

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. Landasan Teori**

##### **2.1.1. *Arbitrage Pricing Theory* (APT)**

Return saham merupakan salah satu faktor yang memotivasi investor berinvestasi dan juga merupakan imbalan atas keberanian investor menanggung risiko atas investasi yang dilakukannya. Pembahasan tentang tingkat keuntungan sekuritas dapat dikelompokkan dalam dua teori yaitu *Capital Asset Pricing Model* (CAPM) dan *Arbitrage Pricing Theory* (APT) (Husnan, 2005).

*Arbitrage Pricing Theory* (APT) pertama kali diperkenalkan oleh Ross pada tahun 1976, berangkat dari asumsi bahwa bila dua kesempatan investasi yang mempunyai karakteristik sama, maka tidak dapat dijual dengan harga yang berbeda. Dalam kondisi ini akan berlaku *the law one price*. Bila keduanya dijual dengan harga berbeda, maka akan terdapat kesempatan untuk melakukan *arbitrage* dengan cara membeli aktiva berharga murah, dan pada saat yang sama dilakukan penjualan aktiva yang sama dengan harga yang lebih tinggi, sehingga akan diperoleh keuntungan tanpa menghadapi resiko. Dalam model ini, besarnya *return* suatu asset atau sekuritas dipengaruhi oleh beberapa faktor (Ross, 1976).

*Arbitrage Pricing Theory* (APT) pada dasarnya menggunakan pemikiran yang menyatakan bahwa dua kesempatan investasi yang mempunyai karakteristik yang identik sama tidaklah bisa dijual dengan harga yang berbeda (Husnan, 2005). Model *Arbitrage Pricing Theory* (APT) didasari pandangan bahwa return yang diharapkan untuk suatu saham (sekuritas) akan dipengaruhi oleh beberapa faktor risiko. Faktor-faktor risiko tersebut adalah kondisi makro ekonomi suatu Negara seperti inflasi, tingkat suku bunga, nilai kurs dan GDP.

##### **2.1.2 Saham**

Saham adalah surat berharga yang merupakan tanda kepemilikan seseorang atau badan perseroan terhadap suatu perusahaan. Wujud saham adalah selembar kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemilik perusahaan yang menerbitkan surat berharga yang porsi kepemilikan ditentukan oleh seberapa besar penyertaan dana yang ditanamkan perusahaan (Darmadji dan Fakhrudin, 2008).

### A. Jenis-jenis Saham

Saham adalah tanda penyertaan modal dari seseorang atau badan usaha didalam suatu perusahaan perseroan terbatas. Saham (*share/stock*) merupakan salah satu instrumen pasar modal yang paling umum diperdagangkan karena mampu memberikan tingkat keuntungan yang menarik (Purnomo, 2010). Beberapa sudut pandang untuk membedakan saham menurut Darmadji dan Fakhruddin, (2008)., yaitu :

- 1) Ditinjau dari segi kemampuan hak tagih atau klaim, maka saham terbagi atas:
  - a) Saham biasa (*Common stock*), merupakan saham yang memiliki hak klaim berdasarkan laba atau rugi yang diperoleh perusahaan. Bila terjadi likuidasi, pemegang saham biasa yang mendapatkan prioritas paling akhir dalam pembagian dividen dari penjualan asset perusahaan. Saham preferen (*Preferred stock*), yaitu Saham preferen merupakan saham dengan bagian hasil yang tetap dan apabila perusahaan mengalami kerugian maka pemegang saham preferen akan mendapat prioritas utama dalam pembagian hasil atas penjualan asset. Saham preferen mempunyai sifat gabungan antara obligasi dan saham biasa.
- 2) Dilihat dari cara peralihannya saham dapat dibedakan atas :
  - a) Saham atas unjuk (*Bearer stock*), artinya pada saham tersebut tidak tertulis nama pemiliknya, agar mudah dipindah tangankan dari satu investor ke investor lain. Secara hukum siapa yang memegang saham tersebut, maka dialah yang diakui sebagai pemiliknya dan berhak untuk ikut hadir dalam RUPS.
  - b) Saham atas nama (*Registered Stock*), merupakan saham dengan nama pemilik yang ditulis secara jelas dan cara peralihannya harus melalui prosedur tertentu.
- 3). Ditinjau dari kinerja perdagangan, maka saham dapat dikategorikan atas:
  - a) Saham unggulan (*Blue-chip stock*), yaitu saham biasa dari suatu perusahaan yang memiliki reputasi tinggi, sebagai pemimpin (leader) di industri sejenis, memiliki pendapatan uang stabil, dan konsisten dalam membayar dividen.
  - b) Saham pendapatan (*Income stock*), yaitu saham dari suatu emiten yang memiliki kemampuan membayar pada tahun sebelumnya. Emiten seperti ini biasanya mampu menciptakan pendapatan yang lebih tinggi dan secara teratur membagikan dividen tunai. Emiten ini tidak suka

menekan laba dan tidak mementingkan potensi pertumbuhan harga saham.

- c) Saham pertumbuhan (*Growth stock*), yaitu saham-saham dari emiten yang memiliki pertumbuhan pendapatan yang tinggi, sebagai pemimpin di industri sejenis yang mempunyai reputasi tinggi. Saham spekulatif (*Speculative stock*), yaitu saham suatu perusahaan yang tidak bisa secara konsisten memperoleh penghasilan dari tahun ke tahun, akan tetapi memiliki kemungkinan penghasilan yang tinggi dimasa mendatang, meskipun belum pasti adanya.
- d) Saham siklikal (*Cyclical stock*), yaitu saham yang tidak terpengaruh oleh kondisi ekonomi makro maupun situasi bisnis secara umum. Pada saat resesi ekonomi, harga saham ini tetap lebih tinggi, dimana emitenya mampu memberikan dividen yang tinggi sebagai akibat dari kemampuan emiten dalam memperoleh penghasilan yang lebih tinggi dimasa resesi.

## **B. Return Saham**

Fahmi dan Yovi (2009) mengatakan *return* saham adalah keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan, individu dan institusi dari hasil kebijakan investasi yang dilakukannya. Semakin tinggi *return* saham maka semakin baik investasi yang dilakukan karena dapat menghasilkan keuntungan, sebaliknya semakin *return* saham atau bahkan negatif maka semakin buruk hasil investasi yang dilakukan. Saham adalah menunjukkan hak kepemilikan pada keuntungan dan aset dari sebuah perusahaan. Secara sederhana investasi dapat diartikan sebagai suatu kegiatan menempatkan dana pada satu atau lebih dari suatu assets selama periode tertentu dengan harapan dapat memperoleh penghasilan atau peningkatan nilai investasi. Dalam berinvestasi, investor yang rasional akan mempertimbangkan dua hal yaitu pendapatan yang diharapkan (*expectedreturn*) dan risiko (*risk*) yang terkandung dalam alternatif investasi yang dilakukan.

*Return* saham adalah tingkat keuntungan yang dinikmati oleh pemodal atas suatu investasi yang dilakukannya. Tanpa adanya tingkat keuntungan yang dinikmati dari suatu investasi, tentunya investor tidak akan melakukan investasi.

Menurut Ang Robert (2000), setiap investasi baik jangka pendek maupun jangka panjang mempunyai tujuan utama mendapatkan keuntungan yang disebut *return* baik langsung maupun tidak langsung. Lebih lanjut Ang (2000) menyatakan bahwa komponen *return* terdiri dari dua jenis yaitu *current income* (pendapatan lancar) dan *capital gain* (keuntungan selisih harga).

*Current income* merupakan keuntungan yang diperoleh melalui pembayaran yang bersifat periodik seperti pembayaran bunga deposito, bunga obligasi, dividen dan sebagainya. Komponen yang kedua dari *return* adalah *capital gain*, yaitu keuntungan yang diterima karena adanya selisih antara harga jual dan harga beli saham dari suatu instrumen investasi, yang berarti bahwa saham tersebut harus diperdagangkan di pasar. Secara sistematis, perhitungan *return* saham menurut Hartono (2013) adalah sebagai berikut :

$$RIT = \frac{(P_t - P_{t-1} + D_t)}{P_{t-1}}$$

(Sumber: Fahmi, 2015:137)

Keterangan :

Rit : tingkat keuntungan saham pada I pada periode t.

Pt : hasil penutupan saham I pada periode t (periode penutupan/ terakhir)

Pt-1 : harga penutupan saham I pada periode sebelumnya.

Dt : dividen periodik.

