabilitas perusahaan semakin membaik.

Menurut Hanafi dan Halim (2012, hal. 81), *Net Profit Margin* merupakan rasio yang mengukur bagaimana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu.

Menurut Brigham (2013:118) “*Explained that NPM is a measure of profit by comparing earnings after interest and tax compared to sales. This ratio shows that the greater ratio is better because good company performance can generate large net*

income through its sales activity so that stocks are in great demand investors and increase stock prices.”

Rumus untuk mencari *Net Profit Margin* (NPM) adalah sebagai berikut :

$$\text{Net Profit Margin (NPM)} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

Berdasarkan pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa *Net Profit Margin* merupakan ukuran yang digunakan untuk menghitung kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari penjualan yang dilakukan oleh perusahaan.

5. Earning Per Share (EPS)

Menurut Asmirantho (2013, hal. 23), menyatakan bahwa *Earning Per Share* adalah Rasio ini mengindikasikan hasil atau pendapatan yang akan diterima oleh pemegang saham untuk setiap lembar saham yang mereka miliki sebagai bagian dari kepemilikan mereka dalam perusahaan.

Menurut Hery (2016, hal. 26), *Earning Per Share* (EPS) merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen perusahaan dalam memberikan keuntungan bagi pemegang saham biasa.

Selanjutnya menurut Gitman & Zutter (2012:81), *the firm earning per share (EPS) generally of interest to present or prospective stockholder and management. As we noted earlier, EPS represent the number of earned during the period on behalf of each outstanding share of common stock.* Rumus untuk mencari labar per lembar saham adalah sebagai berikut :

$$\text{Earning Per Share (EPS)} = \frac{\text{Net Profit}}{\text{Total Share Outstanding}}$$

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa pengukuran kinerja keuangan merupakan sebuah pengukuran yang dilaksanakan untuk mengukur efektivitas operasi perusahaan dan mengukur pengguna modal dalam menciptakan laba, dengan menggunakan alat ukur yaitu *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), *Return On Sales* (ROS), *Net Profit Margin* (NPM), dan *Earning Per Share* (EPS).

2.4 Penelitian Terdahulu dan Kerangka Pemikiran

2.4.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dengan kesamaan variabel yang diteliti, indikator, dan metode analisis, agar mengetahui perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Beberapa peneliti terdahulu telah melakukan sebuah penelitian tentang Pengaruh *Corporate*

Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Aliah Pratiwi, Nafisah Nurulrahmatia, Puji Muniarty. 2020. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di BEI.	<i>Corporate Social Responsibility</i> , dan Profitabilitas	<i>Global Reporting Initiative</i> (GRI) generasi empat atau disebut G4 dengan 74 indeks pengungkapan CSR, dan <i>Return On Assets</i> (ROA), <i>Return On Equity</i> (ROE)	Analisis Regresi Data Panel	1. CSR tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>Return On Asset</i> (ROA). 2. CSR tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>Return On Equity</i> (ROE)
2.	Savira Athira Siregar.2021. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI tahun 2014-2019).	<i>Corporate Social Responsibility</i> , dan Profitabilitas	GRI G4 yaitu ekonomi (9), lingkungan (34), sosial (48), <i>Return On Assets</i> (ROA), <i>Return On Equity</i> (ROE)	Analisis Regresi Linier Sederhana	1. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan ROA 2. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan ROE
3.	Desak Putu Suciwati, Desak Putu Arie Pradnyan, dan Cening Ardina. 2016. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Corporate Social Responsibility</i> , dan Profitabilitas	GRI G4 yaitu ekonomi (9),lingkungan (34), sosial (48),	Analisis Regresi Linier Sederhana	1. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Return On Assets</i> (ROA)

	Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Pada Perusahaan Sektor Pertambangan di BEI tahun 2010-2013).		<i>Return On Assets</i> (ROA), dan <i>Return On Equity</i> (ROE)		2. Pengungkapan Corporate Social Responsibility berpengaruh signifikan terhadap Return On Equity (ROE)
4.	Sri Padmanty dan Nita Dwi Aryati. 2017. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2013- 2016).	<i>Corporate Social Responsibility</i> , dan Profitabilitas	GRI G4 yaitu Ekonomi (9), Lingkungan (30), Tenaga Kerja (14), Hak Asasi Manusia (9), Sosial (8), Produk (9), <i>Return On Assets</i> (ROA), dan <i>Return On Equity</i> (ROE)	Analisis Regresi Linier Sederhana	1. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan yang diprosikan dengan <i>Return On Assets</i> (ROA) 2. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan yang diprosikan dengan <i>Return On Equity</i> (ROE)
5.	Nikmatul Akbar, Brady Rikumahu, SE., MBA & Anisa Firli, S.M.B., MM. 2016. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris pada Sub Sektor Telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014)	<i>Corporate Social Responsibility</i> , dan Profitabilitas	GRI G4 yaitu ekonomi (9), lingkungan (34), sosial (48), <i>Return On Assets</i> (ROA), dan <i>Return On Equity</i> (ROE)	Analisis Regresi Data Panel	1. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Return On Assets</i> (ROA) 2. <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Return On Equity</i> (ROE)
6.	Deni Purnaningsih. 2018. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang	<i>Corporate Social Responsibility</i> , dan Profitabilitas	GRI G4 yaitu ekonomi (9), lingkungan (34), sosial (48), <i>Return On Assets</i> (ROA), <i>Return On Equity</i> (ROE), dan <i>Return On Sales</i> (ROS)	Analisis regresi multivariat	1. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap <i>Return on Equity</i> (ROE) 2. <i>Corporate Social Responsibility</i> memiliki pengaruh positif

	Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)				signifikan terhadap <i>Return on Asset</i> 3. <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Return on Sales</i> (ROS)
7.	Rosdwianti <i>et al.</i> 2016. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2014)	<i>Corporate Social Responsibility</i> , Profitabilitas	GRI G4 yaitu ekonomi (9), lingkungan (34), sosial (48), <i>Return On Assets</i> (ROA), <i>Return On Equity</i> (ROE), dan <i>Earning Per Share</i> (EPS)	analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana	1. CSR memiliki pengaruh positif terhadap ROA 2. CSR memiliki pengaruh positif terhadap ROE. 3. CSR memiliki pengaruh positif terhadap EPS.
8.	Anggara Satria Putra. 2015. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013)	<i>Corporate Social Responsibility</i> , Profitabilitas	pengungkapan CSR yaitu 79 item pengungkapan., <i>Return On Assets</i> (ROA), <i>Return On Equity</i> (ROE), dan <i>Net Profit Margin</i> (NPM)	analisis Structural Equation Modelling-Partial Least Square(SEM-PLS)	1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan CSR terhadap Profitabilitas perusahaan yang diukur dengan Return on Asset (ROA) 2. Terdapat pengaruh positif, namun tidak signifikan CSR terhadap <i>Return on Equity</i> (ROE) 3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan CSR terhadap <i>Net Profit Margin</i> (NPM)
9.	Nikmatul Akbar , Brady Rikumahu , Anisah Firli. 2016. PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KINERJA KEUANGAN (STUDI EMPIRIS PADA SUB SEKTOR TELEKOMUNIKASI	<i>Corporate Social Responsibility</i> , Profitabilitas	GRI G4 yaitu ekonomi (9), lingkungan (34), sosial (48), <i>Return On Assets</i> (ROA), dan <i>Return On Equity</i> (ROE)	Regresi Data Panel	1. <i>Corporate Social Responsibility</i> memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Return On Assets (ROA) 2. <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Return On Equity (ROE).

	DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2012-2014)				
10.	Raif Alfawaz, Rigel Nurul Fathah. 2022. Pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan sektor industri kesehatan.	<i>Corporate Social Responsibility</i> , Profitabilitas	GRI G4 yaitu ekonomi (9), lingkungan (34), sosial (48), <i>Return On Assets</i> (ROA), <i>Return On Equity</i> (ROE), dan NPM	Analisis regresi multivariat	1. Hasil dari pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. 2. CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap ROE. 3. CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap NPM.
11.	Yenny Rizal, Kamaliyah, dan Restu Agusti. 2017. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Kinerja Keuangan, dengan Leverage dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Kontrol (Studi pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia pada periode 2012 s.d 2013)	<i>Corporate Social Responsibility</i> , Kinerja Keuangan	GRI G4 yaitu ekonomi (9), lingkungan (34), sosial (48), <i>Return On Equity</i> (ROE), EPS, <i>Leverge</i> , dan Ukuran Perusahaan	Analisis regresi linier berganda	1. Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap Earning Per Share. Selain itu 2. Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap Return On Equity dengan Ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol.
12.	Prasetyo, A., & Meiranto, W. 2017. Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2013-2015.	<i>Corporate Social Responsibility</i> , Profitabilitas	GRI G4 yaitu ekonomi (9), lingkungan (34), sosial (48), <i>Return On Assets</i> (ROA), <i>Return On Equity</i> (ROE), dan EPS	analisis regresi berganda	1. Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan diperoleh memiliki pengaruh positif terhadap ROA. 2. Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan diperoleh memiliki pengaruh positif terhadap ROE. 3. Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan diperoleh tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap EPS.

13.	Mustafa, C. C., & Handayani, N. 2014. Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur.	<i>Corporate Social Responsibility, Profitabilitas</i>	GRI G4 yaitu ekonomi (9), lingkungan (34), sosial (48), <i>Return On Assets (ROA)</i> , <i>Return On Equity (ROE)</i> , dan NPM	Analisis regresi sederhana	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap <i>Return On Assets</i>. 2. <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap <i>Return On Equity</i>. 3. <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap <i>Operating Profit Margin</i>. 4. <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap <i>Net Profit Margin</i>.

Sumber : Data Sekunder

2.4.2 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2019, hal. 95), Kerangka pemikiran adalah suatu model konseptual yang menjelaskan bagaimana teori berkaitan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai permasalahan penting.

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return On Assets*

Menurut Syamsudin (2016, hal. 63), *Return On Asset* merupakan indikator yang mengukur kemampuan total perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari jumlah total aset yang dimilikinya. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik kondisi keuangan perusahaan tersebut.

Menurut Fajar dan Winarsih (2021, Vol. 4 No. 1 : 1321), semakin banyak CSR yang dilakukan perusahaan maka semakin tinggi ROA sehingga semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih. Akibatnya akan meningkatkan daya tarik investor kepada perusahaan karena tingkat pengembalian atau deviden akan semakin besar.

Menurut Pratiwi (2020, Vol. 4 No. 3, hal. 99), dengan melakukan aktivitas CSR perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan sehingga reputasi perusahaan juga meningkat dimata masyarakat.

Akibatnya masyarakat semakin mengenal produk perusahaan dan berkeinginan untuk menggunakan produknya. Semakin produk laku dipasaran maka laba perusahaan akan semakin meningkat. Dengan demikian laba yang meningkat akan mempengaruhi ROA suatu perusahaan.

Sebagaimana berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Putra (2015, Vol. 4 No. 2, hal. 109), dan Purnaningsih (2018, Vol. 3 No. 2, hal. 28) bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh positif terhadap *Return On Assets*. Namun, hal ini tidak sejalan dengan Pratiwi (2020, Vol. 4 No. 3, hal. 99), berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh terhadap *Return On Assets*.

H1 : Diduga *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Return On Assets* (ROA).

2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return On Equity*

Menurut Hery (2016, hal. 107) *Return On Equity* (ROE) merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih pada sebuah perusahaan.

Menurut Pratiwi (2020, Vol. 4 No. 3, hal. 100), *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah strategi yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan bisnisnya. Melalui kegiatan CSR, perusahaan dapat membangun citra positif di mata masyarakat. Dengan menciptakan citra baik dan memperoleh kepercayaan masyarakat, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen yang tinggi kemudian berpotensi meningkatkan penjualan, yang pada gilirannya akan berdampak positif pada peningkatan laba. Salah satu metrik untuk mengukur profitabilitas ini adalah dengan melihat tingkat *Return on Equity* (ROE).

Selain itu, menurut Pratiwi (2020, Vol. 4 No. 3, hal. 100), Semakin banyak Kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan maka semakin tinggi *Return On Equity* (ROE) sehingga, hal ini dapat membuat semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih. Tingginya nilai ROE akan menjadi salah satu faktor yang menjadi pertimbangan bagi investor untuk berinvestasi pada suatu perusahaan.

Berdasarkan penelitian lain yang dilakukan Putra (2015, Vol. 4 No. 2, hal. 109), dan Rosdwianti *et al.* (2016, Vol. 9 No, 2, hal. 21) menyatakan bahwa Pengungkapan CSR dalam hasil penelitiannya membuktikan bahwa CSR memiliki pengaruh positif terhadap *Return On Equity*. Sedangkan, dalam penelitian lain yang dilakukan Akbar *et al.*(2016, Vol. 3, No. 2, hal. 984) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh negatif terhadap *Return On Equity*.

H2 : Diduga *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Return On Equity* (ROE).

3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return On Sales*

Menurut Naek dan Tjun Tjun (2020, Vol. 12 No. 1, hal. 128), *Return On Sales* (ROS) merupakan pengukuran kemampuan perusahaan dalam menciptakan laba dengan pembagian laba atas total penjualan. Perusahaan dapat menghasilkan ROS yang tinggi jika mempunyai laba yang tinggi dan itu akan menunjukkan kemampuan perusahaan pada tingkat tertentu.

Menurut Purnaningsih (2018, Vol. 3 No.2, hal. 4), pelaksanaan CSR memberikan banyak manfaat antara lain meningkatkan volume penjualan dan pangsa pasar, menarik calon investor melalui citra positif yang tercipta dan lain sebagainya. Sehingga dapat meningkatkan *Return On Sales* dari Perusahaan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Husnan dan Pamudji (2013, Vol. 2 No. 2, hal.7) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap ROS dengan arah positif. Hal ini berarti bahwa semakin luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan akan dapat memberikan ROS yang lebih besar pada perusahaan pada kondisi keuangan satu tahun ke depan. Namun, dalam penelitian yang dilakukan Purnaningsih (2018, Vol. 3 No. 2, hal. 28) bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh terhadap *Return On Sales*.

H3 : Diduga *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Return On Sales* (ROS)

4. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Net Profit Margin*

Menurut Kartikasari dan Salina (2017, Vol. 5 No. 2, hal. 196) *Net Profit Margin* (NPM) merupakan salah satu rasio yang memiliki kemampuan bagi perusahaan dalam menghasilkan laba yang diperoleh yang berasal dari hasil kegiatan operasional perusahaan tersebut. Kegiatan operasional perusahaan yang dimaksud yaitu salah satunya adalah kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Semakin besar tingkat NPM perusahaan, maka semakin produktif perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Hal ini menunjukkan bahwa NPM memiliki hubungan yang relevan terhadap CSR.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Putra (2015, Vol. 4 No. 2, hal 110), dan Alfawaz & Fathah (2022, Vol. 4, hal. 520) yang meneliti Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas Perusahaan menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif antara pengungkapan CSR terhadap *Net Profit Margin*. Sedangkan, penelitian yang dilakukan Mustafa dan Handayani (2014, Vol. 3 No. 6, hal. 15) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap *Net Profit Margin*.

H4 : Diduga *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Net Profit Margin* (NPM)

5. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Earning Per Share*

Menurut Menurut Hery (2016, hal. 26), *Earning Per Share* (EPS) merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen perusahaan dalam memberikan keuntungan bagi pemegang saham biasa.

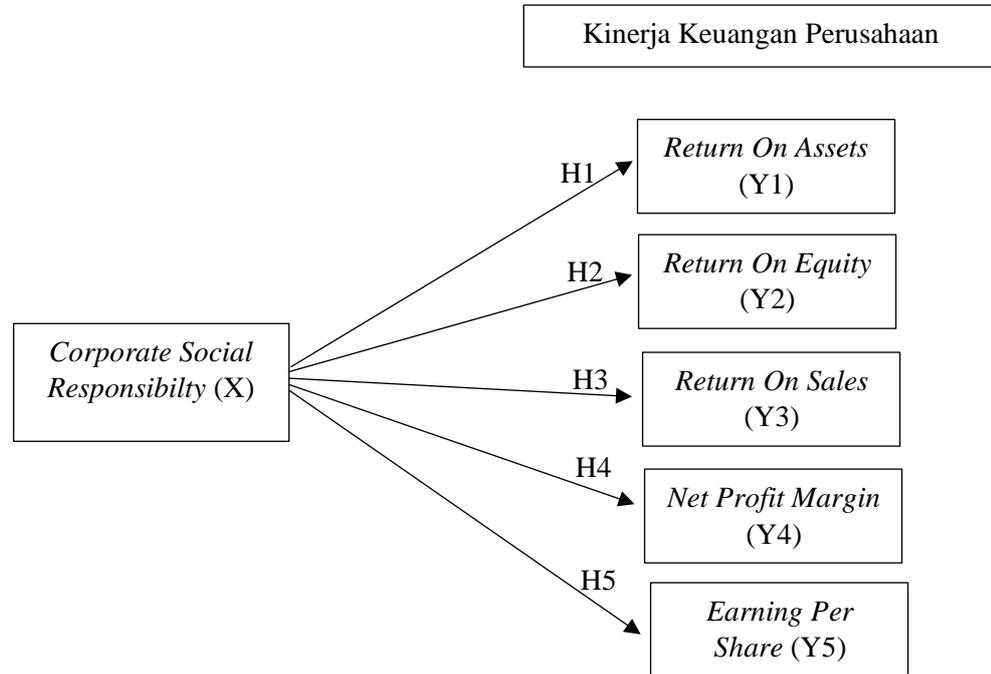
Menurut Fajar dan Winarsih (2021, Vol. 4 No. 1 : 1322), Perusahaan yang melakukan aktivitas CSR selain untuk menunjukkan citra baik dan membangun kepercayaan masyarakat dalam hal ini untuk memperkenalkan produk dan menarik loyalitas masyarakat terhadap produk perusahaan juga akan mempengaruhi harga saham atau EPS perusahaan.