Dalam penelitian ini *return* saham diukur berdasarkan harga saham hasil penutupan saham I pada periode dan harga penutupan saham I pada periode sebelumnya yang dirata-ratakan setahun, mulai dari 2017-2019. *Return* realisasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *capital gain/loss* yang sering juga disebut *actual return*. Alasan mengapa pada penelitian ini dividen tidak digunakan adalah karena pada laporan keuangan telah diketahui harga penutupan pada perusahaan setiap tahunnya, dan karena tidak semua perusahaan membagikan dividen secara periodik sehingga pada penelitian ini penulis menggunakan rumus *return* saham menurut Brigham dan Houston (2006) yaitu :

$$RIT = \frac{(P_t - P_{t-1})}{P_{t-1}}$$

Keterangan :

Rit : tingkat keuntungan saham pada I pada periode t

Pt : hasil penutupan saham I pada periode t (periode penutupan/terakhir)

Pt-1 : harga penutupan saham I pada periode sebelumnya

### 2.1.3. Pengertian Inflasi

Pengertian Inflasi Inflasi dapat diartikan sebagai gejala kenaikan harga barang-barang yang bersifat umum dan terus menerus. Dari definisi ini ada tiga syarat untuk dapat dikatakan telah terjadi inflasi. Pertama, adanya kenaikan harga. Kedua, kenaikan tersebut terjadi terhadap harga-harga barang secara umum. Ketiga, kenaikan tersebut berlangsung cukup lama. Dengan demikian kenaikan harga yang terjadi pada hanya satu jenis barang, atau kenaikan yang terjadi hanya sementara waktu tidak dapat disebut dengan inflasi. Pandangan kaum moneteris menganggap inflasi sebagai akibat dari jumlah uang yang beredar yang terlalu banyak, sehingga daya beli uang tersebut (*purchasing power of money*) menurun. Sebagai akibatnya harga barang-barang menjadi naik. Sedangkan menurut kaum strukturalis, inflasi merupakan gejala ekonomi yang disebabkan oleh masalah struktural seperti masalah gagal panen yang menyebabkan kekurangan persediaan barang, sehingga tidak dapat memenuhi jumlah permintaan secara keseluruhan. Sebagai akibat harga barang tersebut mengalami kenaikan. Faktor-faktor makro ekonomi yang secara langsung dapat mempengaruhi *return* saham maupun kinerja perusahaan antara lain adalah tingkat inflasi, nilai kurs, siklus ekonomi, produk domestik bruto, tingkat suku bunga, peraturan pajak, jumlah uang yang beredar, dan kondisi perekonomian internasional. Ketika kondisi makro ekonomi di suatu negara mengalami perubahan baik yang positif ataupun negatif, investor akan mengkalkulasikan dampak terhadap *return* saham di masa yang akan datang, kemudian mengambil suatu keputusan untuk membeli atau menjual saham perusahaan yang bersangkutan. Aspek jual dan beli ini akan mengakibatkan terjadinya perubahan harga saham, yang pada akhirnya akan berpengaruh pada indeks pasar modal di Negara tersebut (Samsul, 2008).

#### A. Inflasi

Inflasi adalah suatu keadaan perekonomian dimana harga-harga secara umum mengalami kenaikan harga yang bersifat sementara. Inflasi merupakan suatu gejala ekonomi yang tidak dapat dihilangkan dengan tuntas. Samuelson (2001) memberikan definisi bahwa inflasi sebagai suatu keadaan dimana terjadi kenaikan tingkat harga umum, baik barang-barang, jasa-jasa maupun faktor-faktor produksi. Dari definisi tersebut mengindikasikan keadaan melemahnya daya beli yang diikuti dengan semakin merosotnya nilai riil (intrinsik) mata uang suatu negara.

Inflasi yang tinggi akan mengakibatkan penurunan harga saham, karena menyebabkan kenaikan harga barang atau bahan baku secara umum. Kondisi ini mempengaruhi biaya produksi dan harga jual barang akan menjadi semakin tinggi. Harga jual yang tinggi akan menyebabkan menurunnya daya beli, hal ini akan mempengaruhi keuntungan perusahaan dan akhirnya berpengaruh terhadap harga saham yang mengalami penurunan. Menurut Manurung dan kawan-kawan (2004) suatu perekonomian dikatakan telah mengalami inflasi jika tiga karakteristik berikut dipenuhi, yaitu : 1) terjadi kenaikan harga, 2) kenaikan harga bersifat umum, dan 3) berlangsung terus menerus. Inflasi mempengaruhi perekonomian melalui pendapatan dan kekayaan, dan melalui perubahan tingkat dan efisiensi produksi. Inflasi yang tidak bisa diramalkan biasanya menguntungkan para debitur, pencari dana, dan spekulator pengambil risiko. Inflasi akan merugikan para kreditur, kelompok berpendapatan tetap, dan investor yang tidak berani berisiko (Samuelson, 2001).

#### **a. Pengertian Inflasi**

Inflasi dapat diartikan sebagai gejala kenaikan harga barang-barang yang bersifat umum dan terus menerus.<sup>11</sup> Dari definisi ini ada tiga syarat untuk dapat dikatakan telah terjadi inflasi. Pertama, adanya kenaikan harga. Kedua, kenaikan tersebut terjadi terhadap harga-harga barang secara umum. Ketiga, kenaikan tersebut berlangsung cukup lama. Dengan demikian kenaikan harga yang terjadi pada hanya satu jenis barang, atau kenaikan yang terjadi hanya sementara waktu tidak dapat disebut dengan inflasi. Pandangan kaum moneteris menganggap inflasi sebagai akibat dari jumlah uang yang beredar yang terlalu banyak, sehingga daya beli uang tersebut (*purchasing power of money*) menurun.<sup>12</sup> Sebagai akibatnya harga barang-barang menjadi naik. Sedangkan menurut kaum strukturalis, inflasi merupakan gejala ekonomi yang disebabkan oleh masalah struktural seperti masalah gagal panen yang menyebabkan kekurangan persediaan barang, sehingga tidak dapat memenuhi jumlah permintaan secara keseluruhan. Sebagai akibat harga barang tersebut mengalami kenaikan.

#### **b. Jenis – Jenis Inflasi**

Inflasi yang terjadi dapat dikelompokkan berdasarkan sifat, sebab terjadinya, dan berdasarkan asalnya.

A. Inflasi berdasarkan sifatnya dibagi menjadi empat kategori utama, yaitu

1. Inflasi Rendah (*Creeping Inflation*), yaitu inflasi yang besarnya kurang dari 10% per tahun. Inflasi ini dibutuhkan dalam ekonomi karena akan mendorong produsen untuk memproduksi lebih banyak barang dan jasa.

2. Inflasi Menengah (*Galloping Inflation*), yaitu inflasi yang besarnya antara 10-30% per tahun. Inflasi ini biasanya ditandai oleh naiknya harga-harga secara cepat dan relatif besar. Angka inflasi pada kondisi ini biasanya disebut inflasi 2 digit, misalnya 15%, 20%, dan 30%.
3. Inflasi Berat (*High Inflation*), yaitu inflasi yang besarnya antara 30-100% per tahun.
4. Inflasi Sangat Tinggi (*Hyperinflation*), yaitu inflasi yang ditandai oleh naiknya harga secara drastis hingga mencapai 4 digit (diatas 100%). Pada kondisi ini, masyarakat tidak ingin lagi menyimpan uang, karena nilainya turun sangat tajam sehingga lebih baik ditukarkan dengan barang.

#### B. Inflasi Berdasarkan Sebabnya

1. *Demand Pull Inflation*. Inflasi ini terjadi sebagai akibat pengaruh permintaan yang tidak diimbangi oleh peningkatan jumlah penawaran produksi. Akibatnya sesuai dengan hukum permintaan, jika permintaan banyak sementara penawaran tetap, harga akan naik. Jika hal ini berlangsung secara terus-menerus, akan mengakibatkan inflasi yang berkepanjangan. Oleh karena itu, untuk mengatasinya diperlukan adanya pembukaan kapasitas produksi baru dengan penambahan tenaga kerja baru.
2. *Cost Push Inflation*. Inflasi ini disebabkan karena kenaikan biaya produksi yang disebabkan oleh kenaikan biaya input atau biaya faktor produksi. Akibat naiknya biaya faktor produksi, dua hal yang dapat dilakukan oleh produsen, yaitu langsung menaikkan harga produknya dengan jumlah penawaran yang sama atau harga produknya naik karena penurunan jumlah produksi.
3. *Bottle Neck Inflation*. Inflasi ini dipicu oleh faktor penawaran (supply) atau faktor permintaan (demand). Jika dikarenakan faktor penawaran maka persoalannya adalah sekalipun kapasitas yang ada sudah terpakai tetapi permintaannya masih banyak sehingga menimbulkan inflasi. Adapun inflasi karena faktor permintaan disebabkan adanya likuiditas yang lebih banyak, baik itu berasal dari sisi keuangan (monetary) atau akibat tingginya ekspektasi terhadap permintaan baru.

#### C. Inflasi Berdasarkan Asalnya

1. Inflasi yang berasal dari dalam negeri (*domestic inflation*). Inflasi ini timbul karena terjadinya defisit dalam pembiayaan dan belanja negara

yang terlihat pada anggaran belanja negara. Untuk mengatasinya, biasanya pemerintah melakukan kebijakan mencetak uang baru.

2. Inflasi yang berasal dari luar negeri (*imported inflation*). Inflasi ini timbul karena negara-negara yang menjadi mitra dagang suatu negara mengalami inflasi yang tinggi. Kenaikan harga-harga di luar negeri atau di negara-negara mitra dagang utama (antara lain disebabkan melemahnya nilai tukar) yang secara langsung maupun tidak langsung akan menimbulkan kenaikan biaya produksi biasanya akan disertai dengan kenaikan harga-harga barang.

### c. Penyebab Inflasi

Inflasi dapat digolongkan karena penyebab-penyebabnya yaitu sebagai berikut:

- a. *Natural Inflation* dan *Human Error Inflation*. *Natural Inflation* adalah inflasi yang terjadi karena sebab-sebab alamiah yang manusia tidak mempunyai kekuasaan dalam mencegahnya. *Human Error Inflation* adalah inflasi yang terjadi karena kesalahan-kesalahan yang dilakukan oleh manusia sendiri.
- b. *Actual / Anticipated / Expected Inflation* dan *Unanticipated / Unexpected Inflation*. Pada *Expected Inflation* tingkat suku bunga pinjaman riil sama dengan tingkat suku bunga pinjaman nominal dikurangi inflasi. Sedangkan pada *Unexpected Inflation* tingkat suku bunga pinjaman nominal belum atau tidak merefleksikan kompensasi terhadap efek inflasi.
- c. *Demand Pull* dan *Cost Push Inflation*. *Demand Pull* diakibatkan oleh perubahan-perubahan yang terjadi pada sisi Permintaan Agregatif (AD) dari barang dan jasa pada suatu perekonomian. *Cost Push Inflation* adalah inflasi yang terjadi karena adanya perubahan-perubahan pada sisi Penawaran Agregatif (AS) dari barang dan jasa pada suatu perekonomian.
- d. *Spiralling Inflation*. Inflasi jenis ini adalah inflasi yang diakibatkan inflasi yang terjadi sebelumnya yang mana inflasi yang sebelumnya itu terjadi sebagai akibat dari inflasi yang terjadi sebelumnya lagi begitu seterusnya.



- e. *Imported Inflation* dan *Domestic Inflation*. Imported Inflation adalah inflasi di negara lain yang ikut dialami oleh suatu negara karena harus menjadi price taker dalam pasar internasional. Domestic Inflation bisa dikatakan inflasi yang hanya terjadi di dalam negeri suatu negara yang tidak begitu mempengaruhi negara-negara lainnya.

**d. Metode Perhitungan Inflasi**

Angka inflasi dihitung berdasarkan angka indeks yang dikumpulkan dari beberapa macam barang yang diperjual belikan di pasar dengan masing-masing tingkat harga (barang-barang ini tentu saja yang paling banyak dan merupakan kebutuhan pokok atau utama bagi masyarakat). Berdasarkan data harga itu disusunlah suatu angka yang diindeks. Angka indeks yang memperhitungkan semua barang yang dibeli oleh konsumen pada masing-masing harganya disebut sebagai indeks harga konsumen (IHK atau consumer price index = CPI). Berdasarkan indeks harga konsumen dapat dihitung berapa besarnya laju kenaikan harga-harga secara umum dalam periode tertentu. Biasanya setiap bulan, 3 bulan, dan 1 tahun. Selain menggunakan IHK, tingkat inflasi juga dapat dihitung dengan menggunakan GNP atau PDB deflator, yaitu membandingkan GNP atau PDB yang diukur berdasarkan harga berlaku (GNP atau PDB nominal) terhadap GNP atau PDB harga konstan (GNP atau PDB riel). Adapun rumus untuk menghitung tingkat inflasi adalah:

$$I_n = \frac{IHK_n - IHK_{n-1}}{IHK_{n-1}} 100\% \quad I_n = \frac{Df_n - Df_{n-1}}{Df_{n-1}} 100\%$$

Sumber: Suriyani (2018)

In adalah inflasi

IHK<sub>n</sub> indeks harga konsumen tahun dasar (dalam hal ini nilainya 100)

IHK<sub>n-1</sub> adalah indeks harga konsumen tahun berikutnya

Df<sub>n</sub> adalah GNP atau PDB deflator tahun berikutnya

Df<sub>n-1</sub> adalah GNP atau PDB deflator tahun awal (sebelumnya).

**e. Dampak Inflasi**

Dampak inflasi terhadap suatu perekonomian diantaranya sebagai berikut:

- a. Nilai suatu mata uang akan mengalami penurunan dan daya beli mata uang tersebut menjadi semakin rendah. Penurunan daya beli mata uang selanjutnya akan berdampak pada individu, dunia usaha dan APBN.

Dengan kata lain, laju inflasi yang tinggi dapat berdampak buruk terhadap perekonomian secara keseluruhan.

- b. Inflasi mendorong redistribusi pendapatan diantara anggota masyarakat, hal inilah yang disebut dengan efek redistribusi dari inflasi. Inflasi akan mempengaruhi kesejahteraan ekonomi anggota masyarakat, sebab redistribusi pendapatan yang terjadi akibat inflasi akan mengakibatkan pendapatan riil satu orang meningkat, tetapi pendapatan riil yang lain akan jatuh. Umumnya bagi mereka yang berpendapatan tetap seperti pegawai negeri akan mengalami dampak negatif inflasi, hal tersebut dikarenakan inflasi yang tinggi pendapatan riil mereka akan turun.
- c. Inflasi menyebabkan perubahan-perubahan dalam output dan kesempatan kerja. Hal tersebut terjadi dikarenakan inflasi memotivasi perusahaan untuk memproduksi lebih atau kurang dari yang telah dilakukan selama ini.
- d. Inflasi menyebabkan sebuah lingkungan yang tidak stabil bagi kondisi ekonomi. Jika konsumen memperkirakan tingkat inflasi di masa mendatang akan naik, maka akan mendorong mereka untuk melakukan pembelian barang-barang dan jasa secara besar-besaran pada saat sekarang dari pada mereka menunggu tingkat harga sudah meningkat lagi.
- e. Inflasi cenderung memperendah tingkat bunga riil dan menyebabkan terjadinya ketidak seimbangan di pasar modal. Hal tersebut menyebabkan penawaran dana untuk investasi menurun, dan sebagai akibatnya, investor sektor swasta berkurang sampai ke bawah tingkat keseimbangannya

#### **2.1.4. Corporate Social Responsibility (CSR)**

##### **a. Definisi Corporate Social Responsibility (CSR)**

Sekitar 50 tahun lalu, H.R. Bowen seorang ahli ekonomi Amerika berpendapat bahwa para pelaku bisnis memiliki kewajiban untuk mengupayakan suatu kebijakan serta membuat keputusan atau melaksanakan berbagai tindakan yang sesuai dengan tujuan dan nilai-nilai masyarakat (Watricks dan Cochran dalam Solihin, 2008). Pendapat Bowen tersebut telah memberikan kerangka dasar bagi pengembangan konsep tanggung jawab sosial (*Social Responsibility*). Sebagaimana ditekankan oleh Bowen, kewajiban atau tanggung jawab sosial perusahaan bersandar kepada keselarasan dengan tujuan (*objectives*) dan nilai-nilai (*values*) dari masyarakat. Kedua hal ini yang disebutkan oleh Bowen, yakni

keselarasan dengan tujuan nilai-nilai masyarakat kesadaran merupakan dua premis dasar tanggung jawab sosial.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga, dan berkelanjutan. CSR adalah bagaimana cara perusahaan mengelola perusahaan baik sebagian maupun secara keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungan (Johnson dan Johnson dalam Hadi, 2011). Secara konseptual terdapat tiga pendekatan dalam pembentukan tanggung jawab sosial, sebagai berikut:

- 1) Pendekatan moral, yaitu kebijakan yang didasarkan pada prinsip kesantunan dan nilai-nilai positif yang berlaku, dengan pengertian bahwa apa yang dilakukan tidak melanggar atau merugikan pihak-pihak lain.
- 2) Pendekatan kepentingan bersama, menyatakan bahwa kebijakan-kebijakan moral harus didasarkan pada standar kebersamaan, kewajaran, keterbukaan dan kebebasan.
- 3) Pendekatan manfaat, adalah konsep tanggung jawab sosial yang didasarkan pada nilai-nilai bahwa apa yang dilakukan oleh organisasi harus dapat menghasilkan manfaat besar bagi pihak-pihak berkepentingan secara adil.

*World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD, 2004) menggambarkan bahwa setiap perusahaan harus bertanggung jawab secara ekonomi terhadap karyawan dan keluarganya, masyarakat sekitar lokasi perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas hidup mereka. Secara umum CSR dimaknai sebuah cara dengan mana perusahaan berupaya mencapai sebuah keseimbangan antara tujuan-tujuan ekonomi, lingkungan, dan sosial masyarakat, seraya tetap merespon harapan-harapan para pemegang saham dan pemangku kepentingan (Suharto, 2010).