Sebagaimana penelitian yang dilakukan Rosdwianti *et al.* (2016, Vol. 36 No.2, hal. 22), dan Rizal *et al.* (2017, Vol. 5, No. 2, hal. 156) bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif terhadap *Earning Per Share*. Namun, tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Prasetyo dan Meiranto (2017, Vol. 6 No. 3, hal. 10) menyatakan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan diperoleh tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap EPS.

H5 : Diduga *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Earning Per Share* (EPS).

2.5 Konstelasi Penelitian

Berdasarkan uraian di atas yang telah dilakukan, maka variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan melalui suatu kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Konstelasi Penelitian

2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah sebuah pendapat yang kebenarannya masih diragukan dan masih harus diuji untuk membuktikan kebenarannya tersebut melalui sebuah percobaan dengan analisis, hipotesis bersifat sementara atau dugaan awal. Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

H1 : Diduga *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Return On Assets* (ROA)

H2 : Diduga *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Return On Equity* (ROE)

H3 : Diduga *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Return On Sales* (ROS)

H4 : Diduga *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Net Profit Margin* (NPM)

H5 : Diduga *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Earning Per Share* (EPS)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian verifikatif dengan metode *explanatory survey*. Jenis dan metode penelitian ini digunakan untuk menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel. Penelitian ini membahas mengenai pengaruh sebab akibat antara variabel bebas dan variabel terikat.

3.2 Objek, Unit, dan Lokasi Penelitian

3.2.1 Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*Independen*) dan variabel terikat (*dependen*). Pada penelitian ini variabel independen yang digunakan yaitu *Corporate Social Responsibility* (X1) sedangkan dependen yaitu kinerja keuangan dengan menggunakan rasio profitabilitas yang diukur dengan *Return On Assets* (Y1), *Return On Equity* (Y2), *Return On Sales* (Y3), *Net Profit Margin* (Y4), dan *Earning Per Share* (Y5).

3.2.2 Unit Analisis

Unit analisis yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu industri, karena penelitian ini menjelaskan *Corporate Social Responsibility* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Perusahaan yang diteliti yaitu Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2023.

3.2.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat variabel-variabel penelitian akan dilakukan analisis. Pada penelitian ini melakukan pengambilan data pada situs resmi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3.3 Jenis dan Sumberdata Penelitian

3.3.1 Jenis Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data laporan keuangan jumlah, tingkatan, perbandingan, dan volume yang berupa angka-angka. Data panel pada periode 2017-2023 perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebanyak 17 perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3.3.2 Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan data sekunder atau data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya melainkan dari pihak lain. Data yang diambil yaitu dari laporan keuangan, laporan tahunan, dan laporan keberlanjutan perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi Periode 2017-2023 yang Terdaftar di BEI melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id, buku-buku referensi, internet, dan literatur-literatur ilmiah yang berkaitan dengan topik penelitian.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel menjelaskan mengenai variabel yang diteliti, indikator, pengukuran, dan skala dari data yang digunakan dalam penelitian. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari Variabel bebas yaitu *Corporate Social Responsibility* dan variabel terikat yaitu *Return On Assets (ROA)*, *Return On Equity (ROE)*, *Return On Sales (ROS)*, *Net Profit Margin*, dan *Earning Per Share (EPS)*.

3.4.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Corporate Social Responsibility* adalah bagian dari kegiatan atau aktivitas perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan secara sukarela bertanggung jawab menjaga dan memberikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial.

Variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diukur dengan menggunakan indeks GRI-G4 yang terdiri dari 91 item. Tingkat pengungkapan CSR dalam laporan tahunan sebuah perusahaan diekspresikan melalui *Corporate Social Responsibility Index (CSRI)*. CSRI dinilai dengan membandingkan jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan dengan jumlah total item yang disyaratkan oleh GRI. Pendekatan pengukuran CSR ini menggunakan metode dikotomis, di mana setiap item dinilai sebagai 1 jika diungkapkan dan 0 jika tidak diungkapkan. Nilai dari seluruh item dihitung dan dijumlahkan untuk mendapatkan nilai total CSRI untuk setiap perusahaan.

$$CSRI_j = \frac{\sum XI_j}{n_j}$$

Keterangan :

CSRI_j = *Corporate Social Responsibility* perusahaan

∑XI_j = Jumlah item yang diungkapkan perusahaan

n_j = Jumlah keseluruhan item

3.4.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan dengan menggunakan rasio profitabilitas yang diukur dengan ROA, ROE, ROS, NPM, dan EPS.

Tabel 3. 1Operionalisasi Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
<i>Corporate Social Responsibility</i> (X)	<i>Corporate Social Responsibility Indeks</i> (CSRI)	Jumlah item CSR yang diungkapkan perusahaan, Jumlah keseluruhan item CSR Perusahaan	Rasio
Kinerja Keuangan	<i>Return On Assets</i> (ROA) (Y1)	<i>Earing After Tax, Total Assets</i>	Rasio
	<i>Return On Equity</i> (ROE) (Y2)	<i>Earning After Tax, Total Equity</i>	
	<i>Return On sales</i> (ROS) (Y3)	<i>Earning Before Tax, Sales</i>	
	<i>Net Profit Margin</i> (NPM) (Y4)	<i>Earning After Tax, Sales</i>	
	<i>Earning Per Share</i> (EPS) (Y5)	<i>Net Profit, Total Share Outstanding</i>	

3.5 Metode Penarikan Sampel

Pada penelitian ini menggunakan data Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2023 yaitu sebanyak 17 perusahaan. Metode penarikan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling* yaitu penarikan sampel berdasarkan kriteria penelitian yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

Tabel 3. 2. 21 Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi

No	Kode	Nama Perusahaan	Tanggal IPO
1.	BALI	Bali Towerindo Tbk.	13/03/2014
2.	BTEL	Bakrie Telecom Tbk.	03/02/2006
3.	CENT	Centratama Telekomunikasi Indonesia Tbk.	01/11/2001
4.	EXCL	XL Axiata Tbk.	29/09/2005
5.	FREN	Smartfren Telecom Tbk.	29/11/2005
6.	GHON	Ghon Telekomunikasi Indonesia Tbk.	09/04/2018
7.	GOLD	Visi Telekomunikasi Infrastruktur Tbk.	07/07/2010
8.	IBST	Inti Bangu Sejahtera Tbk.	31/08/2012
9.	ISAT	Indosat Tbk.	19/10/1994
10.	KBLV	First Media Tbk.	25/02/2000
11.	LINK	Link Net Tbk.	02/06/2014
12.	MORA	Mora Telematika Indonesia Tbk.	08/08/2022
13.	OASA	Maharaksa Biru Energi Tbk.	18/07/2016
14.	SUPR	Solusi Tunas Pratama Tbk.	11/10/2011
15.	TBIG	Tower Bersama Infrastructure Tbk.	26/10/2010
16.	TLKM	Telkom Indonesia (Persero) Tbk.	14/11/1995
17.	TOWR	Sarana Menara Nusantara Tbk.	08/03/2010

Sumber : Data sekunder, www.idx.co.id

Adapun kriteria perusahaan yang disesuaikan dengan permasalahan yang diteliti adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Periode 2017-2023
2. Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang telah IPO (*Initial Public Offering*) dibawah Periode penelitian 2017
3. Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang konsisten mempublikasikan *Annual Report* yang berisi *Corporate Social Responsibility* Periode 2017-2023
4. Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang memiliki kelengkapan data Periode 2017-2023.

Berdasarkan kriteria di atas, dari total 17 Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2023 dalam penelitian ini yang terpilih sesuai dengan kriteria yang akan dijadikan sampel yaitu terdapat 8 perusahaan yang memenuhi kriteria sesuai dengan penelitian , yaitu:

Tabel 3. 3. Sampel Penelitian Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021

No	Kode	Nama Perusahaan	Tanggal IPO
1.	BALI	Bali Towerindo Tbk.	13/03/2014
2.	EXCL	XL Axiata Tbk.	29/09/2005
3.	IBST	Inti Bangu Sejahtera Tbk.	31/08/2012
4.	ISAT	Indosat Tbk.	19/10/1994
5.	LINK	Link Net Tbk.	02/06/2014
6.	TBIG	Tower Bersama Infrastructure Tbk.	26/10/2010
7.	TLKM	Telkom Indonesia (Persero) Tbk.	14/11/1995
8.	TOWR	Sarana Menara Nusantara Tbk.	08/03/2010

Sumber : Data sekunder, www.idx.co.id

3.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan yaitu metode studi pustaka dan dokumentasi. Metode pengumpulan data yang digunakan harus dilakukan dengan benar sehingga memperoleh data yang akurat dan sesuai kebutuhan penelitian.

1. Metode Studi Pustaka

Metode studi pustaka adalah teknik untuk mengumpulkan data dari literatur yang terkait dengan isu-isu yang sedang diteliti, dengan cara membaca buku, sumber bacaan relevan, serta jurnal yang relevan dengan penelitian tersebut. Dalam konteks penelitian ini, peneliti mengumpulkan dan mempelajari informasi mengenai *Return On Assets*, *Return On Equity*, *Return On Sales*, *Net Profit Margin*, *Earnings Per Share*, dan *Corporate Social Responsibility* yang terdapat dalam laporan tahunan dan laporan keberlanjutan yang berkaitan dengan topik yang dibahas dalam penelitian ini.

2. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan prosedur atau cara pengumpulan data penelitian yang memperoleh data yang relevan. Dengan metode ini peneliti dapat memperoleh data penelitian melalui laporan keuangan dan *Annual Report* perusahaan, historis data sub sektor Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek tahun 2017-2023 yang diambil dengan cara mengunduh data *Annual Report* Indonesia perusahaan melalui *website* Bursa Efek Indonesia yaitu (www.idx.co.id) dan *website* resmi perusahaan.

3.7 Metode Pengolahan/Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi data panel yang dianalisis menggunakan software *E-Views*.

3.7.1 Metode Estimasi Data Panel

Menurut Basuki dan Prawoto (2017), dalam teknik estimasi model regresi dengan menggunakan data panel terdapat tiga pendekatan yang digunakan yaitu:

1. *Common Effect Model* Merupakan pendekatan sederhana dalam model data panel yang menggabungkan data time series dan cross section. Model ini tidak mempertimbangkan dimensi waktu atau individu secara spesifik, dengan asumsi bahwa perilaku perusahaan tetap konsisten sepanjang waktu. Metode ini menggunakan pendekatan *Ordinary Least Squares* (OLS) atau teknik kuadrat terkecil lainnya untuk mengestimasi model data panel.

2. *Fixed Effect Model* ini mengasumsikan bahwa perbedaan antar individu dapat diakomodasi melalui variasi dalam nilai intersep mereka. Dalam mengestimasi model data panel *Fixed Effect*, teknik variabel dummy digunakan untuk menangkap perbedaan intersep antar perusahaan. Perbedaan intersep ini dapat disebabkan oleh faktor-faktor seperti budaya kerja, manajerial, dan insentif yang berbeda di antara perusahaan-perusahaan tersebut. Namun, model ini mengasumsikan bahwa slope atau kemiringan garis regresi tetap sama di antara perusahaan-perusahaan. Teknik estimasi ini juga dikenal sebagai *Least Squares Dummy Variable* (LSDV).

3. *Random Effect Model* ini akan mengestimasi data panel di mana variabel gangguan mungkin saling berkorelasi baik antar waktu maupun antar individu. Dalam model Efek Acak, perbedaan intersep diakomodasi oleh istilah kesalahan (*error terms*) yang berbeda untuk setiap perusahaan. Salah satu keuntungan menggunakan model Efek Acak adalah kemampuannya untuk mengatasi heteroskedastisitas. Model ini juga dikenal sebagai *Error Component Model* (ECM) atau menggunakan teknik *Generalized Least Squares* (GLS).

3.7.2 Pemilihan Model Regresi Data Panel

Menurut Basuki dan Prawoto (2017), mengemukakan bahwa untuk memilih model yang paling tepat digunakan dalam mengelola data panel, terdapat tiga pengujian yang dapat digunakan yaitu:

1. Uji Chow

Uji Chow merupakan pengujian untuk menentukan model *Fixed Effect* atau *Common Effect* yang paling tepat digunakan dalam mengestimasi data panel.

Hipotesis dalam uji Chow adalah sebagai berikut:

H₀ : *Common Effect Model* atau OLS

H₁ : *Fixed Effect Model*

Dalam uji *Chow* apabila nilai probabilitas $< \alpha 0,05$ maka model *Fixed Effect* yang dipilih (tolak H₀), sebaliknya apabila nilai probabilitas $> \alpha 0,05$ maka *Common Effect* yang dipilih (tolak H₁).

2. Uji Hausman

Uji Hausman merupakan pengujian statistik untuk memilih apakah model *Fixed Effect* atau *Random Effect* yang paling tepat digunakan. Hipotesis dalam uji Hausman adalah sebagai berikut:

H₀ : *Random Effect Model*

H₁ : *Fixed Effect Model*

Dalam uji Hausman apabila nilai probabilitas $< \alpha 0,05$, maka model *Fixed Effect* yang dipilih (tolak H₀), sebaliknya apabila nilai probabilitas $> \alpha 0,05$ maka *Random Effect* yang dipilih (tolak H₁).

3. Uji Lagrange Multiplier

Untuk mengetahui apakah model *Random Effect* lebih baik daripada metode *Common Effect* (OLS) digunakan uji *Lagrange Multiplier* (LM). Hipotesis dalam uji *Lagrange Multiplier* adalah sebagai berikut:

H₀ : *Common Effect Model*

H₁ : *Random Effect Model*

Dalam uji *Lagrange Multiplier* apabila nilai probabilitas $< \alpha 0,05$ maka *Random Effect* yang dipilih (tolak H₀), sebaliknya apabila nilai probabilitas $> \alpha 0,05$, maka *Common Effect* yang dipilih (tolak H₁).

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Menurut Basuki dan Prawoto (2017), uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *Ordinary Least Square* (OLS). Uji asumsi klasik yang sering digunakan yaitu uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi, dan normalitas.

1. Uji Normalitas

Menurut Basuki dan Prawoto (2017), uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residual nya. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal uji normalitas dapat dilihat dari nilai Sig. Jika nilai Sig > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal dan jika nilai Sig < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar tidak normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Basuki dan Prawoto (2017), Heteroskedastisitas merupakan masalah regresi yang faktor gangguan tidak memiliki varian yang sama atau variannya tidak konstan. Hal ini akan memunculkan berbagai permasalahan yaitu penaksiran OLS yang bias, varian dari koefisien OLS akan salah. jika hasil pengolahan data diperoleh nilai lebih dari $\alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa dalam model tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

3.7.4 Analisis Regresi Data Panel

Menurut Basuki dan Prawoto (2017:275), data panel merupakan gabungan antara data runtut waktu (*time series*) dan data silang (*cross section*). Data *time series* merupakan data yang terdiri atas satu atau lebih variabel yang akan diamati pada satu unit observasi dalam kurun waktu tertentu, sedangkan data *cross section* merupakan data observasi dari beberapa unit observasi dalam satu titik waktu. Pemilihan data panel dikarenakan di dalam penelitian ini menggunakan rentang waktu beberapa tahun dan juga banyak perusahaan. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut pengujian statistik dalam penelitian ini. Model Regresi Panel yang digunakan penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y1 = \alpha + \beta X_{it} + e$$

$$Y2 = \alpha + \beta X_{it} + e$$

$$Y3 = \alpha + \beta X_{it} + e$$

$$Y4 = \alpha + \beta X_{it} + e$$

$$Y5 = \alpha + \beta X_{it} + e$$

Keterangan :

Y1 = *Return On Assets*

Y2 = *Return On Equity*

Y3 = *Return On Sales*

Y4 = *Net Profit Margin*

Y5 = *Earning Per Share*

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi Variabel Independen

X = *Corporate Social Responsibility*

i = Perusahaan

t = Periode

3.7.5 Uji Hipotesis

Menurut Basuki dan Prawoto (2017), Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah hipotesis dalam penelitian ini diterima atau ditolak. Berikut beberapa uji hipotesis yang digunakan :

1. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial ditunjukkan oleh tabel coefficient. Cara pengujian parsial terhadap variabel independen *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return On Assets (ROA)* dan *Return On Equity (ROE)*, *Return On Sales (ROS)*, *Net Profit Margin (NPM)*, dan *Earning Per Share (EPS)* yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Rumusan hipotesis yang digunakan:

a. Jika nilai probabilitas $<$ nilai α sebesar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

b. Jika nilai probabilitas $>$ nilai α sebesar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya garis regresi untuk hal ini mengukur seberapa besar proporsi variasi variabel dependen dijelaskan oleh semua variabel independen nilai koefisien determinasi terletak antara 0 dan 1 semakin langkanya mendekati 1 maka semakin baik regresi karena mampu menjelaskan data aktualnya sedangkan jika semakin mendekati nol maka mempunyai garis regresi yang kurang baik.