#### **b. Sejarah Perkembangan *Social Responsibility* (CSR)**

Perkembangan *social responsibility* dibagi menjadi tiga periode (Solihin, 2008), sebagai berikut:

- 1) Perkembangan awal *social responsibility* antara tahun 1950-1960. Pada awalnya *social responsibility* masih dipahami secara sederhana. Pada saat itu, *social responsibility* dianggap sebagai derma perusahaan terhadap masyarakat sekitarnya. Wujud *social responsibility* bersifat kegiatan amal dan insidental yang

bergantung pada kondisi kesadaran dan keinginan pemodal. Serta tipe kontrak pelaksana yang mendasari *social responsibility* bersifat prinsip perwalian (*stewardship principle*). Konsep tersebut mendudukan pelaku bisnis sebagai wali (*steward*) masyarakat, sehingga perlu mempertimbangkan kepentingan para *stakeholder*.

2) Perkembangan pertengahan antara tahun 1970-1980.

Jika pada era sebelumnya, praktik *social responsibility* lebih dilihat sebagai bentuk derma perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, era tahun 1970-an kegiatan *social responsibility* berorientasi pada pemberdayaan masyarakat. CSR merupakan suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, termasuk konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Seiring dengan pesatnya perkembangan bidang ekonomi, penerapan CSR dimaksudkan untuk mendorong perusahaan lebih etis dalam menjalankan aktivitasnya agar tidak berpengaruh atau berdampak buruk pada masyarakat dan lingkungan hidupnya, sehingga pada akhirnya dunia usaha akan dapat bertahan secara berkelanjutan untuk memperoleh manfaat ekonomi yang menjadi tujuan dibentuknya dunia usaha.

3) Perkembangan era tahun 1990-an sampai sekarang.

Perkembangan *social responsibility* pada tahun 1997, diwarnai dengan beragam pendekatan, seperti pendekatan integral, pendekatan *stakeholder* maupun pendekatan *civil society* (Wibisono, 2007). Salah satu yang terkenal adalah teori “*The Triple Bottom Line*” yang dikemukakan oleh John Elkington seorang *businessmen* asal Inggris melalui bukunya “*Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*”.

Elkington mengembangkan konsep *Triple Bottom Line* dengan istilah *economic prosperity*, *environmental quality*, dan *social justice*. Konsep tersebut berpandangan jika perusahaan ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya, maka perusahaan tersebut harus memperhatikan 3P, selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*), dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).



**Gambar 2.1. Konsep *Triple Bottom Line***

Sumber: WBCSD, 2004.

Di Indonesia program CSR sudah mulai bermunculan seiring disahkannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang Perseroan Terbatas yang berbunyi:

- 1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
- 2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- 3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah. Pada pasal 25 (b) Undang-Undang Penanaman Modal menyatakan kepada setiap penanam modal wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.

### c. Prinsip-prinsip *Social Responsibility* (CSR)

Prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (*social responsibility*) dibagi menjadi tiga (Crowther dalam Hadi, 2011), sebagai berikut:

- 1) *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya dimasa depan.
- 2) *Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan, ketika perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Tingkat keluasan dan keinformasian laporan perusahaan memiliki konsekuensi sosial maupun ekonomi. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif aktivitas perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal.
- 3) *Transparency*, merupakan satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi kesalahpahaman, khususnya mengenai informasi dan pertanggungjawaban dari dampak lingkungan.

### d. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah proses yang digunakan oleh perusahaan untuk mengungkapkan informasi berkaitan dengan kegiatan perusahaan dan pengaruhnya terhadap kondisi sosial masyarakat dan lingkungan. Jenis pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) yaitu pengungkapan informasi yang wajib dilakukan perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu. Selain itu ada juga pengungkapan yang bersifat sukarela (*voluntary*) yaitu pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku (Ghozali dan Chariri, 2007). Terdapat beberapa alasan perusahaan mengungkapkan kinerja sosial secara sukarela (Anwar dkk, 2010), sebagai berikut:

- 1) *Internal decision making*, manajemen membutuhkan informasi untuk menentukan efektivitas informasi sosial tertentu dalam mencapai tujuan sosial perusahaan.
- 2) *Product differentiation*, manajer perusahaan memiliki insentif untuk membedakan diri dari pesaing yang tidak bertanggung jawab secara sosial kepada masyarakat.
- 3) *Enlightened self interest*, perusahaan melakukan pengungkapan untuk menjaga keselarasan sosialnya dengan

para *stakeholder* karena mereka dapat mempengaruhi pendapatan penjualan dan harga saham perusahaan.

Adapun item-item pengungkapan CSR terdiri dari 7 kategori dengan 78 item-item yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan (Hackston dan Milne dalam Sembiring, 2005), sebagai berikut:

- 1) Lingkungan
- 2) Energi
- 3) Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja
- 4) Lain-lain Tenaga Kerja
- 5) Produk
- 6) Keterlibatan Masyarakat
- 7) Umum

Menurut *Global Reporting Initiative* (GRI) dalam Nuryaman (2013), untuk menghitung item-item pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan dengan menggunakan rumus *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI), sebagai berikut:

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

(sumber: Putri, 2014)

CSRDI<sub>j</sub> = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*

$\sum X_{ij}$  = Jumlah item yang diungkapkan perusahaan j

$N_j$  = Jumlah item yang seharusnya diungkapkan perusahaan j

#### **e. Manfaat Corporate Social Responsibility**

Perusahaan yang berkomitmen melaksanakan CSR secara berkelanjutan mendatangkan banyak manfaat (Lako, 2011), sebagai berikut:

- 1) Investasi sosial yang menjadi sumber keunggulan kompetitif bagi perusahaan.
- 2) Memperkokoh kinerja keuangan perusahaan.
- 3) Meningkatnya akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas dan investor, kreditor, pemasok, konsumen, pemerintah dan masyarakat.
- 4) Meningkatnya komitmen, etos kerja, efisiensi dan produktivitas karyawan.

- 5) Menurunnya kerentanan gejala sosial dan resistensi dari komunitas sekitarnya karena diperhatikan dan dihargai perusahaan.
- 6) Meningkatnya reputasi, *goodwill* dan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

#### **f. Teori Sinyal (Signalling Theory)**

*Signalling Theory* (teori sinyal) digunakan untuk menjelaskan bahwa pada dasarnya suatu informasi dimanfaatkan perusahaan untuk memberi sinyal positif maupun negatif kepada pemakainya (Kastutisari dkk, 2014). Pengungkapan aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan CSR merupakan salah satu cara untuk mengirimkan *signal* positif kepada *stakeholder* dan pasar mengenai prospek perusahaan di masa yang akan datang bahwa perusahaan memberikan keberlangsungan hidup perusahaan dimasa yang akan datang. Teori sinyal menunjukkan adanya asimetris informasi antara manajemen perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan informasi tersebut dan mengemukakan tentang bagaimana perusahaan memberikan sinyal-sinyal kepada pengguna laporan keuangan (Wolk *et al*, 2001).

Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pelaku pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut dan diterima oleh para pelaku pasar. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain (Jogiyanto, 2000). Sama halnya jika dikaitkan dengan hubungan kinerja dengan pengungkapan sosial atau lingkungan, yaitu jika suatu perusahaan memiliki kinerja finansial yang tinggi maka dapat memberikan sinyal positif bagi investor atau masyarakat melalui laporan keuangan atau laporan tahunan yang akan diungkapkan.

#### **g. Teori Legitimasi**

Legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada kepada masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat (Gray *et al* dalam Hadi, 2011). Legitimasi mengalami pergeseran sejalan dengan pergeseran masyarakat dan lingkungan, perusahaan harus dapat menyesuaikan perubahan tersebut baik bentuk produk, metode, dan tujuan. Legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai (*congruent*) dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan. Ketika



terjadi pergeseran yang menuju ketidaksesuaian, maka pada saat itu legitimasi perusahaan dapat terancam (Deegan dkk dalam Hadi, 2011). Ketidaksesuaian tersebut memunculkan adanya *legitimacy gap* yang disebabkan oleh beberapa faktor, sebagai berikut:

- 1) Adanya perubahan dalam kinerja perusahaan tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan tidak berubah.
- 2) Kinerja perusahaan tidak berubah tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan telah berubah.
- 3) Kinerja perusahaan dan harapan masyarakat berubah ke arah yang berbeda, atau ke arah yang sama tetapi waktunya berbeda.

Aktivitas organisasi perusahaan hendaknya sesuai dengan nilai sosial lingkungannya. Terdapat dua dimensi agar perusahaan memperoleh dukungan legitimasi (Dowling dkk dalam Hadi, 2011), sebagai berikut:

- 1) Aktivitas organisasi perusahaan harus sesuai dengan sistem nilai di masyarakat.
- 2) Pelaporan aktivitas perusahaan juga hendaknya mencerminkan nilai sosial.

Dalam rangka mengelola legitimasi agar efektif perusahaan dapat melakukan berbagai upaya (Pattern dalam Hadi, 2011), sebagai berikut:

- 1) Melakukan identifikasi dan komunikasi atau dialog dengan publik.
- 2) Melakukan komunikasi atau dialog tentang masalah nilai sosial kemasyarakatan dan lingkungan, serta membangun persepsi tentang perusahaan.
- 3) Melakukan strategi legitimasi dan pengungkapan terutama terkait masalah CSR.