BAB IV

HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Berdasarkan uraian dari metode penelitian yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, berikut hasil dari pengumpulan data yang telah dilakukan oleh peneliti. Objek penelitian yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*Independen*) dan variabel terikat (*dependen*). Pada penelitian ini variabel independen yang digunakan yaitu *Corporate Social Responsibility* (X1) sedangkan dependen yaitu kinerja keuangan dengan menggunakan rasio profitabilitas yang diukur dengan *Return On Assets* (Y1), *Return On Equity* (Y2), *Return On Sales* (Y3), *Net Profit Margin* (Y4), dan *Earning Per Share* (Y5).

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian adalah perusahaan industri sub sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2017 - 2023 dengan menggunakan data tahunan sebagai dasar penelitian. Adapun lokasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sub sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Jenis data yang diteliti adalah data kuantitatif, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data yang diambil yaitu dari laporan keuangan perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi Periode 2017-2023 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id, buku-buku, internet, dan literatur-literatur ilmiah yang berkaitan dengan topik penelitian.

Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan sub sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebanyak 21 perusahaan. Metode penarikan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling* dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria perusahaan yang disesuaikan dengan permasalahan yang diteliti adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Periode 2017-2023
2. Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang telah IPO (*Initial Public Offering*) dibawah Periode penelitian 2017
3. Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang konsisten mempublikasikan *Annual Report* yang berisi *Corporate Social Responsibility* Periode 2017-2023
4. Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang memiliki kelengkapan data Periode 2017-2023.

Berdasarkan kriteria di atas, dari total 21 Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2023 dalam penelitian ini yang terpilih sesuai dengan kriteria yang akan dijadikan sampel yaitu terdapat 11 perusahaan yang memenuhi kriteria sesuai dengan penelitian. Berikut ini perusahaan yang dijadikan sampel yaitu:

1. PT Bali Towerindo Tbk (BALI)

PT Bali Towerindo Sentra Tbk merupakan perusahaan penyedia infrastruktur menara telekomunikasi dan pelopor penyedia sarana menara yang dilengkapi fasilitas transmisi terintegrasi melalui jaringan kabel serat optik (*fiber optic*) dan transmisi nirkabel (*wireless*) yang senantiasa dapat mendukung kemajuan teknologi di bidang telekomunikasi. Saat ini PT Bali Towerindo Sentra Tbk memasuki era digitalisasi. Sejak berdiri pada tanggal 6 Juli 2006, PT Bali Towerindo Sentra Tbk secara konsisten terus meningkatkan kinerja bisnis dalam kegiatan usahanya seiring dengan perkembangan teknologi di Indonesia, hal ini tercermin dengan terjalinnya kerjasama yang baik dengan beberapa operator terkemuka di Indonesia dan perusahaan penunjang bisnis PT Bali Towerindo Sentra Tbk.

2. PT XL Axiata Tbk (EXCL)

PT XL Axiata Tbk (EXCL) didirikan pada tahun 1989 sebagai perusahaan penyedia telekomunikasi. Merek pertamanya adalah proXL, layanan telepon prabayar yang diluncurkan pada tahun 1998. Pada tahun 2004, perusahaan ini diakuisisi oleh TM Group dan mengganti logo dan mereknya. Pada tahun 2008, TM Group, perusahaan induk, bergabung dengan Axiata Group Berhad Malaysia. Unit bisnis perseroan terbagi menjadi tiga segmen, yaitu jaringan, korporasi, dan konsumen yang memberikan layanan kepada 56 juta pelanggan pada tahun 2021.

3. PT Inti Bangu Sejahtera Tbk (IBST)

PT Inti Bangun Sejahtera didirikan pada tahun 2006, Perusahaan didirikan dengan kegiatan usaha utama dibidang jasa penguatan sinyal dalam gedung (*In-building service provider*).Perusahaan terus meningkatkan usaha jasa penguat sinyal dalam gedung, selain mengembangkan potensi untuk memenuhi kebutuhan Operator akan menara. Hingga saat ini, Perusahaan telah memiliki menara *built to suit* yang tersebar di wilayah-wilayah strategis dan potensial, yang sebagian besar menara berlokasi di wilayah Jawa dan Sumatera. Pada Maret 2012, Perusahaan melakukan pelepasan atas aset yang berhubungan dengan kegiatan usaha jasa penguat sinyal, seiring dengan fokus Perusahaan menjadi Perusahaan penyedia menara telekomunikasi dan jaringan infrastruktur di Indonesia.

4. PT Link Net Tbk (LINK)

PT Link Net Tbk (LINK) didirikan pada tahun 1996 sebagai PT Seruling Indah Permai, penyedia layanan multimedia dan internet. Perusahaan ini diakuisisi oleh XL Axiata pada tahun 2022 dan menjadi bagian dari Grup Axiata. Perusahaan ini menyediakan berbagai macam produk, seperti internet khusus berkecepatan tinggi, layanan komunikasi data (melalui kabel terestrial dan bawah laut), layanan VSAT (internet berbasis satelit), pusat data, dan layanan cloud, yang sebagian besar melayani perusahaan.

5. PT Indosat Tbk (ISAT)

Didirikan pada tahun 1967, PT Indosat Tbk adalah penyelenggara jasa telekomunikasi, informatika dan/atau jasa teknologi konvergensi terkemuka Indonesia. Sebagai anggota grup Ooredoo, penyelenggara jasa telekomunikasi global, sejak tahun 2015 Perseroan telah berubah menjadi "Indosat Ooredoo". Indosat menyediakan layanan seluler, data tetap dan layanan broadband nirkabel serta layanan telekomunikasi tetap atau layanan suara tetap termasuk SLI, sambungan tetap nirkabel serta sambungan telepon tetap, dan layanan digital.

6. PT Tower Bersama Infrastructure Tbk.(TBIG)

PT Tower Bersama Infrastructure Tbk (TBIG) merupakan perusahaan induk dari Tower Bersama Group. TBIG didirikan pada tahun 2004 dan sahamnya tercatat di Bursa Efek Indonesia sejak tanggal 26 Oktober 2010. Tower Bersama Group merupakan salah satu perusahaan menara independen terbesar di Indonesia. Kegiatan usaha utama Perseroan adalah menyewakan tower *space* pada *sites* sebagai tempat pemasangan perangkat telekomunikasi milik penyewa untuk transmisi sinyal berdasarkan skema perjanjian sewa jangka panjang melalui Entitas Anak. Perseroan juga menyediakan akses untuk operator telekomunikasi ke jaringan repeater dan IBS milik Perseroan sehingga dapat memancarkan jaringan sistem telekomunikasi di gedung-gedung perkantoran dan pusat-pusat perbelanjaan yang terletak pada wilayah perkotaan.

7. PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (TLKM)

PT Telkom Indonesia Tbk (Telkom) adalah perusahaan milik negara yang berfokus pada layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) serta jaringan telekomunikasi di Indonesia. Pemerintah Republik Indonesia memiliki mayoritas saham Telkom sebesar 52.09%, sementara sisanya sebesar 47.91% dimiliki oleh publik. Saham Telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode "TLKM" dan juga di New York Stock Exchange (NYSE) dengan kode "TLK".

8. PT Sarana Menara Nusantara Tbk (TOWR)

PT Sarana Menara Nusantara Tbk (TOWR) didirikan pada tahun 2008, di Kudus, Jawa Tengah. Fokus utama perusahaan adalah berinvestasi pada perusahaan pengelola yang memiliki dan mengoperasikan lokasi menara telekomunikasi dan menyewakannya kepada perusahaan komunikasi nirkabel. Investasi utama adalah kepemilikan 99,99% pada PT Profesional Telekomunikasi Indonesia (Protelindo). Protelindo memiliki dan mengoperasikan sekitar 21.639 lokasi menara telekomunikasi, dengan lebih dari 40.456 penyewa di Indonesia.

1) *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Variabel *Corporate Social Responsibility* diukur melalui indeks GRI-G4 dengan menggunakan 91 item. Hasil Tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Annual Report tahunan perusahaan dinyatakan dalam *Corporate Social Responsibility Index (CSRI)* yang akan dinilai dengan membandingkan jumlah pengungkapan yang dilakukan perusahaan dengan yang disyaratkan oleh GRI.

Berikut adalah hasil perhitungan CSRI pada perusahaan Sub sektor Telekomunikasi yang terdaftar di BEI Periode 2017 – 2023 :

Tabel 4. 1 *Corporate Social Responsibility* perusahaan industri sub sektor telekomunikasi terdaftar di BEI Periode 2017 – 2023

No	Kode Saham	<i>Corporate Socil Responsibility (%)</i>							Rata – rata Perusahaan
		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
1	BALI	0.418	0.308	0.330	0.352	0.363	0.330	0.297	0.342
2.	EXCL	0.374	0.264	0.308	0.319	0.341	0.297	0.286	0.312
3.	IBST	0.352	0.264	0.253	0.286	0.297	0.253	0.242	0.278
4.	ISAT	0.407	0.297	0.330	0.352	0.308	0.297	0.286	0.325
5.	LINK	0.440	0.308	0.352	0.363	0.308	0.297	0.308	0.339
6.	TBIG	0.374	0.275	0.330	0.341	0.308	0.297	0.286	0.316
7.	TLKM	0.396	0.264	0.297	0.319	0.286	0.264	0.264	0.298
8.	TOWR	0.473	0.330	0.363	0.274	0.285	0.307	0.330	0.338
Rata – rata pertahun		0.404	0.288	0.320	0.326	0.312	0.293	0.287	0.318
Maximum		0.472	0.330	0.363	0.363	0.363	0.330	0.330	0.342
Minimum		0.352	0.264	0.253	0.275	0.286	0.253	0.242	0.278
Standar Deviasi		0.039	0.025	0.034	0.032	0.027	0.024	0.027	0.022

Berdasarkan tabel 4.1 di atas terlihat bahwa *Corporate Social Responsibility* dari tahun 2017-2023 terus mengalami peningkatan, yang artinya tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap *stakeholders* semakin meningkat. Pada tahun 2017 pengungkapan CSR terendah yaitu 0,352 dihasilkan oleh IBST. Perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR tertinggi sebesar 0,472 adalah TOWR, dengan standar deviasi sebesar 0,039. Tahun 2018 pengungkapan CSR terendah masih dihasilkan oleh EXCL, IBST, dan TLKM sebesar 0,264. Sedangkan, pengungkapan CSR tertinggi sebesar 0,330 dihasilkan oleh TOWR, dengan standar deviasi 0,025.

Pada tahun 2019 pengungkapan CSR terendah yaitu 0,253 dihasilkan oleh IBST. Perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR tertinggi sebesar 0,363 adalah TOWR, dengan standar deviasi sebesar 0,034. Tahun 2020 pengungkapan CSR terendah dihasilkan oleh TOWR sebesar 0,275. Perusahaan dengan pengungkapan CSR tertinggi sebesar 0,363 dihasilkan oleh LINK, dengan standar deviasi sebesar 0,032.

Pada tahun 2021 pengungkapan CSR terendah yaitu 0,286 masih dihasilkan oleh TLKM. Sedangkan, untuk perusahaan yang memiliki tingkat pengungkapan CSR tertinggi sebesar 0,363 adalah BALI, dan standar deviasi sebesar 0,027. Tahun 2022 pengungkapan CSR terendah dihasilkan oleh IBST sebesar 0,253. Sedangkan, pengungkapan CSR tertinggi sebesar 0,330 dihasilkan oleh BALI, dan standar deviasi sebesar 0,024. Kemudian, Tahun 2023 pengungkapan CSR terendah dihasilkan oleh IBST sebesar 0,242. Sedangkan, pengungkapan CSR tertinggi sebesar 0,330 dihasilkan oleh TOWR, dan standar deviasi sebesar 0,027.

2) Return On Asset

Berikut ini perkembangan *Return On Assets* perusahaan industri sub sektor telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2017 - 2023 sebagai berikut :

Tabel 4. 2 *Return On Assets* perusahaan industri sub sektor telekomunikasi terdaftar di BEI Periode 2017 – 2023

No	Kode saham	<i>Return On Assets (%)</i>							Rata -rata Perusahaan
		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
1.	BALI	2,54	1,46	1,11	1,81	3,77	4,08	0,24	2,15
2.	EXCL	0,30	0,20	0,20	0,10	0,10	1,28	0,79	0,42
3.	IBST	4,12	1,89	1,45	0,65	0,66	0,44	0,51	1,39
4.	ISAT	2,20	-4,50	2,50	-1,10	8,90	3,40	1,86	1,89
5.	LINK	17,47	13,10	13,45	12,07	9,08	2,07	-4,22	9,00
6.	TBIG	9,40	2,50	2,90	3,20	4,10	3,92	1,64	3,95
7.	TLKM	16,50	13,10	12,50	12,00	12,20	10,10	11,98	12,63
8.	TOWR	11,20	9,60	0,50	0,50	0,60	5,33	2,41	4,31
Rata – rata Tahunan		4,25	2,49	2,16	1,83	2,19	1,61	0,80	2,19
Maximum		17,47	13,10	13,45	12,07	12,20	10,10	11,98	12,63
Minimum		0,30	-4,50	0,20	-1,10	0,10	0,44	-4,22	0,42
Standar deviasi		6,67	6,47	5,42	5,32	4,60	5,50	4,56	4,23

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan hasil dari ROA pada perusahaan sub sektor telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2023. Pada tahun 2017, nilai rata-rata *Return on Asset* (ROA) yaitu sebesar 4,25%. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Return on Asset* di atas rata-rata yaitu LINK, TBIG, TLKM, dan TOWR. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Asset* (ROA) di bawah rata-rata yaitu BALI, EXCL, IBST, dan ISAT. Nilai *Return on Asset* (ROA) tertinggi yaitu LINK sebesar 17,47%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Asset* (ROA) terendah yaitu EXCL sebesar 0,30%. Adapun standar deviasi *Return on Asset* pada tahun 2017 yaitu sebesar 6,67%.

Pada tahun 2018, nilai rata-rata *Return on Asset* (ROA) yaitu sebesar 2,49%. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Return on Asset* (ROA) di atas rata-rata yaitu LINK, TBIG, TLKM, dan TOWR. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Asset* (ROA) di bawah rata-rata yaitu BALI, EXCL, IBST, dan ISAT. Nilai *Return on Asset* (ROA) tertinggi yaitu LINK sebesar 13,10%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Asset* (ROA) terendah yaitu ISAT sebesar -4,50%. Adapun standar deviasi *Return on Asset* pada tahun 2018 yaitu sebesar 6,47%.

Pada tahun 2019, nilai rata-rata ROA yaitu sebesar 2,16%. Adapun perusahaan yang memiliki nilai ROA di atas rata-rata yaitu ISAT, LINK, TBIG, dan TLKM. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai ROA di bawah rata-rata yaitu BALI, EXCL, IBST, dan TLKM. Nilai *Return on Asset* (ROA) tertinggi yaitu LINK sebesar 13,45%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Asset* (ROA) terendah yaitu EXCL sebesar 0,20%. Adapun standar deviasi *Return on Asset* (ROA) pada tahun 2019 yaitu sebesar 5,42%.

Pada tahun 2020, nilai rata-rata *Return on Asset* (ROA) yaitu sebesar 1,83%. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Return on Asset* (ROA) di atas rata-rata yaitu LINK, TBIG, dan TLKM, . Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Asset* (ROA) di bawah rata-rata yaitu BALI, EXCL, IBST, ISAT dan TOWR. Nilai *Return on Asset* (ROA) tertinggi yaitu LINK sebesar 12,07%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Asset* (ROA) terendah yaitu ISAT sebesar -1,10%. Adapun standar deviasi *Return on Asset* (ROA) pada tahun 2020 yaitu sebesar 5,32%.

Pada tahun 2021, nilai rata-rata *Return on Asset* (ROA) yaitu sebesar 2,19%. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Return on Asset* (ROA) di atas rata-rata yaitu BALI, ISAT, LINK, TBIG, dan TLKM, . Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Asset* (ROA) di bawah rata-rata yaitu EXCL, IBST, dan TOWR. Nilai *Return on Asset* (ROA) tertinggi yaitu TLKM sebesar 12,20%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Asset* (ROA) terendah yaitu EXCL sebesar 0,10%. Adapun standar deviasi *Return on Asset* (ROA) pada tahun 2021 yaitu sebesar 4,60%.

Pada tahun 2022, nilai rata-rata *Return on Asset* (ROA) yaitu sebesar 1,61%. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Return on Asset* (ROA) di atas rata-rata yaitu BALI, ISAT, LINK, TBIG, TLKM, dan TOWR. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Asset* (ROA) di bawah rata-rata yaitu EXCL, dan IBST. Nilai *Return on Asset* (ROA) tertinggi yaitu TLKM sebesar 10,10%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Asset* (ROA) terendah yaitu IBST sebesar 0,44%. Adapun standar deviasi *Return on Asset* (ROA) pada tahun 2022 yaitu sebesar 5,50%.

Pada tahun 2023, nilai rata-rata *Return on Asset* (ROA) yaitu sebesar 0,80%. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Return on Asset* (ROA) di atas rata-rata yaitu ISAT, TBIG, TLKM, dan TOWR. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Asset* (ROA) di bawah rata-rata yaitu BALI, EXCL, IBST., dan LINK. Nilai *Return on Asset* (ROA) tertinggi yaitu TLKM sebesar 11,98%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Asset* (ROA) terendah yaitu LINK sebesar -4,22%. Adapun standar deviasi *Return on Asset* (ROA) pada tahun 2023 yaitu sebesar 4,56%.

Berdasarkan tabel 4.2 rata-rata *Return on Assets* (ROA) dari 8 perusahaan selama periode penelitian 2017-2023 yaitu sebesar 2,19%. Perusahaan yang memiliki nilai rata-rata *Return on Assets* (ROA) di atas rata-rata penelitian yaitu LINK, TBIG, TLKM, dan TOWR. Dan perusahaan yang memiliki nilai *Return on Assets*(ROA) di bawah rata-rata yaitu BALI, EXCL, IBST, dan ISAT. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Assets* (ROA) tertinggi yaitu TLKM sebesar 12,63%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Assets* terendah yaitu EXCL sebesar 0,42%. Adapun standar deviasi variabel *Return on Assets* pada tahun 2017-2023 yaitu sebesar 4,23%. Nilai standar deviasi yang paling besar terdapat pada tahun

2017 yaitu sebesar 6,67%. Sedangkan nilai standar deviasi yang paling kecil terdapat pada tahun 2022 yaitu sebesar 3,00%.

3) Return On Equity

Berikut ini perkembangan *Return On Equity* perusahaan industri sub sektor telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2017 - 2023 sebagai berikut :

Tabel 4. 3 *Return On Equity* perusahaan industri sub sektor telekomunikasi terdaftar di BEI Periode 2017 – 2023

No	Kode saham	<i>Return On Equity</i> (%)							Rata -rata Perusahaan
		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
1.	BALI	5,41	2,97	2,42	3,87	8,02	8,68	0,52	4,56
2.	EXCL	0,70	0,70	0,70	0,50	0,50	4,35	2,54	1,43
3.	IBST	6,07	2,80	2,22	1,08	0,96	0,70	0,78	2,09
4.	ISAT	8,10	-21,50	12,30	-6,00	73,50	11,78	6,58	12,11
5.	LINK	22,26	16,60	19,21	20,37	16,87	4,85	-12,35	12,54
6.	TBIG	99,80	21,10	19,60	14,70	17,20	15,47	6,34	27,74
7.	TLKM	29,20	23,00	23,50	24,50	23,30	18,50	5,79	21,11
8.	TOWR	29,60	27,40	1,70	1,60	3,30	24,23	10,56	14,05
Rata – rata Tahunan		13,41	4,87	5,10	3,79	7,98	4,66	1,09	5,84
Maximum		99,80	27,40	23,50	24,50	73,50	24,23	10,56	27,74
Minimum		0,70	-21,50	0,70	-6,00	0,50	0,70	-12,35	1,43
Standar deviasi		32,20	16,09	9,54	10,87	23,97	7,98	6,91	9,27

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan pada tahun 2017, nilai rata-rata *Return on Equity* (ROE) yaitu sebesar 13,41%. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Return on Equity* (ROE) di atas rata-rata yaitu LINK, TBIG, TLKM, dan TOWR. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Equity* (ROE) di bawah rata-rata yaitu BALI, EXCL, IBST, dan ISAT. Nilai *Return on Equity* (ROE) tertinggi yaitu TBIG sebesar 99,80%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Equity* (ROE) terendah yaitu 0EXCL sebesar 0,70%. Adapun standar deviasi *Return on Equity* (ROE) pada tahun 2017 yaitu sebesar 32,20%.

Pada tahun 2018, nilai rata-rata *Return on Equity* (ROE) yaitu sebesar 4,87%. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Return on Equity* (ROE) di atas rata-rata yaitu LINK, TBIG, TLKM, dan TOWR. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Equity* (ROE) di bawah rata-rata yaitu BALI, EXCL, IBST, dan ISAT. Nilai *Return on Equity* (ROE) tertinggi yaitu TOWR sebesar 27,40%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Equity* (ROE) terendah yaitu ISAT sebesar -21,50%. Adapun standar deviasi *Return on Equity* (ROE) pada tahun 2018 yaitu sebesar 16,09%.

Pada tahun 2019, nilai rata-rata *Return on Equity* (ROE) yaitu sebesar 5,10%. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Return on Equity* (ROE) di atas rata-rata yaitu ISAT, LINK, TBIG, dan TLKM. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Equity* (ROE) di bawah rata-rata yaitu BALI, EXCL, IBST, dan TOWR. Nilai *Return on Equity* (ROE) tertinggi yaitu TLKM sebesar 23,50%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Equity* (ROE) terendah yaitu EXCL sebesar 0,70%. Adapun standar deviasi *Return on Equity* (ROE) pada tahun 2019 yaitu sebesar 9,54%.

Pada tahun 2020, nilai rata-rata *Return on Equity* (ROE) yaitu sebesar 3,79%. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Return on Equity* (ROE) di atas rata-rata yaitu BALI, LINK, TBIG, dan TLKM. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Equity* (ROE) di bawah rata-rata yaitu EXCL, ISAT, IBST, dan TOWR. Nilai *Return on Equity* (ROE) tertinggi yaitu TLKM sebesar 24,50%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Equity* (ROE) terendah yaitu ISAT sebesar -6,00%. Adapun standar deviasi *Return on Equity* (ROE) pada tahun 2020 yaitu sebesar 10,87%.

Pada tahun 2021, nilai rata-rata *Return on Equity* (ROE) yaitu sebesar 7,98%. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Return on Equity* (ROE) di atas rata-rata yaitu BALI, ISAT, LINK, TBIG, dan TLKM. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Equity* (ROE) di bawah rata-rata yaitu EXCL, IBST, dan TOWR. Nilai *Return on Equity* (ROE) tertinggi yaitu ISAT sebesar 73,50%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Equity* (ROE) terendah yaitu EXCL sebesar 0,50%. Adapun standar deviasi *Return on Equity* (ROE) pada tahun 2020 yaitu sebesar 23,97%.

Pada tahun 2022, nilai rata-rata *Return on Equity* (ROE) yaitu sebesar 4,66%. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Return on Equity* (ROE) di atas rata-rata yaitu BALI, ISAT, TBIG, TLKM, dan TLKM. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Equity* (ROE) di bawah rata-rata yaitu EXCL, IBST, dan LINK. Nilai *Return on Equity* (ROE) tertinggi yaitu TOWR sebesar 24,23%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Equity* (ROE) terendah yaitu IBST sebesar 0,70%. Adapun standar deviasi *Return on Equity* (ROE) pada tahun 2022 yaitu sebesar 7,98%.

Pada tahun 2023, nilai rata-rata *Return on Equity* (ROE) yaitu sebesar 1,09%. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Return on Equity* (ROE) di atas rata-rata yaitu EXCL, ISAT, TBIG, TLKM, dan TOWR. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Equity* (ROE) di bawah rata-rata yaitu BALI, IBST, dan LINK. Nilai *Return on Equity* (ROE) tertinggi yaitu TOWR sebesar 10,56%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Equity* (ROE) terendah yaitu LINK sebesar -12,35%. Adapun standar deviasi *Return on Equity* (ROE) pada tahun 2023 yaitu sebesar 9,27%.

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan rata-rata *Return on Assets* (ROA) dari 8 perusahaan selama periode penelitian 2017-2023 yaitu sebesar 5,84%. Perusahaan yang memiliki nilai rata-rata *Return on Assets* (ROA) di atas rata-rata penelitian yaitu ISAT, LINK, TBIG, TLKM, dan TOWR. Dan perusahaan yang memiliki nilai *Return on Assets* (ROA) di bawah rata-rata yaitu BALI, EXCL, dan IBST. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Assets* (ROA) tertinggi yaitu TBIG sebesar 27,74%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Assets* terendah yaitu EXCL sebesar 1,43%. Adapun standar deviasi variabel *Return on Assets* pada tahun 2017-2023 yaitu sebesar 9,27%. Nilai standar deviasi yang paling besar terdapat pada tahun 2017 yaitu sebesar 32,20%. Sedangkan nilai standar deviasi yang paling kecil terdapat pada tahun 2023 yaitu sebesar 6,91%.

4) Return On Sales

Berikut ini perkembangan *Return On Sales* perusahaan industri sub sektor telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2017 - 2023 sebagai berikut :

Tabel 4. 4 *Return On Sales* perusahaan industri sub sektor telekomunikasi terdaftar di BEI Periode 2017 – 2023

No	Kode saham	<i>Return On Sales (%)</i>							Rata -rata Perusahaan
		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
1.	BALI	16,44	13,70	9,58	13,77	22,72	24,19	19,74	17,16
2.	EXCL	7,25	-12,08	13,03	-1,63	14,91	13,78	14,24	7,07
3.	IBST	19,45	17,23	12,13	8,21	7,76	5,95	7,62	11,19
4.	ISAT	13,47	-2,01	16,19	8,59	47,21	27,07	19,31	18,55
5.	LINK	39,41	30,05	33,03	30,80	25,73	7,55	-14,93	21,66
6.	TBIG	74,87	73,01	71,70	71,63	69,68	65,64	65,94	70,35
7.	TLKM	34,25	29,70	29,70	31,27	33,21	26,87	31,33	30,91
8.	TOWR	78,04	73,72	70,75	52,75	62,49	61,87	60,08	65,67
Rata – rata Tahunan		18,88	14,89	16,01	13,46	15,76	12,26	10,70	14,57
Maximum		78,04	73,72	71,70	71,63	69,68	65,64	65,94	70,35
Minimum		7,25	-12,08	9,58	-1,63	7,76	-14,93	-14,93	7,07
Standar deviasi		27,47	31,51	25,61	25,00	22,33	26,77	26,77	24,34

Sumber : Data diolah, 2024

Pada tahun 2017, nilai rata-rata *Return on Sales* (ROS) yaitu sebesar 18,88%. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Return on Sales* (ROS) di atas rata-rata yaitu IBST, LINK, TBIG, TLKM, dan TOWR . Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Equity* (ROE) di bawah rata-rata yaitu BALI, EXCL, dan ISAT. Nilai *Return on Sales* (ROS) tertinggi yaitu TOWR sebesar 78,04%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Sales* (ROS) terendah yaitu EXCL sebesar 7,25%. Adapun standar deviasi *Return on Sales* (ROS) pada tahun 2017 yaitu sebesar 27,47%.

Pada tahun 2018, nilai rata-rata *Return on Sales* (ROS) yaitu sebesar 14,89%. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Return on Sales* (ROS) di atas rata-rata yaitu BALI, IBST, LINK, TBIG, TLKM, dan TOWR. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Equity* (ROE) di bawah rata-rata yaitu EXCL, dan ISAT. Nilai *Return on Sales* (ROS) tertinggi yaitu TOWR sebesar 73,72%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Sales* (ROS) terendah yaitu EXCL sebesar -12,08%. Adapun standar deviasi *Return on Sales* (ROS) pada tahun 2018 yaitu sebesar 31,51%.

Pada tahun 2019, nilai rata-rata *Return on Sales* (ROS) yaitu sebesar 16,01%. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Return on Sales* (ROS) di atas rata-rata yaitu ISAT, LINK, TBIG, TLKM, dan TOWR. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Equity* (ROE) di bawah rata-rata yaitu EXCL, IBST, dan ISAT. Nilai *Return on Sales* (ROS) tertinggi yaitu TBIG sebesar 71,70%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Sales* (ROS) terendah yaitu BALI sebesar 9,58%. Adapun standar deviasi *Return on Sales* (ROS) pada tahun 2019 yaitu sebesar 25,61%.

Pada tahun 2020, nilai rata-rata *Return on Sales* (ROS) yaitu sebesar 13,46%. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Return on Sales* (ROS) di atas rata-rata yaitu LINK, TBIG, TLKM, dan TOWR. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Equity* (ROE) di bawah rata-rata yaitu BALI, EXCL, IBST, dan ISAT. Nilai *Return on Sales* (ROS) tertinggi yaitu TBIG sebesar 71,63%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Sales* (ROS) terendah yaitu EXCL sebesar -1,63%. Adapun standar deviasi *Return on Sales* (ROS) pada tahun 2020 yaitu sebesar 25,00%.

Pada tahun 2021, nilai rata-rata *Return on Sales* (ROS) yaitu sebesar 15,76%. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Return on Sales* (ROS) di atas rata-rata yaitu BALI, ISAT, LINK, TBIG, TLKM, dan TOWR. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Equity* (ROE) di bawah rata-rata yaitu EXCL, dan IBST. Nilai *Return on Sales* (ROS) tertinggi yaitu TBIG sebesar 69,68%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Sales* (ROS) terendah yaitu IBST sebesar 7,76%. Adapun standar deviasi *Return on Sales* (ROS) pada tahun 2021 yaitu sebesar 22,33%.

Pada tahun 2022, nilai rata-rata *Return on Sales* (ROS) yaitu sebesar 12,26%. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Return on Sales* (ROS) di atas rata-rata yaitu BALI, EXCL, ISAT, TBIG, TLKM, dan TOWR. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Equity* (ROE) di bawah rata-rata yaitu IBST, dan LINK. Nilai *Return on Sales* (ROS) tertinggi yaitu TBIG sebesar 65,64%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Sales* (ROS) terendah yaitu IBST sebesar 5,96%. Adapun standar deviasi *Return on Sales* (ROS) pada tahun 2022 yaitu sebesar 22,92%.

Pada tahun 2023, nilai rata-rata *Return on Sales* (ROS) yaitu sebesar 10,70%. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Return on Sales* (ROS) di atas rata-rata yaitu BALI, IBST, ISAT, TBIG, TLKM, dan TOWR. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Equity* (ROE) di bawah rata-rata yaitu EXCL, dan LINK. Nilai *Return on Sales* (ROS) tertinggi yaitu TBIG sebesar 65,94%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Sales* (ROS) terendah yaitu LINK sebesar -14,93%. Adapun standar deviasi *Return on Sales* (ROS) pada tahun 2023 yaitu sebesar 26,77%.

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan rata-rata *Return on Sales* (ROS) dari 8 perusahaan selama periode penelitian 2017-2023 yaitu sebesar 14,57%. Perusahaan yang memiliki nilai rata-rata *Return on Sales* (ROS) di atas rata-rata penelitian yaitu BALI, ISAT, LINK, TBIG, TLKM, dan TOWR. Dan perusahaan yang memiliki nilai *Return on Sales* (ROS) di bawah rata-rata yaitu EXCL, dan IBST. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Sales* (ROS) tertinggi yaitu TBIG sebesar 70,35%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Return on Sales* terendah yaitu EXCL sebesar 7,07%. Adapun standar deviasi variabel *Return on Sales* pada tahun 2017-2023 yaitu sebesar 24,34%. Nilai standar deviasi yang paling besar terdapat pada tahun 2017 yaitu sebesar 31,51%. Sedangkan nilai standar deviasi yang paling kecil terdapat pada tahun 2021 yaitu sebesar 22,33%.

5) *Net Profit Margin*

Berikut ini perkembangan *Net Profit Margin* perusahaan industri sub sektor telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2017 - 2023 sebagai berikut :

Tabel 4. 5 *Net Profit Margin* perusahaan industri sub sektor telekomunikasi terdaftar di BEI Periode 2017 – 2023

No	Kode saham	<i>Net Profit Margin (%)</i>							Rata -rata Perusahaan
		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
1.	BALI	19,22	10,85	7,45	10,84	19,92	21,68	1,81	13,11
2.	EXCL	1,64	-14,37	2,84	1,43	4,81	3,85	4,17	0,62
3.	IBST	34,41	16,27	11,84	5,99	6,50	3,82	5,92	12,11
4.	ISAT	4,35	-9,01	7,89	-2,26	37,65	15,83	8,28	8,96
5.	LINK	29,63	21,16	23,82	23,26	19,83	5,51	-13,58	15,66
6.	TBIG	58,14	16,27	18,43	20,02	25,91	39,45	21,85	28,58
7.	TLKM	34,30	29,70	31,30	31,90	33,20	26,90	22,89	30,03
8.	TOWR	39,34	37,49	36,46	38,33	39,93	31,68	27,68	35,84
Rata – rata Tahunan		14,74	7,22	8,75	8,09	10,43	7,83	4,16	8,75
Maximum		58,14	37,49	36,46	38,33	39,93	39,45	27,68	35,84
Minimum		1,64	-14,37	2,84	-2,26	4,81	3,82	-13,58	0,62
Standar deviasi		18,71	17,74	12,14	14,60	13,28	13,63	13,60	12,09

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan *Net Profit Margin* (NPM) pada perusahaan Sub sektor Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2023. Pada tahun 2017, nilai rata-rata *Net Profit Margin* (NPM) yaitu sebesar 14,74%. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Net Profit Margin* (NPM) di atas rata-rata yaitu BALI, IBST, LINK, TBIG, TLKM, dan TOWR. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Net Profit Margin* (NPM) di bawah rata-rata yaitu EXCL, dan ISAT. Nilai *Net Profit Margin* (NPM) tertinggi yaitu TBIG sebesar 58,14%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Net Profit Margin* (NPM) terendah yaitu EXCL sebesar 1,64%. Adapun standar deviasi *Net Profit Margin* (NPM) pada tahun 2017 yaitu sebesar 18,71%.

Pada tahun 2018, nilai rata-rata *Net Profit Margin* (NPM) yaitu sebesar 7,22%. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Net Profit Margin* (NPM) di atas rata-rata yaitu BALI, IBST, LINK, TBIG, TLKM, dan TOWR. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Net Profit Margin* (NPM) di bawah rata-rata yaitu EXCL, dan ISAT. Nilai *Net Profit Margin* (NPM) tertinggi yaitu TOWR sebesar 37,49%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Net Profit Margin* (NPM) terendah yaitu EXCL sebesar -14,37%. Adapun standar deviasi *Net Profit Margin* (NPM) pada tahun 2018 yaitu sebesar 17,74%.

Pada tahun 2019, nilai rata-rata *Net Profit Margin* (NPM) yaitu sebesar 8,75%. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Net Profit Margin* (NPM) di atas rata-rata yaitu IBST, LINK, TBIG, TLKM, dan TOWR. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Net Profit Margin* (NPM) di bawah rata-rata yaitu BALI, EXCL, dan ISAT. Nilai *Net Profit Margin* (NPM) tertinggi yaitu TOWR sebesar 36,46%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Net Profit Margin* (NPM) terendah yaitu EXCL

sebesar 2,84%. Adapun standar deviasi *Net Profit Margin* (NPM) pada tahun 2019 yaitu sebesar 12,14%.