#### **h. Teori *Stakeholder***

Perusahaan adalah bagian dari beberapa elemen yang membentuk masyarakat dalam sistem sosial. Kondisi tersebut menciptakan sebuah hubungan timbal balik antara perusahaan dan para *stakeholder*. Hal ini berarti perusahaan harus melaksanakan peranannya secara dua arah yaitu untuk memenuhi kebutuhan perusahaan itu sendiri maupun *stakeholder*. Teori *stakeholder* adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja (*stakeholder*) perusahaan bertanggung jawab. *Stakeholder* merupakan individu, sekelompok manusia, komunitas atau masyarakat baik secara

keseluruhan maupun secara parsial yang memiliki hubungan serta kepentingan terhadap perusahaan (Freeman, 2001).

*Stakeholder theory* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya yaitu para pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain (Ghozali dan Chariri, 2007). Perkembangan teori *stakeholder* diawali dengan berubahnya bentuk pendekatan perusahaan dalam melakukan aktifitas usaha. Ada dua bentuk dalam pendekatan *stakeholder* (Budimanta dkk, 2008) sebagai berikut:

- 1) *Old-corporate relation*, pendekatan ini menekankan pada bentuk pelaksanaan aktifitas perusahaan secara terpisah dimana setiap fungsi dalam sebuah perusahaan melakukan pekerjaannya tanpa adanya kesatuan diantara fungsi-fungsi tersebut. Selain itu hubungan antara pemimpin dengan karyawan dan pemasok berjalan satu arah, kaku dan berorientasi jangka pendek. Pendekatan tipe ini akan banyak menimbulkan konflik karena perusahaan memisahkan diri dengan para *stakeholder* baik yang berasal dari dalam perusahaan dan dari luar perusahaan.
- 2) *New-corporate relation*, pendekatan ini menekankan kolaborasi antara perusahaan dengan seluruh *stakeholder*-nya sehingga perusahaan bukan hanya menempatkan dirinya sebagai bagian yang bekerja secara sendiri dalam sistem sosial masyarakat karena profesionalitas telah menjadi hal utama dalam pola hubungan ini. Pendekatan ini mengeliminasi penjenjangan status diantara para *stakeholder* perusahaan seperti yang ada pada pendekatan *Old-corporate relation*.

#### **2.1.5. Pengertian Profitabilitas**

Profit dalam kegiatan operasional perusahaan merupakan elemen penting untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan pada masa yang akan datang. Keberhasilan perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan untuk dapat bersaing dipasar.

Setiap perusahaan mengharapkan profit yang maksimal. Laba merupakan alat ukur utama kesuksesan suatu perusahaan. Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang oleh perusahaan.

Menurut Sutrisno (2009:16) “profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan semua modal yang bekerja didalamnya. Profitabilitas menurut Sofyan Syafri Harahap (2009:304) adalah

“Menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang perusahaan, dan lain sebagainya”.

Sedangkan menurut Brigham dan Houston (2009:109) “Profitabilitas merupakan hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan”.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat ditarik kesimpulan adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan sumber daya yang ada didalam perusahaan itu sendiri.

#### **A. Rasio Profitabilitas**

Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan digunakan rasio profitabilitas. Menurut Kasmir (2011:196) “Rasio Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan”.

Rasio profitabilitas menurut Brigham dan Houston (2009:107) “Sekelompok rasio yang menunjukkan gabungan efek – efek dari likuiditas, manajemen aktiva, dan utang pada hasil operasi. Rasio ini meliputi margin laba atas penjualan, rasio kemampuan dasar untuk menghasilkan laba, tingkat pengembalian atas total aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas saham biasa”.

Rasio profitabilitas merupakan J. Fred Weston dan Thomas E. Copeland (2010:237) adalah mengukur efektivitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang dihasilkan dari penjualan dan investasi. Rasio profitabilitas menurut Sutrisno (2009:222) adalah rasio untuk mengukur seberapa besar tingkat keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan.

Berdasarkan teori di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa rasio profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur seberapa besar sebuah perusahaan mampu menghasilkan laba dengan menggunakan semua faktor perusahaan yang ada didalamnya untuk menghasilkan laba yang maksimal. Rasio profitabilitas ini yang biasanya dijadikan bahan pertimbangan investor dalam menanamkan sahamnya disuatu perusahaan. Bila suatu perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi terhadap pengembalian saham, maka seorang investor akan memilih perusahaan tersebut untuk menanamkan sahamnya.

Penjualan dan investasi yang besar sangat diperlukan dan mempengaruhi besarnya rasio profitabilitas semakin besar aktivitas penjualan dan investasi maka akan semakin besar pula rasio profitabilitasnya. Secara umum ada empat jenis

analisis utama yang digunakan untuk menilai tingkat profitabilitas yakni terdiri dari, Menurut Kasmir (2008:199)

### 1. Net Profit Margin (NPM)

Menurut Riyanto (2013:336) “Net Profit Margin adalah suatu rasio yang mengukur keuntungan netto per rupiah penjualan”. Menurut Riyanto (2013:336) “Net Profit Margin adalah perbandingan antara net operating income dengan net sales. Net Profit Margin merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Rasio ini akan menggambarkan penghasilan bersih perusahaan berdasarkan total penjualan bersih.

$$NPM = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{penjualan}}$$

(Sumber: Kasmir, 2012:200)

### 2. Return On Asset (ROA)

Return On Asset menurut Kasmir (2012:201) adalah “rasio yang menunjukkan hasil atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan”. Menurut Toto Prihadi (2008) mengemukakan ROA bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mendaya gunakan aset untuk memperoleh laba dan mengukur hasil total untuk seluruh kreditor dan pemegang saham selaku penyedia sumber dana. Menurut Toto Prihadi (2008:68) “Return On Asset yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat laba terhadap asset yang digunakan dalam menghasilkan laba tersebut”. Persentase ini dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total aktiva}}$$

(Sumber: Fahmi, 2015:137)

### 3. Return On Equity (ROE)

Menurut Brigham & Houston (2010) “Return On Equity yaitu rasio laba bersih terhadap ekuitas biasa mengukur tingkat pengembalian atas investasi pemegang saham. Sedangkan menurut Tandelin “Return On Equity menggambar sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang bisa diperoleh pemegang saham”. Menurut Sawir (2009 : 20) “Return On Equity adalah rasio yang memperlihatkan sejauh manakah perusahaan mengelola modal sendiri secara efektif mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang telah dilakukan pemilik modal sendiri atau pemegang saham perusahaan”. Persentase ini dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

$$ROE = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Modal sendiri}}$$

(Sumber: Fahmi, 2015:137)

#### 4. Earning Per share (EPS)

Earning per share merupakan rasio yang menggambarkan jumlah rupiah yang diperoleh untuk setiap lembar saham biasa (Syamsuddin, 2009:66). Menurut Sofyan Syafri Harahap 2008 : 306 “Earning Per Share merupakan rasio yang menunjukkan berapa besar kemampuan per lembar saham dalam menghasilkan laba”. Oleh karena itu pada umumnya perusahaan manajemen perusahaan, pemegang saham biasa dan calon pemegang saham sangat tertarik akan Earning Per Share. Earning Per Share merupakan suatu indikator keberhasilan suatu perusahaan.

$$EPS = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Jumlah lembar saham beredar}}$$

(Sumber: Fahmi, 2015:137)

#### 2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang terkait dengan isu-isu tentang konsep Corporate Social Responsibility dalam hubungannya dengan return saham telah dilakukan oleh: (1)Sang Jun Cho,dkk(2019), (2)Yilin Zhang(2017), (3) Manuela Ender dan Finn Brinckmann(2019), (4) Risma Kartikaputri(2018), (5)Dewi Rahmatika, Ramdhani Dadan(2017), (6)Betharia Simanjuntak,Isfenti Sadalia dan Iskandar Muda(2020), (7)Mohammad Ali Aghaeaa dan Morteza Kazempour(2013), (8)Anistia Nurhakim S,Irni Yunita dan Aldilla Iradianty(2016), dan (9)Krisztina Szegedi, Yahya Khan dan Csaba Lentner(2020).

Sang Jun Cho, Chune Young Chung and Jason dalam penelitian ini yang berjudul “Study on the Relationship between CSR and Financial Performance”,MDPI sampai pada kesimpulan bahwa Penelitian ini melakukan analisis empiris untuk menguji apakah ada korelasi antara kinerja keuangan dan kinerja CSR. Analisis ini didasarkan pada teori pemangku kepentingan. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa kegiatan CSR mampu meredakan berbagai potensi konflik di antara para pemangku kepentingan yang berbeda, dan bahwa mereka meningkatkan reputasi perusahaan. Ini tidak hanya akan berdampak

positif pada kinerja keuangan jangka pendek, tetapi juga pada nilai perusahaan jangka panjang.

Yilin Zhang dalam penelitian ini yang berjudul “The Impact of Corporate Social Responsibility on Stock Returns: Evidence from the U.S. Stock Market ,The Ohio State University” sampai pada kesimpulan bahwa pengaruh peringkat CSR agregat pada pengembalian saham, seperti yang ditunjukkan oleh estimasi koefisien signifikan dari peringkat KLD di keduanya Model 1 dan Model 3, negatif. Terlebih lagi, seperti yang bisa kita lihat, CSR terpilah indikator juga memiliki efek negatif pada pengembalian saham satu perusahaan.

Manuela Ender dan Finn Brinckmann dalam penelitian ini yang berjudul “Impact of CSR-Relevant News on Stock Prices of Companies Listed in the Austrian Traded Index (ATX), International Journal of Financial Studies” sampai pada kesimpulan bahwa pengembalian abnormal rata-rata memeriksa efek yang mungkin terjadi terkait berita CSR pada harga saham di jendela waktu mengkonfirmasi teori hanya sebagian. Dari total 30 hari yang diteliti, sebelas memiliki hasil yang signifikan secara statistik. Dari sebelas pengembalian abnormal yang signifikan ini, sepuluh positif dan hanya satu negatif.

Risma Kartikaputri dalam penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Inflasi dan Nilai Tukar terhadap Return Saham dengan Profitabilitas sebagai variable intervening pada Perusahaan Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016” sampai pada kesimpulan bahwa Nilai signifikansi inflasi sebesar  $0,199 > 0,05$  menunjukkan bahwa variabel inflasi tidak berpengaruh terhadap ROE pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2016, sehingga hipotesis pertama tidak diterima (tidak terbukti) Nilai signifikansi inflasi sebesar  $0,001 < 0,05$  menunjukkan bahwa variabel inflasi berpengaruh terhadap return saham pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2016, sehingga hipotesis ketiga diterima (terbukti). Hasil analisis jalur pengaruh inflasi terhadap return saham melalui ROE sebesar 0,033456 hal ini menunjukkan bahwa ROE mampu memediasi pengaruh inflasi terhadap Return saham. Kerena nilai pengaruh tidak langsung Inflasi terhadap Return Saham melalui ROE lebih besar daripada pengaruh langsung Inflasi Terhadap Return Saham.

Dewi Rahmatika, Ramdhani Dadan dalam penelitian ini yang berjudul “How are The Effects of Profitability and Capital Structure on Stock Return with Inflation as a Moderation variable” sampai pada kesimpulan bahwa hipotesis 1, ditemukan bahwa hasil analisis mendukung hipotesis 1 bahwa semakin tinggi

profitabilitas, semakin tinggi return saham. hipotesis 2, ditemukan bahwa hasil mendukung H2 hipotesis bahwa semakin besar struktur modal, semakin tinggi return saham. hipotesis 3a, ditemukan bahwa analisis Hasil mendukung hipotesis 3a yang terutama untuk periode inflasi tinggi, perusahaan mengalami ROA yang tinggi akan memperoleh return saham yang lebih besar daripada perusahaan yang memiliki ROA sedikit Hipotesis 3b, ditemukan hasil analisis tidak mendukung hipotesis 3b bahwa khusus untuk kondisi ROA perusahaan yang kurang, perusahaan yang mengalami inflasi rendah memiliki return saham lebih banyak daripada perusahaan yang mengalami Inflasi yang tinggi memberikan hasil bahwa inflasi tidak berpengaruh signifikan terhadap return saham. hipotesis 3c, ditemukan bahwa hasil Analisis tidak mendukung hipotesis 3c yang menyatakan bahwa khusus untuk periode inflasi rendah, perusahaan yang memiliki ROA tinggi akan memperoleh return saham yang lebih tinggi daripada perusahaan yang memiliki ROA sedikit memberikan hasil bahwa ROA tidak signifikan terhadap return saham. Hipotesis 4b yang menyatakan bahwa terutama untuk kondisi dimana perusahaan memiliki sedikit DER, perusahaan yang mengalami inflasi rendah memiliki return saham yang lebih banyak dibandingkan perusahaan mengalami inflasi tinggi.

Betharia Simanjuntak, Isfenti Sadalia dan Iskandar Muda dalam penelitian ini berjudul “The Effect of Corporate Social Responsibility (CSR) on Corporate Value with Profitability as Intervening (Case Study Company in Sri Kehati Index Listed in BEI 2009 - 2018)” sampai pada kesimpulan bahwa profitabilitas yang tinggi perusahaan dapat melakukan CSR dengan baik. Semakin baik citra perusahaan, secara tidak langsung dapat meningkatkan minat investor pada perusahaan. Sebuah citra yang baik dapat meningkatkan kepercayaan mereka pada perusahaan. Tingkat kepercayaan yang tinggi dapat mempengaruhi kesuksesan perusahaan dan tentunya di proses mencapai profitabilitas maksimum. Saat perusahaan tidak punya cukup keuntungan, tentu saja perusahaan tidak dapat membawa program CSR dengan baik. Keadaan ini menyebabkan CSR tidak dapat secara langsung mempengaruhi nilai dari perusahaan. Karena tujuan CSR disclosure, salah satunya sebagai korporasi strategi untuk meningkatkan citra perusahaan. ROA berfungsi sebagai variabel profitabilitas memperbaiki hubungan yang selama ini dijelaskan sebelumnya bahwa ROA meningkat secara tidak langsung meningkatkan kemampuan perusahaan untuk mengembangkan CSR perusahaan, dan secara keseluruhan ini tindakan bertujuan untuk menarik investor dan memperoleh keberlanjutan bisnis seperti yang tercermin dalam nilai perusahaan.

Mohammad Ali Aghaee dan Morteza Kazempour dalam penelitian ini berjudul “A study on relationship between inflation rate and changes in profitability ratios in Tehran Stock Exchange” sampai pada kesimpulan bahwa Seperti yang dapat kita amati, koefisien Sig sama dengan 0,000, dan kurang dari 5% luas di bawah H1 adalah dikonfirmasi oleh hubungan linier. Statistik F sama dengan 65,137, dan pada level ini, regresi adalah penting. Pada tabel koefisien terlihat bahwa t statistik sebesar 8,071. Terbukti, koefisien Sig sama dengan 0,000, dan kurang dari 5% area di bawah H2 terkonfirmasi dengan hubungan linier. Statistik F sama dengan 65,168, dan pada level ini, regresi signifikan. Pada tabel koefisien terlihat bahwa t statistik sebesar 8,073. Pada tabel koefisien terlihat bahwa t statistic sama dengan 82.388. Oleh karena itu, terdapat hubungan antara inflasi dan ROA, dan model dapat diestimasi sebagai berikut,  $ROA = 8876 + 0,0381$ . Pada tabel koefisien terlihat bahwa t statistik adalah sama ke 2.217. Oleh karena itu, ada hubungan antara inflasi dan ROE, dan modelnya bisa diperkirakan sebagai berikut:  $ROE = -3305 + 0,240i$ .

Anistia Nurhakim S,Irni Yunita dan Aldilla Iradianty dalam penelitian ini berjudul “The Effect of Profitability and Inflation on Stock return at Pharmaceutical Industries at BEI in the Period of 2011-2014” sampai pada kesimpulan bahwa Return on Assets memiliki nilai probabilitas (p-value) sebesar 0,0038 dimana nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 5% ( $0,0038 < 0,05$ ). Return on Equity memiliki nilai probabilitas (p-value) sebesar 0,4208 dimana nilai tersebut lebih dari taraf signifikansi 5% ( $0,4208 > 0,05$ ). Net Profit Margin memiliki nilai probabilitas (p-value) sebesar 0,0113 dimana nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 5% ( $0,0113 < 0,05$ ). Gross Profit Margin memiliki nilai probabilitas (p-value) sebesar 0,3065 dimana nilainya lebih dari taraf signifikansi 5% ( $0,3065 \geq 0,05$ ). inflasi memiliki nilai probabilitas (p-value) sebesar 0,8419 dimana nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 5% ( $0,8419 \geq 0,05$ ).

Krisztina Szegedi, Yahya Khan dan Csaba Lentner dalam penelitian ini berjudul “Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Evidence from Pakistani Listed Bank” sampai pada kesimpulan bahwa Studi ini merupakan upaya sederhana untuk melihat sejauh mana dan sifat pengungkapan CSR di Pakistan bank yang terdaftar dan menyelidiki pengaruhnya terhadap kinerja keuangan bank-bank tersebut selama periode tersebut 2008–2018. Temuan penelitian ini mengungkapkan peningkatan pengungkapan CSR secara keseluruhan selama 14,58% periode studi, meningkat dari 56,48% menjadi 71,06%. Dengan kata lain, pengungkapan CSR saat ini di perbankan sektor Pakistan sedang, membutuhkan perbaikan dan menunjukkan tanda-tanda



kemajuan. Hasil dari Studi ini juga menyarankan bahwa partisipasi sektor perbankan dalam praktik CSR dan yang sesuai pengungkapan bermanfaat bagi peningkatan kinerja ekonomi berbasis akuntansi mereka.