Pada tahun 2020, nilai rata-rata *Net Profit Margin* (NPM) yaitu sebesar 8,09%. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Net Profit Margin* (NPM) di atas rata-rata yaitu BALI, LINK, TBIG, TLKM, dan TOWR. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Net Profit Margin* (NPM) di bawah rata-rata yaitu EXCL, IBST dan ISAT. Nilai *Net Profit Margin* (NPM) tertinggi yaitu TOWR sebesar 38,33%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Net Profit Margin* (NPM) terendah yaitu ISAT sebesar -2,26%. Adapun standar deviasi *Net Profit Margin* (NPM) pada tahun 2020 yaitu sebesar 14,60%.

Pada tahun 2021, nilai rata-rata *Net Profit Margin* (NPM) yaitu sebesar 10,43%. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Net Profit Margin* (NPM) di atas rata-rata yaitu BALI, ISAT, LINK, TBIG, TLKM, dan TOWR. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Net Profit Margin* (NPM) di bawah rata-rata yaitu EXCL, dan IBST. Nilai *Net Profit Margin* (NPM) tertinggi yaitu TOWR sebesar 39,93%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Net Profit Margin* (NPM) terendah yaitu EXCL sebesar 4,81%. Adapun standar deviasi *Net Profit Margin* (NPM) pada tahun 2021 yaitu sebesar 13,28%.

Pada tahun 2022, nilai rata-rata *Net Profit Margin* (NPM) yaitu sebesar 7,83%. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Net Profit Margin* (NPM) di atas rata-rata yaitu BALI, ISAT, TBIG, TLKM, dan TOWR. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Net Profit Margin* (NPM) di bawah rata-rata yaitu EXCL, IBST, dan LINK. Nilai *Net Profit Margin* (NPM) tertinggi yaitu TBIG sebesar 39,45%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Net Profit Margin* (NPM) terendah yaitu IBST sebesar 3,82%. Adapun standar deviasi *Net Profit Margin* (NPM) pada tahun 2022 yaitu sebesar 13,63%.

Pada tahun 2023, nilai rata-rata *Net Profit Margin* (NPM) yaitu sebesar 4,16%. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Net Profit Margin* (NPM) di atas rata-rata yaitu EXCL, IBST, ISAT, TBIG, TLKM, dan TOWR. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Net Profit Margin* (NPM) di bawah rata-rata yaitu BALI, dan LINK. Nilai *Net Profit Margin* (NPM) tertinggi yaitu TOWR sebesar 27,68%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Net Profit Margin* (NPM) terendah yaitu LINK sebesar -13,58%. Adapun standar deviasi *Net Profit Margin* (NPM) pada tahun 2023 yaitu sebesar 13,60%.

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan rata-rata *Net Profit Margin* (NPM) dari 8 perusahaan selama periode penelitian 2017-2023 yaitu sebesar 8,75%. Perusahaan yang memiliki nilai rata-rata *Net Profit Margin* (NPM) di atas rata-rata penelitian yaitu BALI, IBST, ISAT, LINK, TBIG, TLKM, dan TOWR. Dan perusahaan yang memiliki nilai *Net Profit Margin* (NPM) di bawah rata-rata yaitu EXCL. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Net Profit Margin* (NPM) tertinggi yaitu TWOR sebesar 35,84%. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Net Profit Margin* (NPM) terendah yaitu EXCL sebesar 0,62%. Adapun standar deviasi variabel *Net Profit Margin* (NPM) pada tahun 2017-2023 yaitu sebesar 12,09%. Nilai standar deviasi yang paling besar terdapat pada tahun 2017 yaitu sebesar 18,71%. Sedangkan nilai standar deviasi yang paling kecil terdapat pada tahun 2019 yaitu sebesar 12,14%.

6) *Earning Per Share*

Berikut ini perkembangan *Earning Per Share* (EPS) perusahaan industri sub sektor telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2017 - 2023 sebagai berikut :

Tabel 4. 6 *Earning Per Share* (EPS) perusahaan industri sub sektor telekomunikasi terdaftar di BEI Periode 2017 – 2023

No	Kode saham	<i>Earning Per Share</i> (Rp)							Rata -rata Perusahaan
		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
1.	BALI	16,93	13,74	11,70	21,45	47,92	53,90	3,27	24,13
2.	EXCL	35,00	-308,00	67,00	35,00	121,00	105,00	50,08	15,01
3.	IBST	194,04	108,08	95,37	49,75	46,90	30,74	36,37	80,18
4.	ISAT	209,02	-383,71	288,74	-131,90	1.262,46	406,57	236,70	269,70
5.	LINK	331,05	259,29	312,42	328,90	309,21	84,07	-0,19	232,11
6.	TBIG	520,80	156,31	39,26	48,40	74,25	73,44	30,57	134,72
7.	TLKM	223,55	182,03	188,40	210,01	249,94	209,49	128,77	198,88
8.	TOWR	41,00	43,00	46,00	57,00	69,00	69,00	31,00	50,86
Rata – rata Tahunan		104,76	4,72	65,56	38,66	121,15	54,33	27,19	59,48
Maximum		520,80	259,29	312,42	328,90	1,262,46	406,57	236,70	269,70
Minimum		16,93	-383,71	11,697	-131,90	46,90	30,74	0,19	15,01
Standar deviasi		171,83	232,99	117,31	137,11	411,77	124,27	80,17	98,37

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan *Earning Per Share* (EPS) pada perusahaan Sub sektor Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2023. Pada tahun 2017, nilai rata-rata *Earning Per Share* (EPS) yaitu sebesar Rp. 103,76. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Earning Per Share* (EPS) di atas rata-rata yaitu IBST, ISAT LINK, SUPR, TBIG, dan TLKM. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Earning Per Share* (EPS) di bawah rata-rata yaitu BALI, EXCL, dan TOWR. Nilai *Earning Per Share* (EPS) tertinggi yaitu TBIG sebesar Rp. 520,80. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Earning Per Share* (EPS) terendah yaitu BALI sebesar Rp. 16,93. Adapun standar deviasi *Earning Per Share* (EPS) pada tahun 2017 yaitu sebesar Rp. 171,83.

Pada tahun 2018, nilai rata-rata *Earning Per Share* (EPS) yaitu sebesar Rp. 4,72. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Earning Per Share* (EPS) di atas rata-rata yaitu BALI, IBST, LINK, TBIG, TLKM, dan TOWR. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Earning Per Share* (EPS) di bawah rata-rata yaitu EXCL, dan ISAT. Nilai *Earning Per Share* (EPS) tertinggi yaitu LINK sebesar Rp. 259,29. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Earning Per Share* (EPS) terendah yaitu ISAT sebesar -Rp. 383,71. Adapun standar deviasi *Earning Per Share* (EPS) pada tahun 2018 yaitu sebesar Rp. 232,99.

Pada tahun 2019, nilai rata-rata *Earning Per Share* (EPS) yaitu sebesar Rp. 65,56. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Earning Per Share* (EPS) di atas rata-rata yaitu EXCL, IBST, ISAT, LINK, dan TLKM. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Earning Per Share* (EPS) di bawah rata-rata yaitu BALI, TBIG, dan TOWR. Nilai EPS tertinggi yaitu LINK sebesar Rp. 312,42. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai EPS terendah yaitu BALI sebesar Rp. 11,70 . Adapun standar deviasi *Earning Per Share* (EPS) pada tahun 2019 yaitu sebesar Rp. 117,31.

Pada tahun 2020, nilai rata-rata *Earning Per Share* (EPS) yaitu sebesar Rp. 38,66. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Earning Per Share* (EPS) di atas rata-rata yaitu ISBT, LINK, TBIG, TLKM, dan TOWR. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Earning Per Share* (EPS) di bawah rata-rata yaitu BALI, EXCL, dan ISAT. Nilai *Earning Per Share* (EPS) tertinggi yaitu LINK sebesar Rp. 328,90. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Earning Per Share* (EPS) terendah yaitu ISAT sebesar -Rp. 131,90. Adapun standar deviasi *Earning Per Share* (EPS) pada tahun 2020 yaitu sebesar Rp. 137,11.

Pada tahun 2021, nilai rata-rata *Earning Per Share* (EPS) yaitu sebesar Rp. 121,15. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Earning Per Share* (EPS) di atas rata-rata yaitu EXCL, ISAT, LINK, dan TLKM. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Earning Per Share* (EPS) di bawah rata-rata yaitu BALI, IBST, TBIG, dan TOWR. Nilai *Earning Per Share* (EPS) tertinggi yaitu ISAT sebesar Rp. 1.262,46. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Earning Per Share* (EPS) terendah yaitu IBST sebesar Rp. 46,90. Adapun standar deviasi *Earning Per Share* (EPS) pada tahun 2021 yaitu sebesar Rp. 411,77.

Pada tahun 2022, nilai rata-rata *Earning Per Share* (EPS) yaitu sebesar Rp. 54,33. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Earning Per Share* (EPS) di atas rata-rata yaitu EXCL, ISAT, LINK, TBIG, TLKM, dan TOWR. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Earning Per Share* (EPS) di bawah rata-rata yaitu BALI, dan IBST. Nilai *Earning Per Share* (EPS) tertinggi yaitu ISAT sebesar Rp. 406,57. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Earning Per Share* (EPS) terendah yaitu IBST sebesar Rp. 30,74. Adapun standar deviasi *Earning Per Share* (EPS) pada tahun 2022 yaitu sebesar Rp. 124,27.

Pada tahun 2023, nilai rata-rata *Earning Per Share* (EPS) yaitu sebesar Rp. 27,19. Adapun perusahaan yang memiliki nilai *Earning Per Share* (EPS) di atas rata-rata yaitu EXCL, IBST, ISAT, TBIG, TLKM, dan TOWR. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Earning Per Share* (EPS) di bawah rata-rata yaitu BALI, dan LINK. Nilai *Earning Per Share* (EPS) tertinggi yaitu ISAT sebesar Rp. 236,70. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Earning Per Share* (EPS) terendah yaitu LINK sebesar -Rp. 0,19. Adapun standar deviasi *Earning Per Share* (EPS) pada tahun 2023 yaitu sebesar Rp. 80,17.

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan, rata-rata *Earning Per Share* (EPS) dari 8 perusahaan selama periode penelitian 2017-2023 yaitu sebesar Rp. 59,48. Perusahaan yang memiliki nilai rata-rata *Earning Per Share* (EPS) di atas rata-rata penelitian yaitu IBST, ISAT, LINK, TBIG, dan TLKM. Dan perusahaan yang memiliki nilai *Earning Per Share* (EPS) di bawah rata-rata yaitu BALI, EXCL, dan TOWR. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai EPS tertinggi yaitu ISAT sebesar Rp. 269,70. Sedangkan, perusahaan yang memiliki nilai *Earning Per Share* (EPS) terendah yaitu EXCL sebesar Rp. 15,01. Adapun standar deviasi *Earning Per Share* (EPS) pada tahun 2017-2023 yaitu sebesar Rp. 98,37. Nilai standar deviasi yang paling besar terdapat pada tahun 2021 yaitu sebesar Rp. 411,77. Sedangkan nilai standar deviasi yang paling kecil terdapat pada tahun 2023 yaitu sebesar Rp. 80,17.

4.2 Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis data menggunakan regresi data panel, hal ini dikarenakan data yang digunakan merupakan gabungan data *time series* dan *cross section*. Penelitian ini bermaksud untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan pada 8 perusahaan telekomunikasi terdaftar di BEI periode 2017 -2023. Analisis data panel pada penelitian ini meliputi uji model data panel, uji asumsi klasik, dan estimasi model regresi data panel.

4.2.1 Uji Model Data Panel

Uji model data panel merupakan pengujian yang digunakan untuk menguji yang paling tepat dalam mengestimasi data panel dengan menentukan *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM) atau *Random Effect Model* (REM). Terdapat beberapa pengujian yang dapat dilakukan untuk mengestimasi data panel yaitu uji *chow*, uji *hausman* dan uji *lagrange multiplier*.

1. Uji Chow

Uji chow merupakan pengujian yang digunakan untuk menguji yang paling tepat dalam mengestimasi data panel dengan menentukan *fixed effect model* ,*random effect model*. Pada uji chow dapat melihat dari jika nilai probabilitas untuk Cross section F dan Cross section Chi square $> 0,05$ maka model yang dipilih adalah Common Effect Model, sebaliknya jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka model yang dipilih adalah Fixed Effect Model. Berikut adalah tabel hasil uji *chow* :

Tabel 4. 7 Hasil Uji Chow

	Statistic	Probabiliy
<i>Return On Assets</i>	58.440721	0.0000
<i>Return On Equity</i>	16.521307	0.0208
<i>Return On Sales</i>	110.639465	0.0000
<i>Net Profit Margin</i>	50.931028	0.0000
<i>Earning Per Share</i>	11.930710	0.1029

Sumber : Data diolah dengan *Eviews* (2024)

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai probabilitas $< 0,05$, artinya nilai tersebut kurang dari probabilitas yang digunakan yaitu sebesar 5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model yang terpilih pada *Return On Assets*, *Return On Equity*, *Return On Sales*, *Net Profit Margin*, dan *Earning Per Share* adalah *Fixed Effect Model*.

2. Uji Hausman

Uji hausman merupakan pengujian yang digunakan untuk menguji yang paling tepat dalam mengestimasi data panel dengan menentukan *Fixed Effect Model* atau *Random Effect Model*. Dalam uji hausman melihat dari jika nilai probabilitas untuk *Cross section* F dan *Cross section Chi square* $> 0,05$ maka model yang dipilih adalah *Random Effect Model*, sebaliknya jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka model yang dipilih adalah *Fixed Effect Model*. Berikut adalah tabel hasil hausman :

Tabel 4. 8 Hasil Uji Hausman

	Chi-Sq. Statistic	Probabiliy
<i>Return On Assets</i>	0.236500	0.6267
<i>Return On Equity</i>	0.199987	0.6547
<i>Return On Sales</i>	0.161837	0.6875
<i>Net Profit Margin</i>	0.023209	0.8789
<i>Earning Per Share</i>	0.067023	0.7957

Sumber : Data diolah dengan *Eviews* (2024)

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan hasil bahwa nilai probabilitas $> 0,05$, artinya nilai tersebut lebih dari probabilitas yang digunakan yaitu sebesar 5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model yang terpilih pada *Return On Assets*, *Return On Equity*, *Return On Sales*, *Net Profit Margin*, dan *Earning Per Share* adalah *Random Effect Model*.

3. Uji Lagrange Multiplier

Uji *Lagrange multiplier* pengujian yang digunakan untuk menguji yang paling tepat dalam mengestimasi data panel dengan menentukan *Random Effect Model* atau *Common Effect Model*. Dalam uji LM apabila nilai *Both Breusch-Pagan* $< 0,05$ maka model yang dipilih adalah *Random Effect Model*, tetapi jika nilai *Both Breusch-Pagan* $> 0,05$ maka model yang dipilih adalah *Common Effect Model*.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Lagrange Multiplier

	Both Breusch-Pagan
<i>Return On Assets</i>	0.0000
<i>Return On Equity</i>	0.0452
<i>Return On Sales</i>	0,0000
<i>Net Profit Margin</i>	0,0000
<i>Earning Per Share</i>	0,4620

Sumber : Data diolah dengan *Eviews* (2024)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa *Return On Assets*, *Return On Equity*, *Return On sales*, dan *Net Profit Margin* memiliki nilai probabilitas *cross section Breusch-pagan* $< 0,05$ maka model yang terpilih adalah *Random Effect Model*. Sedang *Earning Per Share* memiliki nilai probabilitas *cross section Breusch-pagan* $> 0,05$ maka model yang terpilih adalah *Common Effect Model* (CEM).

Setelah mlakukan ketiga pengujian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa yang paling tepat model digunakan untuk mengestimasi data panel *Return On Assets*, *Return On Equity*, *Return On sales*, dan *Net Profit Margin* dalam penelitian ini adalah *Random Effect Model*. Sedangkan, untuk *Earning Per Share* model yang paling tepat digunakan adalah *Common Effect Model* (CEM).

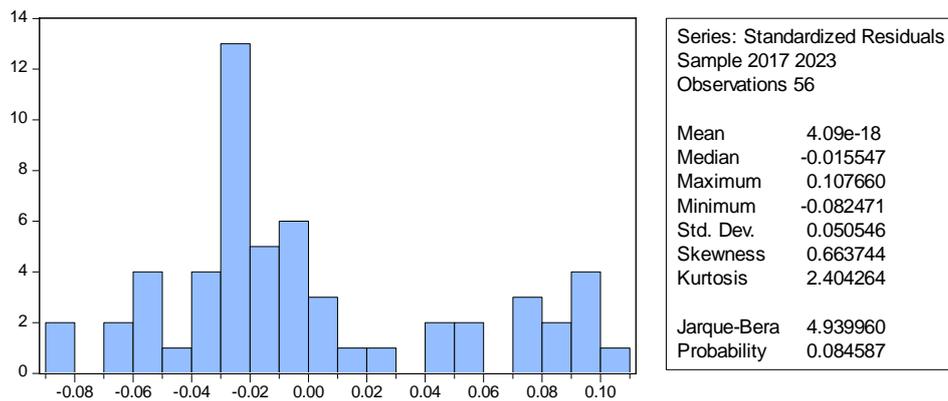
4.2.2 Uji Asumsi Klasik Data Panel

Hasil uji data panel menunjukkan bahwa pengujian yang digunakan untuk menguji yang paling tepat dalam mengestimasi data panel pada penelitian ini yaitu *Random Effect Model* dan *Common Effect Model*. Uji asumsi klasik yang dipakai yaitu Uji Normalitas, Uji Autokorelasi, dan Uji Heterokedasitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dengan tujuan untuk menguji normal atau tidak nilai residual yang dihasilkan dari regresi. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Distribusi dikatakan normal jika memiliki nilai signifikan $> 0,05$, dibawah ini uji normalitas:

Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas



Sumber : Data diolah dengan *Eviews* (2024)

Berdasarkan output gambar 4.1 diketahui bahwa nilai *normality probability* $> 0,05$ yaitu sebesar 0,084587 ($0,084587 > 0,05$), maka nilai residual tersebut berdistribusi normal.

2. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji adaya terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual yang dilakukan pengamatan. Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas, sedangkan apabila nilai probabilitas $< 0,05$ maka dapat disimpulkan terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode uji *glejser*:

Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.052462	0.103203	-0.508342	0.6133
CSR	0.395057	0.317612	1.243837	0.2189

Sumber : Data diolah dengan *Eviews* (2024)

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilihat bahwa nilai variabel independent yakni *Corporate Social Responsibility* sebesar 0,2189. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

4.2.3 Hasil Uji Regresi Data Panel

Berdasarkan uji model yang telah dilakukan, model yang digunakan adalah *Random Effect Model* dan *Common Effect Model*. Hasil pengujian regresi data panel akan menghasilkan pengujian secara parsial (uji t), dan nilai determinasi (R²). Dalam penelitian data panel ini variabel yang diuji yaitu *Corporate social Responsibility* (X) *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), *Return On sales* (ROS), *Net Profit Margin* (NPM), dan *Earning Per Share* (EPS). Berikut ini output dari analisis :

1. *Return On Assets* (ROA)

Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Data Panel Variabel *Return On Assets*

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.079448	0.036150	-2.197716	0.0323
X	0.389346	0.101435	3.838396	0.0003

Sumber : Data diolah dengan *Eviews* (2024)

Berdasarkan hasil pengolahan data panel dengan menggunakan *Random Effect Model* maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut

$$\text{Return On Assets} = a + \beta X$$

$$\text{Return On Assets} = -0,079448 + 0,389346 * \text{CSR}$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta sebesar -0.079448 artinya jika *Corporate Social Responsibility* bernilai 0, maka *Return On Assets* sama dengan sebesar -0.079448.

2. Nilai koefisien regresi *Corporate Social Responsibility* bernilai 0.389346, artinya apabila *Corporate Social Responsibility* mengalami kenaikan sebesar 1%, maka *Return On Assets* mengalami peningkatan sebesar 0.389346 dengan asumsi variabel yang lain bernilai tetap.

2. Return On Equity (ROE)

Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Data Panel Variabel *Return On Equity*

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.210981	0.161221	-1.308646	0.1962
X	1.037045	0.493520	2.101324	0.0403

Sumber : Data diolah dengan *Eviews* (2024)

Berdasarkan hasil pengolahan data panel dengan menggunakan *Random Effect Model* maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut

$$\text{Return On Equity} = a + \beta X$$

$$\text{Return On Equity} = -0,210981 + 1,037045 * \text{CSR}$$

1. Nilai Konstanta sebesar -0.210981 artinya jika *Corporate Social Responsibility* bernilai 0, maka *Return On Equity* sama dengan sebesar -0.210981.
2. Nilai koefisien regresi *Corporate Social Responsibility* bernilai 1.037045, artinya apabila *Corporate Social Responsibility* mengalami kenaikan sebesar 1%, maka *Return On Equity* mengalami peningkatan sebesar 1.037045 dengan asumsi variabel yang lain bernilai tetap.

3. Return On sales (ROS)

Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Data Panel Variabel *Return On Sales*

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.049590	0.133668	0.370998	0.7121
X	0.795598	0.308918	2.575436	0.0128

Sumber : Data diolah dengan *Eviews* (2024)

Berdasarkan hasil pengolahan data panel dengan menggunakan *Random Effect Model* maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$\text{Return On Sales} = a + \beta X$$

$$\text{Return On Sales} = 0,049590 + 0,795598 * \text{CSR}$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai Konstanta sebesar 0.049590 artinya jika *Corporate Social Responsibility* bernilai 0, maka *Return On Sales* sama dengan sebesar 0.049590.
2. Nilai koefisien regresi *Corporate Social Responsibility* bernilai 0.795598, artinya apabila *Corporate Social Responsibility* mengalami kenaikan sebesar 1%, maka *Return On Sales* mengalami peningkatan sebesar 0.795598 dengan asumsi variabel yang lain bernilai tetap.

4. Net Profit Margin (NPM)

Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Data Panel Variabel *Net Profit Margin*

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.090786	0.110734	-0.819857	0.4159
X	0.852856	0.316048	2.698498	0.0093

Sumber : Data diolah dengan *Eviews* (2024)

Berdasarkan hasil pengolahan data panel dengan menggunakan *Random Effect Model* maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut

$$\text{Net Profit Margin} = a + \beta X$$

$$\text{Net Profit Margin} = -0,090786 + 0,852856 * \text{CSR}$$

1. Nilai Konstanta sebesar -0.090786 artinya jika *Corporate Social Responsibility* bernilai 0, maka *Net Profit Margin* sama dengan sebesar -0.090786.
2. Nilai koefisien regresi *Corporate Social Responsibility* bernilai 0.852856 artinya apabila *Corporate Social Responsibility* mengalami kenaikan sebesar 1%, maka *Net Profit Margin* mengalami peningkatan sebesar 0.852856 dengan asumsi variabel yang lain bernilai tetap.

5. Earning Per Share (EPS)

Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Data Panel Variabel *Earning Per Share*

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-31.45238	196.2203	-0.160291	0.8732
X	493.0030	608.9397	0.809609	0.4217

Sumber : Data diolah dengan *Eviews* (2024)

Berdasarkan hasil pengolahan data panel dengan menggunakan *Common Effect Model* maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut

$$\text{Earning Per Share} = a + \beta X$$

$$\text{Earning Per Share} = -31,45238 + 493.0030 * \text{CSR}$$

1. Nilai Konstanta sebesar -31,45238 artinya jika *Corporate Social Responsibility* bernilai 0, maka *Earning Per Share* sama dengan sebesar -31,45238.
2. Nilai koefisien regresi *Corporate Social Responsibility* bernilai 493,0030 artinya apabila *Corporate Social Responsibility* mengalami kenaikan sebesar 1%, maka *Earning Per Share* mengalami peningkatan sebesar 493,0030 dengan asumsi variable yang lain bernilai tetap.

4.2.4 Uji t Model Regresi Data Panel Secara Parsial

1. Return On Assets (ROA)

Tabel 4. 16 Hasil Uji Hipotesis Variabel Return On Assets

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.079448	0.036150	-2.197716	0.0323
X	0.389346	0.101435	3.838396	0.0003

Sumber : Data diolah dengan *Eviews* (2024)

H1 : Diduga *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Return On Assets* (ROA).

Berdasarkan hasil perhitungan parsial *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return On Assets* diperoleh nilai coefficient sebesar 0.389346 dengan nilai probabilitas sebesar 0.0003 ($p\text{-value} < \alpha 0.05$) ($0.0003 < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return On Assets* pada perusahaan Sub sektor Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2023. Jadi dapat disimpulkan bahwa H1 diterima.

2. Return On Equity (ROE)

Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis Variabel Return On Equity

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.210981	0.161221	-1.308646	0.1962
X	1.037045	0.493520	2.101324	0.0403

Sumber : Data diolah dengan *Eviews* (2024)

H2 : Diduga *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Return On Equity* (ROE).

Berdasarkan hasil perhitungan parsial *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return On Equity* diperoleh nilai coefficient sebesar 1.037045 dengan nilai probabilitas sebesar 0.0403 ($p\text{-value} < \alpha 0.05$) ($0.0403 < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return On Equity* pada perusahaan Sub sektor Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2023. Jadi dapat disimpulkan bahwa H2 diterima.

3. Return On sales (ROS)

Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis Variabel *Return On Sales*

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.049590	0.133668	0.370998	0.7121
X	0.795598	0.308918	2.575436	0.0128

Sumber : Data diolah dengan *Eviews* (2024)

H3 : Diduga *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Return On Sales* (ROS).

Berdasarkan hasil perhitungan parsial *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return On Sales* diperoleh nilai *coefficient* sebesar 0,795598 dengan nilai probabilitas sebesar 0.0128 ($p\text{-value} < \alpha 0.05$) ($0.0128 < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return On Sales* pada perusahaan Sub sektor Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2023. Jadi dapat disimpulkan bahwa H3 diterima

4. Net Profit Margin (NPM)

Tabel 4. 19 Hasil Uji Hipotesis Variabel *Net Profit Margin*

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.090786	0.110734	-0.819857	0.4159
X	0.852856	0.316048	2.698498	0.0093

Sumber : Data diolah dengan *Eviews* (2024)

H4 : Diduga *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Net Profit Margin* (NPM).

Berdasarkan hasil perhitungan parsial *Corporate Social Responsibility* terhadap *Net Profit Margin* diperoleh nilai *coefficient* sebesar 0.852856 dengan nilai probabilitas sebesar 0.0093 ($p\text{-value} < \alpha 0.05$) ($0.0093 < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Net Profit Margin* pada perusahaan Sub sektor Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2023. Jadi dapat disimpulkan bahwa H4 diterima

5. Earning Per Share (EPS)

Tabel 4. 20 Hasil Uji Hipotesis Variabel *Earning Per Share*

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-31.45238	196.2203	-0.160291	0.8732
X	493.0030	608.9397	0.809609	0.4217

Sumber : Data diolah dengan *Eviews* (2024)

H5 : Diduga *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Earning Per Share* (EPS).

Berdasarkan hasil perhitungan parsial *Corporate Social Responsibility* terhadap *Earning Per Share* diperoleh nilai *coefficient* sebesar 493,0030 dengan nilai probabilitas sebesar 0.4217 ($p\text{-value} < \alpha 0.05$) ($0.4217 > 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Earning Per Share* pada perusahaan Sub sektor Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2023. Jadi dapat disimpulkan bahwa H5 diterima

4.2.5 Koefisien Determinasi (R^2)

1. Return On Assets (ROA)

Tabel 4. 21 Hasil Koefisien Determinasi Variabel *Return On Assets*

R-squared	0.216762	Mean dependent var	0.011954
Adjusted R-squared	0.202258	S.D. dependent var	0.035999
S.E. of regression	0.032153	Sum squared resid	0.055827
F-statistic	14.94458	Durbin-Watson stat	1.187737
Prob(F-statistic)	0.000299		

Sumber : Data diolah dengan *Eviews* (2024)

Berdasarkan analisis data didapatkan bahwa tabel menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) *Adjusted R-Squared* sebesar 0.202258, hal ini menunjukkan sumbangan pengaruh variabel *Corporate social responsibility* terhadap *Return On Assets* sebesar 20,23%. Sedangkan, sisanya 79,77% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

2. Return On Equity (ROE)

Tabel 4. 22 Hasil Koefisien Determinasi Variabel *Return On Equity*

R-squared	0.276638	Mean dependent var	0.074002
Adjusted R-squared	0.359539	S.D. dependent var	0.167168
S.E. of regression	0.162115	Sum squared resid	1.419191
F-statistic	4.481965	Durbin-Watson stat	1.626372
Prob(F-statistic)	0.038877		

Sumber : Data diolah dengan *Eviews* (2024)

Berdasarkan analisis data didapatkan bahwa tabel menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) *Adjusted R-Squared* sebesar 0.359539, hal ini menunjukkan sumbangan pengaruh variabel *Corporate social responsibility* terhadap *Return On Equity* sebesar 35,95%. Sedangkan, sisanya 64,05% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

3. Return On sales (ROS)

Tabel 4. 23 Hasil Koefisien Determinasi Variabel *Return On Sales*

R-squared	0.210927	Mean dependent var	0.043937
Adjusted R-squared	0.294463	S.D. dependent var	0.102205
S.E. of regression	0.097258	Sum squared resid	0.510788
F-statistic	6.737447	Durbin-Watson stat	1.163135
Prob(F-statistic)	0.012134		

Sumber : Data diolah dengan *Eviews* (2024)

Berdasarkan analisis data didapatkan bahwa tabel menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) *Adjusted R-Squared* sebesar 0.294463, hal ini menunjukkan sumbangan pengaruh variabel *Corporate social responsibility* terhadap *Return On Sales* sebesar 29,45%. Sedangkan, sisanya 70,55% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

4. Net Profit Margin (NPM)

Tabel 4. 24 Hasil Koefisien Determinasi Variabel *Net Profit Margin*

R-squared	0.220751	Mean dependent var	0.053209
Adjusted R-squared	0.204468	S.D. dependent var	0.105839
S.E. of regression	0.100158	Sum squared resid	0.541705
F-statistic	7.416039	Durbin-Watson stat	1.335800
Prob(F-statistic)	0.008689		

Sumber : Data diolah dengan *Eviews* (2024)

Berdasarkan analisis data didapatkan bahwa tabel menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) *Adjusted R-Squared* sebesar 0.204468, hal ini menunjukkan sumbangan pengaruh variabel *Corporate social responsibility* terhadap *Net Profit Margin* sebesar 20,45%. Sedangkan, sisanya 79,55% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Return On Assets

Berdasarkan hasil perhitungan Uji Hipotesis CSR terhadap *Return On Assets* diperoleh nilai coefficient sebesar 0.389346 dan dengan nilai probabilitas sebesar 0.0003, $p\text{-value} < \alpha$ 0.05 ($0.0003 < 0,05$). Dengan demikian hipotesis 1 yang menyatakan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return On Assets* diterima.

Hasil penelitian ini mendedikasikan bahwa jika CSR naik maka Return On Assets akan mengalami peningkatan, dan juga sebaliknya jika CSR menurun maka Return On Assets akan mengalami penurunan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* akan dapat meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat dan para konsumen sehingga perusahaan dapat meningkatkan juga aktivitas operasional dalam perusahaan tersebut.

Maka semakin banyak CSR yang dilakukan suatu perusahaan akan semakin tinggi *Return On Assets* sehingga produktivitas aset yang dimiliki semakin baik dalam memperoleh pendapatan bersih. Akibatnya akan meningkatkan daya tarik investor kepada perusahaan karena tingkat pengembalian atau deviden akan semakin besar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Putra (2015, Vol. 4 No. 2, hal. 109), dan Purnaningsih (2018, Vol. 3 No. 2, hal. 28) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh positif terhadap *Return On Assets*.

4.3.2 Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Return On Equity

Berdasarkan hasil perhitungan Uji Hipotesis CSR terhadap *Return On Equity* diperoleh nilai coefficient sebesar 1.037045 dan dengan nilai probabilitas sebesar 0.0403, $p\text{-value} < \alpha 0.05$ ($0.0403 < 0,05$). Dengan demikian hipotesis 2 yang menyatakan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return On Equity* diterima.

Hasil penelitian ini mendedikasikan bahwa jika *Corporate Social Responsibility* naik maka *Return On Equity* akan mengalami peningkatan, dan juga sebaliknya jika *Corporate Social Responsibility* menurun maka *Return On Equity* akan mengalami penurunan.

Perusahaan yang melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ke dalam laporan, perusahaan bisa menciptakan citra baik dan kepercayaan masyarakat maka diharapkan mampu menimbulkan loyalitas dari konsumen. Loyalitas dari konsumen akan meningkatkan penjualan yang berdampak pada kenaikan laba.

Hal ini akan berdampak pada peningkatan *Return On Equity* dalam suatu perusahaan. Maka semakin tinggi return atau penghasilan yang diperoleh maka semakin baik perusahaan yang dijalankan. Hal tersebut dapat menarik perhatian investor karena menunjukkan tingkat imbalan yang diperoleh atas aktiva yang diinvestasikan sehingga dapat mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Jika perusahaan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, maka profitabilitas akan meningkat, yang diproksikan dengan *Return On Equity* dalam Perusahaan.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian lain yang dilakukan oleh Putra (2015, Vol.4 No. 2, hal. 109), dan Rosdwianti *et al.* (2016, Vol. 9 No, 2, hal. 21) menyatakan bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam hasil penelitiannya membuktikan bahwa CSR memiliki pengaruh positif terhadap *Return On Equity*.

4.3.3 Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Return On Sales

Berdasarkan hasil perhitungan Uji Hipotesis *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return On Sales* diperoleh nilai coefficient sebesar 0,795598 dan dengan nilai probabilitas sebesar 0.0128, $p\text{-value} < \alpha 0.05$ ($0.0128 < 0,05$). Dengan demikian hipotesis 3 yang menyatakan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return On Sales* diterima.

Hasil penelitian ini mendedikasikan bahwa jika CSR naik maka Return On Sales akan mengalami peningkatan, dan juga sebaliknya jika CSR menurun maka Return On Sales akan mengalami penurunan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan Perusahaan memberikan manfaat yang berdampak kepada perusahaan. Seperti halnya dapat meningkatkan volume penjualan dan pangsa pasar, menarik calon investor melalui citra positif yang tercipta dan lain sebagainya. Sehingga dapat meningkatkan *Return On Sales* dari Perusahaan.

Hal ini berarti dapat membuktikan bahwa semakin luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan akan dapat memberikan *Return On sales* yang lebih besar pada perusahaan pada kondisi keuangan satu tahun ke depan.