Tabel 2.1. Pemetaan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian dan Penerbit	Variabel	Hipotesis	Teknik Analisis	Hasil Penelitian	Kebaruan yang diharapkan peneliti
1.	Sang Jun Cho, Chune Young Chung,* and Jason Young(2019), 11, 343	“Study on the Relationship between CSR and Financial Performance”, MDPI	CSR, ROA	H1 : CSR akan memberikan pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap profitabilitas perusahaan. H2 : CSR akan memberikan pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap potensi pertumbuhan perusahaan.	KEJI	Penelitian ini melakukan analisis empiris untuk menguji apakah ada korelasi antara kinerja keuangan dan kinerja CSR. Analisis ini didasarkan pada teori pemangku kepentingan bahwa kegiatan CSR meredakan berbagai potensi konflik di	Persamaan variable CSR, profitabilitas Perbedaan varibel inflasi dan profitabilitas

				H3 : CSR akan memberikan pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap nilai perusahaan.		antara para pemangku kepentingan yang berbeda, dan bahwa mereka meningkatkan reputasi perusahaan. Ini tidak hanya akan berdampak positif pada kinerja keuangan jangka pendek, tetapi juga pada nilai perusahaan jangka panjang.	
2.	Yilin Zhang (2017)	The Impact of Corporate Social Responsibility on	CSR, Return saham	H1a: Perusahaan dengan skor peringkat	analisis regresi satu tahun	pengaruh peringkat CSR agregat pada pengemba	Persamaan variable : CSR, return saham Perbedaan : pada variable

		<p>Stock Returns: Evidence from the U.S. Stock Market ,The Ohio State University</p>		<p>t CSR keseluruhan yang lebih tinggi akan mengalami penurunan pengembalian saham. H1b: Secara keseluruhan skor peringkat CSR suatu perusahaan tidak akan berpengaruh signifikan berdampak pada pengembalian sahamnya.</p>	<p>lintas - potong cross - sektional</p>	<p>lian saham, seperti yang ditunjukkan oleh estimasi koefisien signifikan dari peringkat KLD di keduanya Model 1 dan Model 3, negatif. Terlebih lagi, seperti yang bisa kita lihat, CSR terpilah indikator juga memiliki efek negatif pada pengembalian saham satu perusahaan.</p>	<p>profitabilitas, dan inflasi</p>
--	--	--	--	---	--	---	------------------------------------

				<p>H2: Kategori yang berbeda dari peringkat CSR akan berdampak berbeda pada saham kembali. Kategori Tata Kelola Perusahaan memiliki pengaruh negatif paling signifikan terhadap return saham.</p> <p>H2b: Kategori yang berbeda dari</p>			
--	--	--	--	--	--	--	--

				peringkat CSR akan berdampak berbeda pada saham kembali. Kategori Sosial atau Lingkungan memiliki negatif paling signifikan pengaruh terhadap return saham.			
3.	Manuela Ender , Finn Brinckmann (2019)	Impact of CSR- Relevant News on Stock Prices of Companies Listed in the Austrian Traded Index	CSR, stock price	H1 : Berita terkait CSR tidak mempengaruhi pergerakan harga saham perusahaan	CSR News	Pengembalian abnormal rata-rata memeriksa efek yang mungkin terjadi terkait berita CSR pada	Persamaan variable CSR Perbedaan menggunakan variable tingkat inflasi, profitabilitas dan return saham

		(ATX), Internatio nal Journal of Financial Studies		aan di ATX. H2 : Berita terkait CSR mempen garuhi pergerak an harga saham perusah aan di ATX.		harga saham di jendela waktu mengkonf irmasi teori hanya sebagian. Dari total 30 hari yang diteliti, sebelas memiliki hasil yang signifikan secara statistik. Dari sebelas pengemba lian abnormal yang signifikan ini, sepuluh positif dan hanya satu negatif	
4.	Risma Kartikap utri (2018)	PENGAR UH INFLASI DAN	Inflasi, nilai tukar, return	H1 = Inflasi berpeng aruh	regre si linea r	Nilai signifikan si inflasi sebesar	Persamaan variable inflasi, return

		NILAI TUKAR TERHAD AP RETURN SAHAM DENG N PROFITA BILITAS SEBAGA I VARIAB EL INTERV ENING PADA PERUSA HAAN PROPER TY DAN REAL ESTATE YANG TERDAF TAR DI BURSA EFEK INDONE SIA TAHUN 2013- 2016	saham, profita bilas	negatif terhadap Return On Equity H2 = Nilai Tukar berpeng aruherh adap Return On Equity H3= Inflasi berpeng aruh negatif terhadap return saham H4 = Nilai tukar berpeng aruh terhadap return saham H5= Profitabi litas berpeng aruh positif	berga nda dan anali sis jalur meng guna kan SPSS	0,199>0,0 5 menunjuk kan bahwa variabel inflasi tidak berpengar uh terhadap ROE pada perusaha n property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013- 2016, sehingga hipotesis pertama tidak diterima (tidak terbukti) Nilai signifikan si inflasi sebesar 0,001<0,0	saham, profitabilitas Perbedaan variable CSR, sektor yang diteliti, dan metode yang peneliti gunakan SPSS
--	--	--	----------------------------	---	---	---	--



				<p>terhadap return saham</p> <p>H6 = Return On Equity mampu memedi asi pengaruh inflasi terhadap return saham</p> <p>H7 = Profitabilitas memedi asi pengaruh nilai tukar terhadap return Saham</p>	<p>5 menunjukkan bahwa variabel inflasi berpengaruh terhadap return saham pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2016, sehingga hipotesis ketiga diterima (terbukti). Hasil analisis jalur pengaruh inflasi terhadap return</p>	
--	--	--	--	--	---	--

						<p>saham melalui ROE sebesar 0,033456 hal ini menunjukkan bahwa ROE mampu memediasi pengaruh inflasi terhadap Return saham. Kerena nilai pengaruh tidak langsung Inflasi terhadap Return Saham melalui ROE lebih besar daripada pengaruh langsung Inflasi Terhadap</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--

						Return Saham	
5.	Dewi Rahmatika, Ramdhan i Dadan (2017)	HOW ARE THE EFFECTS OF PROFITABILITY AND CAPITAL STRUCTURE ON STOCK RETURN WITH INFLATION AS A MODERATION VARIABLE	Profitabilitas, inflasi, return saham	H1: Semakin tinggi profitabilitas, semakin tinggi return saham. H2: Semakin besar struktur modal, semakin tinggi return saham. Dalam penelitian kali ini, inflasi digunakan sebagai variabel moderasi. H3a: Khusus pada periode inflasi	Metode yang digunakan SPSS	hipotesis 1, ditemukan bahwa hasil analisis mendukung hipotesis 1 bahwa semakin tinggi profitabilitas, semakin tinggi return saham. hipotesis 2, ditemukan bahwa hasil mendukung H2 hipotesis bahwa semakin besar struktur modal, semakin tinggi	Persamaan variable profitabilitas, inflasi, return saham Perbedaan variable yang digunakan CSR dan metode yang digunakan

				<p>tinggi, perusahaan yang memiliki ROA tinggi akan memperoleh keuntungan lebih besar pengembalian saham daripada perusahaan yang memiliki ROA sedikit.</p> <p>H3b: Khusus untuk kondisi ROA perusahaan yang kurang, perusahaan</p>		<p>return saham.</p> <p>hipotesis 3a, ditemukan bahwa analisis Hasil mendukung hipotesis 3a yang terutama untuk periode inflasi tinggi, perusahaan mengalami ROA yang tinggi akan memperoleh return saham yang lebih besar daripada perusahaan yang memiliki</p>	
--	--	--	--	---	--	--	--

				<p>mengalami inflasi rendah memiliki return saham lebih banyak dibandingkan perusahaan yang mengalami inflasi tinggi inflasi.</p> <p>H3c: Khusus untuk periode inflasi rendah, perusahaan yang memiliki ROA tinggi akan memperoleh keuntungan</p>	<p>ROA sedikit</p> <p>Hipotesis 3b, ditemukan hasil analisis tidak mendukung hipotesis 3b bahwa khusus untuk kondisi ROA perusahaan yang kurang, perusahaan yang mengalami inflasi rendah memiliki return saham lebih banyak daripada perusahaan yang mengalami Inflasi yang</p>	
--	--	--	--	---	--	--

				<p>yang lebih tinggi pengembalian saham daripada perusahaan yang memiliki ROA sedikit.</p> <p>H4a: Khusus pada periode inflasi tinggi, perusahaan yang memiliki DER banyak akan mendapatkan untung lebih besar pengembalian saham dibandingkan</p>		<p>tinggi memberikan hasil bahwa inflasi tidak berpengaruh signifikan terhadap return saham.</p> <p>n hipotesis 3c, ditemukan bahwa hasil Analisis tidak mendukung hipotesis 3c yang menyatakan bahwa khusus untuk periode inflasi rendah, perusahaan yang memiliki ROA tinggi</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--