Hal ini sejalan berdasarkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Husnan dan Pamudji (2013, Vol. 2 No. 2, hal.7) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap *Return On Sales* dengan arah positif.

4.3.4 Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Net Profit Margin

Berdasarkan hasil perhitungan Uji Hipotesis *Corporate Social Responsibility* terhadap *Net Profit Margin* diperoleh nilai *coefficient* sebesar 0.852856 dan dengan nilai probabilitas sebesar 0.0093, $p\text{-value} < \alpha 0.05$ ($0.0093 < 0,05$). Dengan demikian hipotesis 4 yang menyatakan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Net Profit Margin* diterima.

Hasil penelitian ini mendedikasikan bahwa jika CSR naik maka Net Profit Margin akan mengalami peningkatan, dan juga sebaliknya jika CSR menurun maka Net Profit Margin akan mengalami penurunan. Para Investor cukup memperhatikan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan ketika menentukan keputusan investasi, dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat meningkatkan kepercayaan investor. Meningkatnya kepercayaan akan meningkatkan penjualan yang menyebabkan laba perusahaan ikut meningkat sehingga *Net Profit Margin* pada perusahaan akan meningkat.

Hal ini sejalan berdasarkan dengan penelitian yang dilakukan Putra (2015, Vol. 4 No.2, hal 110), dan Alfawaz & Fathah (2022, Vol. 4, hal. 520) yang meneliti Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas Perusahaan menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Net Profit Margin*.

4.3.5 Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Earning Per Share

Berdasarkan hasil perhitungan Uji Hipotesis CSR terhadap *Earning Per Share* diperoleh nilai *coefficient* sebesar 493.0030 dan dengan nilai probabilitas sebesar 0.4217, $p\text{-value} < \alpha 0.05$ ($0.4217 > 0,05$). Dengan demikian hipotesis 5 yang menyatakan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap *Earning Per Share* diterima.

Hasil penelitian ini mendedikasikan bahwa jika CSR naik maka tidak akan mempengaruhi *Earning Per Share* tidak akan mengalami peningkatan, dan juga sebaliknya jika CSR menurun maka *Net Profit Margin* akan mengalami penurunan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan dapat menjadi salah satu pertimbangan investor dan laporan keuangan yang ada di perusahaan hanya akan memuat hal-hal positif tentang perusahaan. Maka dari itu pertimbangan investor akan memicu keuangan perusahaan menjadi menurun di mana laba perusahaan akan menurun dan diikuti dengan tidak signifikannya peningkatan *Earning Per Share*.

Hal ini sejalan berdasarkan dengan penelitian yang dilakukan Prasetyo dan Meiranto (2017, Vol. 6 No. 3, hal. 10) menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan diperoleh tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Earning Per Share*.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2023” maka penulis memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai koefisien sebesar 0.389346 dan nilai signifikansi sebesar $0.0003 < 0.05$. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan *Return On Assets* pada perusahaan sub sektor telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2023. Dengan demikian, dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap *Return On Assets* diterima.
2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai koefisien sebesar 1.037045 dan nilai signifikansi sebesar $0.0403 < 0,05$. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan *Return On Equity* pada perusahaan sub sektor telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2023. Dengan demikian, dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap *Return On Equity* diterima.
3. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai koefisien sebesar 0.795598 dan nilai signifikansi sebesar $0.0128 < 0.05$. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan *Return On Sales* pada perusahaan sub sektor telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2023. Dengan demikian, dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap *Return On Sales* diterima.
4. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai koefisien sebesar 0.852856 dan nilai signifikansi sebesar $0.0093 < 0.05$. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan *Net Profit Margin* pada perusahaan sub sektor telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2023. Dengan demikian, dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap *Net Profit Margin* diterima.

5. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai koefisien sebesar 493.0030 dan nilai signifikansi sebesar $0.4217 > 0.05$. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan *Earning Per Share* pada perusahaan sub sektor telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2023. Dengan demikian, dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap *Earning Per Share* diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai “Pengaruh *Corporate social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan pada perusahaan sub sektor Telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2023” saran yang dapat peneliti berikan sesuai dengan pembahasan masalah di atas adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, diharapkan dapat menyajikan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* secara rinci sesuai dengan point-point yang tercantum dalam GRI G4 dan sesuai dengan kegiatan riil yang dijalankan oleh perusahaan.
2. Bagi investor maupun calon investor, diharapkan ketika akan menanamkan saham pada perusahaan sebaiknya tidak melihat aspek keuangan saja, tetapi melihat aspek pertanggungjawaban perusahaan kepada pihak internal maupun eksternal melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada *annual report* atau *sustainability report*.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengambil sampel penelitian pada perusahaan yang berbeda dan menambah jumlah periode penelitian serta menggunakan lainnya seperti GPM, *Green Economy*, *Good Corporate Governance* dan lain sebagainya

DAFTAR PUSTKA

BUKU

- Anwar, Mokhamad. (2019). Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan, Edisi 1. Jakarta : Kencana (PRENADAMEDIA Group). ISBN (online) : 978-623-218-133-5
- Asmirantho, E. (2013). Financial Management, Learning Books. Bogor: Pakuan University
- Badan Pusat Statistika. (2022). Statistika Telekomunikasi Indonesia. ISBN (online) : 2476-9134.
- Basuki, A.T. dan Prawoto, N. 2017. Analisis Regresi.PT Raja Grafindo. Jakarta.
- Brigham, E. F. (2013). Fundamentals of Financial Management. Eighth Edition.Boston: Cengage Learning Inc.
- Brigham, Eugene F, and Joel F Houston. (2021). Fundamentals of Financial Management. Cengage Learning.
- Das, S. C. (2013). Business Accounting and Financial Management. Dhelhi: PHI Learning Private Limited.
- Gallagher, T. J., & Andrew, J. D. (2007). Financial Management Principles and Practice 4th Edition. United States Of America: Pearson Education Inc.
- Gitman, Lawrence. J. & Chas J. Zutter. (2012). Principles of Managerial Finances. United States Of America: Prentice Hall.
- GRI. (2013). Diambil kembali dari Sustainability Reporting Guidelines G4: www.globalreporting.org
- Hadi, N. (2011). Corporate Social Responsibility. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hanafi, Mahduh dan Abdul Halim. (2012). Analisis Laporan Keuangan. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Hanafi, Mamduh M dan Halim, Abdul. (2015). Manajemen Keuangan. Cetakan Kedelapan. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta
- Hery, S. E. (2016). *Analisis laporan keuangan*. Media Pressindo
- Horne, J. V., dan Wachowicz Jr, J. M. (2008). Fundamentals of Financial Management. England: Pearson Education
- I.M. Pandey. 2015. Financial Management, Eleventh Edition. India: Vikas Publishing House, 946 pp., ISBN: 978-8125937142.
- James C Van Horne, J. M. (2013). Fundamental of Financial Management. New Jersey: Prentice Hall
- Murhadi, R. Werner (2013). Analisis Laporan Keuangan (Proyeksi dan Valuasi Saham). Jakarta: Salemba Empat.
- Musthafa. (2017). Manajemen Keuangan. Edisi 1. CV. Andi Offset. Yogyakarta.

- Pulos, Elizabeth and Jimenez, Guillermo C (2016). Good Corporation, Bad Corporation: Corporate Social Responsibility in the global economy. SUNY Fashion Institute of Technology.
- Roos, Stephen A., Westerfield, Randolph W. Jordhan Bradford D., Joseh Lim dan Ruth Tan. (2015). (Fundamentals of Corporate Finance). Edisi Global Asia, Buku I. Jakarta: Salemba Empat.
- Rudianto. 2013. Akuntansi Manajemen Informasi untuk Pengambilan Keputusan Strategis. Jakarta: Erlangga
- Sudana, I. M. (2019). *Manajemen keuangan teori dan praktik*. Airlangga University Press
- Syamsuddin, Lukman (2016). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Cetakan ke13. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Periode 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Van Horne, J. C., & Wachowicz, J. M. (2009). *Fundamentals of financial management 13th ed*. Pearson.

Jurnal

- Almira, N. P. A. K. & Wiagustini, N. L. P. (2020). Return On Asset, Return On Equity, and Earning Per Share Berpengaruh Terhadap Return Saham. *E-Jurnal Manajemen*, Volume 9(3), pp. 1069-1088. ISSN : 2302-8912
- Alfawaz, R., & Fathah, R. N. (2022). Pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan sektor industri kesehatan. In *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*. Volume 4 (pp. 513-521).
- Deegan, C. (2002). Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures—a theoretical foundation. *Accounting, auditing & accountability journal*, 15(3), 282-311
- Endiana, I. D. M. (2019). Implementasi Corporate Governance Pada Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akutansi (JUARA)*, 09(1), pp. 92-100. E-ISSN 2443-0641
- Fajar Pamungkas, G., & Winarsih, W. (2020). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Ekonomi*. Vol. 4(1) ISSN. 2720-9687
- Firdausi, Farah, Ibrahim Musa, dan Nyoria, Anggraeni Mersa. (2018). “Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan pada Bank Pembangunan Daerah Kalimantan”. *Jurnal Akuntansi Multi Dimensi (JAMDI)* Volume 1, Nomor 1.
- Harahap, T. I. P. & Septiyani, A., (2019). Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2013,2015 dan 2017). *Diponegoro Journal Of Accounting*, Volume 8(3), pp. 1-11. ISSN(Online): 2337-3806

- Husnan, A. & Pamudji, S.. (2013). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR Disclosure) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Diponegoro Journal Accounting* , Volume 2(2), pp. 1-18.
- Mahendra Dj, A., Sri Artini, L. G. & Surjaya, A. G. (2012). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan*, 6(2), pp. 130-138.
- Kartikasari, D., & Salina, N. (2017). Pengaruh pengungkapan program corporate social responsibility terhadap profitabilitas perusahaan. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 5(2), 193-203.
- Murnita, P. E. M. & Putra, I. M. P. P. D. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Leverage sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 23(2), pp. 1470-1494.
- Mustafa, C. C., & Handayani, N. (2014). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur. *Jurnal ilmu & riset akuntansi*, 3(6).
- Nabila, T. C. & Sutjahyani, D. (2023). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Biaya CSR Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Masa Pandemi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2019-2021. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi (JUMIA)*, 1(2), pp. 1-24. e-ISSN: 2964-9943
- Naek, T. N. & Tjun Tjun, L., (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017. *Jurnal Akutansi*, 12(1), pp. 123-136.
- Prasetyo, A. & Meiranto, W., (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2015. *Diponegoro Journal Of Accounting*, Volume 6(3), pp. 1-12.
- Pratiwi, A., Nurulrahmatia, N. & Muniarty, P., (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility(CSR) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di BEI. *Owner Riset & JURNAL AKUTANSI*, Volume 4(3), pp. 95-103.
- Pulungan, S. N. & Krisnawati, A., (2021). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sub Sektor Industri Makanan dan Minuman. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, Vol. 5(No. 2), pp. 127-135.
- Purnaningsih, D. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 3(2), 19–32
- Putra, A. S., (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2015. *Nominal Barometer Riset Akutansi dan Manajemen* , IV(2), pp. 88-110. ISSN(Online): 2502-5430

- Rahayu ,Wiwik; Darminto; Topowijono. (2014). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*| Vol. 17 No. 2 Desember 2014
- Ramadhan, L. A. & Handayani, N. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Ilmiah dan Riset Akutansi JIRA*, 7(10), pp. 1-18.
- Ramlah, S., Ardana P, . I. N. N. & B. (2016). (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012 - 2014. *Jurnal Magister Manajemen UNRAM*, 5(3), pp. 1-13.
- Rizal, Y., & Agusti, R. (2017). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KINERJA KEUANGAN, DENGAN LEVERAGE DAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL KONTROL (STUDI PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN DI BURSA EFEK INDONESIA PADA PERIODE 2012 sd 2013). *Jurnal Akuntansi (Media Riset Akuntansi & Keuangan)*, 5(2), 145-158.
- Rosdwianti, M. K., Dzulkirom AR , M. & Z. Z., (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan Perusahaan (Studi Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2014). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 36(No. 2), pp. 16-22.
- Safira, Z. & Ridwan, A., (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kinerja Keuangan Pada Harga Saham. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi JIRA*, 4(6), pp. 1-15.
- Santoso, R., Munawi, H. A. & Sukmawati, D., (2019). Perkembangan Teknologi Informasi Dan Telekomunikasi Terhadap Perubahan Perilaku Masyarakat. *Prosiding Conference on Research and Community Services*, Volume 1(No 1), pp. hal 586 - 592.
- Siregar, S. A., (2021). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2019). *Jurnal Imiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 9(2), pp. 1-6.
- Suryani, L. & Wijayanti, R. (2022). Kinerja Bank Syariah : Pengungkapan ICSR Berdasarkan Teori Stakeholder Dari Perspektif Islam. *E-QIEN Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), pp. 479-486.
- Wulandari, S. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Subsektor Perkebunan di Bursa Efek Indonesia). *JEAM Jurnal Ekonomi Akutansi dan Manajemen*, 19(1), pp. 1-14.

WEBSITE

Badan Pusat Statistik, 2023. *Komunikasi*. [Online] Tersedia di:

<https://www.bps.go.id/subject/2/komunikasi.html> [Diakses 16 Maret 2023].

DataIndonesia.id, 2022. *Ada 1.307 Perusahaan Telekomunikasi di Indonesia pada 2021*.

[Online] Tersedia di : <https://dataindonesia.id/digital/detail/ada-1307-perusahaan-telekomunikasi-di-indonesia-pada-2021> [Diakses 16 Maret 2023].

Kominfo, 2021. *Konstan Menjaga Pertumbuhan Sektor Informasi dan Komunikasi*. [Online]

Tersedia di : <https://www.kominfo.go.id/content/detail/33003/konstan-menjaga-pertumbuhan-sektor-informasi-dan-komunikasi/0/artikel>

[Diakses 16 Maret 2023].

<https://dataindonesia.id/korporasi/detail/melambatnya-performa-emiten-jasa-telekomunikasi>

<https://www.merdeka.com/sumut/perkembangan-teknologi-informasi-di-indonesia-klm.html>

(Diakses pada 10 Maret 2023)

<https://www.cnbcindonesia.com/market/20200611154403-17-164699/perusahaan-telekomunikasi-paling-cuan-saat-pandemi-covid-19>

(Diakses pada 12 Maret 2023)

<https://www.idx.co.id/id> (Diakses pada 16 Mei 2023)

<https://kumparan.com/dwipr4tama/pandemi-dan-digitalisasi-corporate-social-responsibility-csr-20h9SCzIVNj/4>

(Diakses pada 27 Juli 2024)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rasyia Sabillah
Alamat : Kp. Panangga Rt 02/05, Ds. Gandoang, Kec. Cileungsi
Kab. Bogor, Jawa Barat
Tempat dan Tanggal Lahir : Bogor, 08 Oktober 2002
Agama : ISLAM
Pendidikan

- SD : SDN 01 Tunggilis
- SMP : SMPN 02 Jonggol
- SMA : SMAN 02 Jonggol
- Perguruan Tinggi : Universitas Pakuan

Bogor, Juni 2024
Peneliti,

Rasyia Sabillah

LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Data Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Tahun	Kode Perusahaan	Pengungkapan	CSR
2017	BALI	38	0.418
	EXCL	34	0.374
	IBST	32	0.352
	ISAT	37	0.407
	LINK	40	0.440
	TBIG	34	0.374
	TLKM	36	0.396
	TOWR	43	0.472
	2018	BALI	28
EXCL		24	0.264
IBST		24	0.264
ISAT		27	0.297
LINK		28	0.308
TBIG		25	0.275
TLKM		24	0.264
TOWR		30	0.320
2019		BALI	30
	EXCL	28	0.308
	IBST	23	0.253
	ISAT	30	0.330
	LINK	32	0.352
	TBIG	30	0.330
	TLKM	27	0.297
	TOWR	33	0.362
	2020	BALI	32
EXCL		29	0.319
IBST		26	0.286
ISAT		32	0.352
LINK		33	0.363
TBIG		31	0.341
TLKM		29	0.319
TOWR		25	0.275
2021		BALI	33
	EXCL	31	0.341
	IBST	27	0.297
	ISAT	28	0.308
	LINK	28	0.308
	TBIG	28	0.308
	TLKM	26	0.286
	TOWR	26	0.286
	2022	BALI	30
EXCL		27	0.297
IBST		23	0.253
ISAT		27	0.297
LINK		27	0.297

	TBIG	27	0.297
	TLKM	24	0.264
	TOWR	28	0.308

Tahun	Kode Perusahaan	Pengungkapan	CSR
2023	BALI	27	0.297
	EXCL	26	0.286
	IBST	22	0.242
	ISAT	26	0.286
	LINK	28	0.308
	TBIG	26	0.286
	TLKM	24	0.264
	TOWR	30	0.330