				<p>perusahaan yang memiliki sedikit DER.</p> <p>H4b: Khusus untuk kondisi perusahaan yang DERnya sedikit, perusahaan mengalami inflasi rendah memiliki return saham lebih banyak dibandingkan perusahaan yang mengalami inflasi tinggi.</p>		<p>akan memperoleh return saham yang lebih tinggi daripada perusahaan yang memiliki ROA sedikit memberikan hasil bahwa ROA tidak signifikan terhadap return saham.</p> <p>Hipotesis 4b yang menyatakan bahwa terutama untuk kondisi dimana perusahaan memiliki sedikit DER, perusahaan</p>	
--	--	--	--	---	--	--	--

				H4c: Khusus untuk periode inflasi rendah, perusahaan yang memiliki DER yang banyak akan mendapatkan keuntungan lebih berbagi keuntungan daripada perusahaan yang memiliki sedikit DER.		n yang mengalami inflasi rendah memiliki return saham yang lebih banyak dibandingkan perusahaan mengalami inflasi tinggi.	
6.	Betharia Simanjuntak, Isfenti Sadalia, Iskandar	The Effect of Corporate Social Responsibility (CSR)	CSR, profitabilitas, nilai perusahaan	H1 : pengaruh CSR variabel pengungkapan nilai	Evie ws	Berdasarkan analisis data, bisa jadi terlihat bahwa	Persamaan variable CSR, profitabilitas Perbedaan variable



	Muda (2020)	on Corporate Value with Profitability as Intervening (Case Study Company in Sri Kehati Index Listed in BEI 2009 - 2018)		perusahaan adalah yang terbaik didekati dengan model efek acak. H2: pengaruh variabel pengungkapan CSR pada nilai perusahaan terbaik didekati oleh model efek tetap. H3: pengungkapan CSR kepada Nilai Perusahaan melalui		dengan profitabilitas yang tinggi perusahaan dapat melakukan CSR dengan baik. Semakin baik citra perusahaan, secara tidak langsung dapat meningkatkan minat investor pada perusahaan. SEBUAH citra yang baik dapat meningkatkan kepercayaan mereka pada perusahaan. Tingkat kepercayaan	return saham, inflasi
--	-------------	---	--	---	--	---	-----------------------

				<p>profitabilitas masuk sesuai dengan Tabel dimana berdasarkan tes Hausman, diketahui bahwa pengaruh variabel pengungkapan CSR pada nilai perusahaan paling baik didekati dengan acak model efek.</p>	<p>an yang tinggi dapat mempengaruhi kesuksesan perusahaan dan tentunya di proses mencapai profitabilitas maksimum. Saat perusahaan tidak punya cukup keuntungan, tentu saja perusahaan tidak dapat membawa program CSR dengan baik. Keadaan ini</p>	
--	--	--	--	---	--	--

						menyebabkan CSR tidak dapat secara langsung mempengaruhi nilai dari perusahaan. Karena tujuan CSR disclosure, salah satunya sebagai korporasi strategi untuk meningkatkan citra perusahaan. ROA berfungsi sebagai variabel profitabilitas memperbaiki hubungan yang selama ini	
--	--	--	--	--	--	--	--

						dijelaskan sebelumnya bahwa ROA meningkat secara tidak langsung meningkatkan kemampuan perusahaan untuk mengembangkan CSR perusahaan, dan secara keseluruhan ini tindakan bertujuan untuk menarik investor dan memperoleh keberlanjutan bisnis seperti yang	
--	--	--	--	--	--	---	--

						tercermin dalam nilai perusahaan.	
7.	Mohammad Ali Aghaee, Morteza Kazempour (2013)	A study on relationship between inflation rate and changes in profitability ratios in Tehran Stock Exchange	Inflasi, Profitabilitas, Return saham	H1: Ada hubungan yang signifikan antara inflasi dan laba bersih. H2: Ada hubungan yang signifikan antara inflasi dengan laba kotor. H3: Ada hubungan yang signifikan antara inflasi dan pengembalian aset. H4: Ada	ANOVA	Seperti yang dapat kita amati, koefisien Sig sama dengan 0,000, dan kurang dari 5% luas di bawah H1 adalah dikonfirmasi oleh hubungan linier. Statistik F sama dengan 65,137, dan pada level ini, regresi adalah penting. Pada tabel koefisien terlihat bahwa t	Persamaan variable inflasi, profitabilitas, return saham Perbedaan variable CSR, metode analisis menggunakan ANOVA

				<p>hubungan yang signifikan antara inflasi dan return on equity.</p>		<p>statistik sebesar 8,071. Terbukti, koefisien Sig sama dengan 0,000, dan kurang dari 5% area di bawah H2 terkonfirmasi dengan hubungan linier. Statistik F sama dengan 65,168, dan pada level ini, regresi signifikan . Pada tabel koefisien terlihat bahwa t statistik sebesar 8,073. Pada tabel</p>	
--	--	--	--	--	--	---	--

						<p>koefisien terlihat bahwa t statistic sama dengan 82.388. Oleh karena itu, terdapat hubungan antara inflasi dan ROA, dan model dapat diestimasi sebagai berikut, <math>ROA = 8876 + 0,0381</math>. Pada tabel koefisien terlihat bahwa t statistik adalah sama ke 2.217. Oleh karena itu, ada</p>	
--	--	--	--	--	--	---	--

						hubungan antara inflasi dan ROE, dan modelnya bisa diperkirakan sebagai berikut: $ROE = -3305 + 0,240i$	
8.	Anistia Nurhakim S, Irni Yunita, Aldilla Irdianty (2016)	THE EFFECT OF PROFITABILITY AND INFLATION ON STOCK RETURN AT PHARMACEUTICAL INDUSTRIES AT BEI IN THE PERIOD OF 2011-2014	Profitabilitas, inflasi, return saham	Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat perbedaan yang signifikan antara ROA, ROE, NPM, GPM, dan inflasi pada return saham.	EvIEWS 6.0	Return on Assets memiliki nilai probabilitas (p-value) sebesar 0,0038 dimana nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 5% (0,0038 < 0,05). Return on Equity memiliki	Persamaan variable profitabilitas, inflasi, return saham Perbedaan variable CSR, metode yang digunakan Eviews



						<p>nilai probabilitas (p-value) sebesar 0,4208 dimana nilai tersebut lebih dari taraf signifikansi 5% (<math>0,4208 &gt; 0,05</math>). Net Profit Margin memiliki nilai probabilitas (p-value) sebesar 0,0113 dimana nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 5% (<math>0,0113 &lt; 0,05</math>). Gross Profit</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--

						<p>Margin memiliki nilai probabilitas (p-value) sebesar 0,3065 dimana nilainya lebih dari taraf signifikansi 5% (<math>0,3065 \geq 0,05</math>).</p> <p>inflasi memiliki nilai probabilitas (p-value) sebesar 0,8419 dimana nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 5% (<math>0,8419 \geq 0,05</math>).</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--

9.	Krisztina Szegedi, Yahya Khan and Csaba Lentner (2020)	Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Evidence from Pakistani Listed Bank	CSR, Kinerja Keuangan	pengungkapan dan kinerja keuangan bank-bank Pakistan yang terdaftar dalam studi ini, kinerja keuangan bank-bank tersebut dinilai dengan empat indikator: laba atas aset (ROA), laba atas ekuitas (ROE), laba per saham (EPS) dan Tobin's Q. Ukuran perusahaan	Pooled OLS	Studi ini merupakan upaya sederhana untuk melihat sejauh mana dan sifat pengungkapan CSR di Pakistan bank yang terdaftar dan menyelidiki pengaruhnya terhadap kinerja keuangan bank-bank tersebut selama periode tersebut 2008–2018. Temuan penelitian ini mengungkapkan	Persamaan variable CSR Perbedaan variable profitabilitas, return saham, inflasi. metode yang digunakan Pooled OLS
----	--	--	-----------------------	---	------------	--	---

				<p>aan, usia, rasio modal dan biaya overhead dari bank yang diteliti variabel kontrol. Gambar 1 menunjukkan kerangka penelitian untuk mengukur pengungkapan CSR dan hubungan kinerja keuangan bank yang sedang dibahas. Mempelajari</p>	<p>peningkatan pengungkapan CSR secara keseluruhan selama 14,58% periode studi, meningkat dari 56,48% menjadi 71,06%. Dengan kata lain, pengungkapan CSR saat ini di perbankan sektor Pakistan sedang, membutuhkan perbaikan dan menunjukkan tanda-tanda kemajuan. Hasil dari Studi ini juga</p>	
--	--	--	--	---	--	--

				<p>literatur yang relevan [1,12,16,70–84], kami menentukan sembilan kategori dan jumlah item di setiap kategori (Lampiran A) sebagai berikut:</p> <p>Pemegang Saham: 6 item,  Karyawan: 12 item,  Manajer / Tata Kelola: 5 item,  Pelanggan: 8 item,  Pemaso</p>	<p>menyarankan bahwa partisipasi sektor perbankan dalam praktik CSR dan yang sesuai pengungkapan bermanfaat bagi peningkatan kinerja ekonomi berbasis akuntansi mereka</p>	
--	--	--	--	--	--	--

				k: 6 item, Pesaing: 3 item, Komuni tas dan Masyara kat: 12 item, Lingkun gan: 13 item dan Manajer CSR			
--	--	--	--	--	--	--	--