Lampiran 1. 2Perhitungan Return On Assets, Return On Equity

Tahun	Kode Perusahaan	Laba Bersih (Rp)	Total Aset (Rp)	Total Ekuitas (Rp)	ROA (%)	ROE (%)
2017	BALI	61.526.993.538	2.421.703,648,750	1.137.754.931.077	2,54	5,41
	EXCL	375.244.000.000	56.321.441.000.000	21.630.850.000.000	0,30	0,70
	IBST	262.126.036.511	6.355.270.875.080	4.317.467.149.606	4,12	6,07
	ISAT	1.301.929.000.000	50.661.040.000.000	14.815.534.000.000	2,20	8,10
	LINK	1.007.278.000.000	5.766.226.000.000	4.524.187.000.000	17,47	22,26
	TBIG	2.339.029.000.000	25.595.785.000.000	3.185.080.000.000	9,40	99,80
	TLKM	32.701.000.000.000	198.484.000.000.000	112.130.000.000.000	16,50	29,20
	TOWR	2.100.138.000.000	18.763.478.000.000	11.661.666.000.000	11,20	29,60
2018	BALI	50.353.175.264	3.437.653.341.261	1.693.869.165.990	1,46	2,97
	EXCL	-3.296.890.000.000	57.613.954.000.000	18.343.098.000.000	-5,72	-18,00
	IBST	146.006.831.186	7.725.601.132.423	5.221.380.253.601	1,89	2,80
	ISAT	-2.085.059.000.000	53.139.587.000.000	12.136.247.000.000	-4,50	-21,50
	LINK	788.918.000.000	6.023.611.000.000	4.751.099.000.000	13,10	16,60
	TBIG	702.632.000.000	29.113.747.000.000	3.679.565.000.000	2,50	21,10
	TLKM	26.979.000.000.000	206.196.000.000.000	117.303.000.000.000	13,10	23,00
	TOWR	2.200.060.000.000	22.959.618.000.000	14.926.338.000.000	9,60	27,40
2019	BALI	46.024.437.201	4.147.689.322.753	1.898.316.456.446	1,11	2,42
	EXCL	712.579.000.000	62.725.242.000.000	19.121.966.000.000	0,20	0,70
	IBST	128.831.147.635	8.893.030.992.719	5.802.718.740.462	1,45	2,22
	ISAT	1.630.372.000.000	62.813.000.000.000	13.707.193.000.000	2,50	12,30
	LINK	894.531.000.000	6.652.974.000.000	4.656.415.000.000	13,45	19,21
	TBIG	866.121.000.000	30.871.710.000.000	5.523.284.000.000	2,90	19,60
	TLKM	27.592.000.000.000	221.208.000.000.000	117.250.000.000.000	12,50	23,50
	TOWR	2.353.089.000.000	27.665.695.000.000	8.760.621.000.000	0,50	1,70
2020	BALI	84.403.215.805	4.651.939.975.688	2.179.844.124.813	1,81	3,87
	EXCL	371.598.000.000	67.744.797.000.000	19.137.366.000.000	0,10	0,50
	IBST	67.204.167.744	10.412.826.253.217	6.201.850.319.816	0,65	1,08
	ISAT	-630.160.000.000	62.778.740.000.000	12.913.396.000.000	-1,10	-6,00
	LINK	941.707.000.000	7.799.803.000.000	4.622.714.000.000	12,07	20,37
	TBIG	1.066.576.000.000	36.521.303.000.000	9.303.838.000.000	3,20	14,70
	TLKM	29.563.000.000.000	246.943.000.000.000	120.889.000.000.000	12,00	24,50
	TOWR	2.853.617.000.000	34.249.550.000.000	10.184.048.000.000	0,50	1,60
2021	BALI	188.536.504.140	5.001.398.828.957	2.351.721.532.508	3,77	8,02
	EXCL	1.287.807.000.000	72.753.282.000.000	20.088.745.000.000	0,10	0,50
	IBST	63.351.210.259	9.547.133.662.297	6.584.871.520.106	0,66	0,96
	ISAT	6.860.121.000.000	63.397.148.000.000	10.302.802.000.000	8,90	73,50
	LINK	885.319.000.000	9.746.894.000.000	5.249.342.000.000	9,08	16,87
	TBIG	1.601.353.000.000	41.870.435.000.000	9.789.238.000.000	4,10	17,20
	TLKM	33.948.000.000.000	277.184.000.000.000	145.399.000.000.000	12,20	23,30
	TOWR	3.447.875.000.000	65.828.670.000.000	12.062.016.000.000	0,60	3,30
2022	BALI	212.090.007.799	5.196.995.589.938	2.443.724.072.829	4,08	8,68
	EXCL	1.121.188.000.000	87.277.780.000.000	25.774.226.000.000	1,28	4,35
	IBST	41.526.767.474	9.431.928.852.947	5.891.260.258.918	0,44	0,70

	ISAT	3.566.904.000.000	113.880.230.000.000	30.276.637.000.000	3,40	11,78
	LINK	240.718.000.000	11.644.794.000.000	4.968.040.000.000	2,07	4,85
	TBIG	1.689.441.000.000	43.139.968.000.000	10.920.383.000.000	3,92	15,47
	TLKM	27.680.000.000.000	275.192.000.000.000	149.262.000.000.000	10,10	18,50
	TOWR	3.496.535.000.000	65.625.136.000.000	14.432.334.000.000	5,33	24,23
Tahun	Kode Perusahaan	Laba Bersih (Rp)	Total Aset (Rp)	Total Ekuitas (Rp)	ROA (%)	ROE (%)
2023	BALI	12.866.291.175	5.334.312.725.162	2.494.246.228.793	0,24	0,52
	EXCL	657.524.000.000	83.694.707.000.000	25.875.773.000.000	0,79	2,54
	IBST	49.126.514.640	9.680.226.820.000	6.292.253.488.949	0,51	0,78
	ISAT	2.043.912.000.000	109.895.528.000.000	31.067.452.000.000	1,86	6,58
	LINK	-532.983.000.000	12.636.281.000.000	4.316.106.000.000	-4,22	-12,35
	TBIG	716.522.000.000	43.617.467.000.000	11.302.584.000.000	1,64	6,34
	TLKM	16.821.000.000.000	290.478.000.000.000	140.351.000.000.000	11,98	5,79
	TOWR	1.598.969.000.000	66.385.698.000.000	16.095.521.000.000	2.41	10,56

Lampiran 1. 3 Perhitungan *Return On Sales*

Tahun	Kode Perusahaan	Laba Kotor	Penjualan	ROS
2017	BALI	5.261.0484.360.000	320.065.951.849	16,44
	EXCL	1.658.261.000.000	22.875.662.000.000	7,25
	IBST	148.155.664.761	761.760.612.195	19,45
	ISAT	4.032.499.000.000	29.926.098.000.000	13,47
	LINK	1.339.421.000.000	3.399.060.000.000	39,41
	TBIG	3.012.146.000.000	4.023.085.000.000	74,87
	TLKM	43.933.000.000.000	128.256.000.000.000	34,25
	TOWR	4.165.641.000.000	5.337.939.000.000	78,04
2018	BALI	63.596.201.177	464.175.762.884	13,70
	EXCL	-2.771.379.000	22.938.812.000.000	-12,08
	IBST	154.670.792.818	897.612.636.308	17,23
	ISAT	-464.797.000.000	2.313.951.000.000	-2,01
	LINK	1.120.496.000.000	3.728.364.000.000	30,05
	TBIG	3.152.592.000.000	4.318.137.000.000	73,01
	TLKM	38.845.000.000.000	130.784.000.000.000	29,70
	TOWR	4.325.975.000.000	5.867.860.000.000	73,72
2019	BALI	59.176.191.902	617.522.982.196	9,58
	EXCL	3.274.489.000.000	25.132.628.000.000	13,03
	IBST	132.001.538.414	1.087.963.086.355	12,13
	ISAT	4.228.321.000.000	20.674.194.000.000	16,19
	LINK	1.240.307.000.000	3.755.262.000.000	33,03
	TBIG	3.368.854.000.000	4.698.742.000.000	71,70
	TLKM	38.845.000.000.000	135.567.000.000.000	29,70
	TOWR	4.566.362.000.000	6.454.302.000.000	70,75
2020	BALI	107.291.209.324	778.896.099.135	13,77
	EXCL	-422.836.000.000	26.009.095.000.000	-1,63
	IBST	92.194.414.308	1.122.276.247.134	8,21
	ISAT	2.399.329.000.000	27.925.561.000.000	8,59
	LINK	1.246.629.000.000	4.047.964.000.000	30,80
	TBIG	3.816.001.000.000	5.327.689.000.000	71,63
	TLKM	42.394.000.000.000	136.462.000.000.000	31,27
	TOWR	3.927.693.000.000	7.445.426.000.000	52,75
2021	BALI	215.117.354.953	946.633.191.563	22,72
	EXCL	3.989.402.000.000	26.754.050.000.000	14,91
	IBST	75.675.763.438	975.211.333.352	7,76
	ISAT	7.073.451.000.000	14.983.533.000.000	47,21
	LINK	1.148.877.000.000	4.464.900.000.000	25,73
	TBIG	4.305.915.000.000	6.179.584.000.000	69,68
	TLKM	47.563.000.000.000	143.210.000.000.000	33,21
	TOWR	5.396.549.000.000	8.635.346.000.000	62,49
2022	BALI	236.646.035.941	978.378.536.736	24,19
	EXCL	4.014.859.000.000	29.141.994.000.000	13,78
	IBST	64.781.940.850	1.088.236.706.064	5,95

	ISAT	6.097.215.000	22.526.574.000.000	27,07
	LINK	330.030.000.000	437.0781.000.000	7,55
	TBIG	4.282.471.000.000	4.282.471.000.000	65,64

Tahun	Kode Perusahaan	Laba Kotor	Penjualan	ROS
2023	BALI	140.504.586.746	711.852.142.938	19,74
	EXCL	2.244.993.000.000	15.764.527.000.000	14,24
	IBST	63.190.869.406	829.776.208.708	7,62
	ISAT	4.765.794.000.000	24.674.756.000.000	19,31
	LINK	-586.245.000.000	3.925.581.000.000	-14,93
	TBIG	2.162.812.000.000	3.279.861.000.000	65,94
	TLKM	23.019.000.000.000	73.478.000.000.000	31,33
	TOWR	3.470.144.000.000	5.776.278.000.000	60,08

Lampiran 1. 4 Perhitungan *Net Profit Margin*

Tahun	Kode Perusahaan	Laba Bersih	Penjualan	NPM
2017	BALI	61.526.993.538	320.065.951.849	19,22
	EXCL	375.244.000.000	22.875.662.000.000	1,64
	IBST	262.126.036.511	761.760.612.195	34,41
	ISAT	1.301.929.000.000	29.926.098.000.000	4,35
	LINK	1.007.278.000.000	3.399.060.000.000	29,63
	TBIG	2.339.029.000.000	4.023.085.000.000	58,14
	TLKM	32.701.000.000.000	128.256.000.000.000	34,30
	TOWR	2.100.138.000.000	5.337.939.000.000	39,34
2018	BALI	50.353.175.264	464.175.762.884	10,85
	EXCL	-3.296.890.000.000	22.938.812.000.000	-14,37
	IBST	146.006.831.186	897.612.636.308	16,27
	ISAT	-2.085.059.000.000	2.313.951.000.000	-9,01
	LINK	788.918.000.000	3.728.364.000.000	21,16
	TBIG	702.632.000.000	4.318.137.000.000	16,27
	TLKM	26.979.000.000.000	130.784.000.000.000	29,70
	TOWR	2.200.060.000.000	5.867.860.000.000	37,49
2019	BALI	46.024.437.201	617.522.982.196	7,45
	EXCL	712.579.000.000	25.132.628.000.000	2,84
	IBST	128.831.147.635	1.087.963.086.355	11,84
	ISAT	1.630.372.000.000	20.674.194.000.000	7,89
	LINK	894.531.000.000	3.755.262.000.000	23,82
	TBIG	866.121.000.000	4.698.742.000.000	18,43
	TLKM	27.592.000.000.000	135.567.000.000.000	31,30
	TOWR	2.353.089.000.000	6.454.302.000.000	36,46
2020	BALI	84.403.215.805	778.896.099.135	10,84
	EXCL	371.598.000.000	26.009.095.000.000	1,43
	IBST	67.204.167.744	1.122.276.247.134	5,99
	ISAT	-630.160.000.000	27.925.561.000.000	-2,26
	LINK	941.707.000.000	4.047.964.000.000	23,26
	TBIG	1.066.576.000.000	5.327.689.000.000	20,02
	TLKM	29.563.000.000.000	136.462.000.000.000	31,90
	TOWR	2.853.617.000.000	7.445.426.000.000	38,33
2021	BALI	188.536.504.140	946.633.191.563	19,92
	EXCL	1.287.807.000.000	26.754.050.000.000	4,81
	IBST	63.351.210.259	975.211.333.352	6,50
	ISAT	6.860.121.000.000	14.983.533.000.000	37,65
	LINK	885.319.000.000	4.464.900.000.000	19,83
	TBIG	1.601.353.000.000	6.179.584.000.000	25,91
	TLKM	33.948.000.000.000	143.210.000.000.000	33,20
	TOWR	3.447.875.000.000	8.635.346.000.000	39,93
2022	BALI	212.090.007.799	978.378.536.736	21,68
	EXCL	1.121.188.000.000	29.141.994.000.000	3,85
	IBST	41.526.767.474	1.088.236.706.064	3,82

	ISAT	3.566.904.000.000	22.526.574.000.000	15,83
	LINK	240.718.000.000	437.0781.000.000	5,51
	TBIG	1.689.441.000.000	4.282.471.000.000	39,45
	TLKM	27.680.000.000.000	147.306.000.000.000	26,90

Tahun	Kode Perusahaan	Laba Bersih	Penjualan	NPM
2023	BALI	12.866.291.175	711.852.142.938	1,81
	EXCL	657.524.000.000	15.764.527.000.000	4,17
	IBST	49.126.514.640	829.776.208.708	5,92
	ISAT	2.043.912.000.000	24.674.756.000.000	8,28
	LINK	-532.983.000.000	3.925.581.000.000	-13,58
	TBIG	716.522.000.000	3.279.861.000.000	21,85
	TLKM	16.821.000.000.000	73.478.000.000.000	22,89
	TOWR	1.598.969.000.000	5.776.278.000.000	27,68

Lampiran 1. 5 Perhitungan *Earning Per Share*

Tahun	Kode Perusahaan	Laba Bersih (Rp)	Lembar Saham Beredar	EPS (Rp)
2017	BALI	61.526.993.538	3.634.456.700	16.93
	EXCL	375.244.000.000	10.687.960.423	35.00
	IBST	262.126.036.511	1.350.904.927	194.04
	ISAT	1.301.929.000.000	5.433.933.500	209.02
	LINK	1.007.278.000.000	3.042.649.384	331.05
	TBIG	2.339.029.000.000	4.531.399.889	520.80
	TLKM	32.701.000.000.000	100.799.996.400	223.55
	TOWR	2.100.138.000.000	10.202.925.000	41.00
2018	BALI	50.353.175.264	3.665.376.700	13.74
	EXCL	-3.296.890.000.000	10.687.960.423	-308.00
	IBST	146.006.831.186	1.350.904.927	108.08
	ISAT	-2.085.059.000.000	5.433.933.499	-383.71
	LINK	788.918.000.000	3.042.649.384	259.29
	TBIG	702.632.000.000	4.531.399.889	156.31
	TLKM	26.979.000.000.000	99.062.216.600	182.03
	TOWR	2.200.060.000.000	50.772.110.600	43.00
2019	BALI	46.024.437.201	3.934.592.500	11.70
	EXCL	712.579.000.000	10.687.960.423	67.00
	IBST	128.831.147.635	1.350.904.927	95.37
	ISAT	1.630.372.000.000	5.433.933.499	288.74
	LINK	894.531.000.000	2.863.195.484	312.42
	TBIG	866.121.000.000	22.656.999.445	39.26
	TLKM	27.592.000.000.000	99.062.216.600	188.40
	TOWR	2.353.089.000.000	50.205.328.900	46.00
2020	BALI	84.403.215.805	3.934.592.500	21.45
	EXCL	371.598.000.000	10.760.012.530	35.00
	IBST	67.204.167.744	1.350.904.927	49.75
	ISAT	-630.160.000.000	5.433.933.499	-131.90
	LINK	941.707.000.000	2.863.195.484	328.90
	TBIG	1.066.576.000.000	22.656.999.445	48.40
	TLKM	29.563.000.000.000	99.062.216.600	210.01
	TOWR	2.853.617.000.000	48.938.135.000	57.00
2021	BALI	188.536.504.140	3.934.592.500	47.92
	EXCL	1.287.807.000.000	10.668.186.976	121.00
	IBST	63.351.210.259	1.350.904.927	46.90
	ISAT	6.860.121.000.000	5.433.933.499	1262.46
	LINK	885.319.000.000	2.863.195.484	309.21
	TBIG	1.601.353.000.000	22.656.999.445	74.25
	TLKM	33.948.000.000.000	99.062.216.600	249.94
	TOWR	3.447.875.000.000	49.798.939.000	69.00
2022	BALI	212.090.007.799	3.934.592.500	53.90
	EXCL	1.121.188.000.000	13.071.942.865	105.00
	IBST	41.526.767.474	1.350.904.927	30.74
	ISAT	3.566.904.000.000	8.062.702.740	406.57
	LINK	240.718.000.000	2.863.195.484	84.07

	TBIG	1.689.441.000.000	22.656.999.445	73.44
	TLKM	27.680.000.000.000	99.062.216.600	209.49
	TOWR	3.496.535.000.000	49.798.939.800	69.00

Tahun	Kode Perusahaan	Laba Bersih	Lembar Saham Beredar	EPS
2023	BALI	12.866.291.175	3.934.592.500	3.27
	EXCL	657.524.000.000	13.128.430.665	50.08
	IBST	49.126.514.640	1.350.904.927	36.37
	ISAT	2.043.912.000.000	8.062.702.740	236.70
	LINK	-532.983.000.000	2.863.195.484	0.19
	TBIG	716.522.000.000	22.656.999.445	30.57
	TLKM	16.821.000.000.000	99.062.216.600	128.77
	TOWR	1.598.969.000.000	49.799.041.000	31.00