

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Suatu perusahaan sangat membutuhkan kebutuhan kebijakan pendanaan yang baik untuk pembukaan perusahaan maupun dalam tahap pengembangan perusahaannya. Kebutuhan pendanaan dalam sebuah perusahaan dapat dipenuhi melalui kebutuhan dana eksternal maupun dana internal. Sumber dana internal berasal dari laba ditahan sedangkan alternatif sumber modal dana eksternal salah satunya melalui transaksi investasi penerbitan saham di pasar modal.

Bursa efek merupakan sarana prasana bagi perusahaan untuk menghasilkan tambahan dana dalam jumlah besar dari masyarakat pemilik modal (investor). Investor dan kreditur merupakan kelompok penyedia dana perusahaan dan sangat mengharapkan perusahaan agar selalu berada pada tingkat profitabilitas yang tinggi. Masing-masing sumber pendanaan mempunyai konsekuensi *financial* yang berbeda-beda. Keputusan pendanaan adalah keputusan yang dibuat perusahaan dalam mendapatkan pendanaannya yang berkaitan dengan komposisi hutang, saham preferen dan saham biasa, dengan mempertimbangkan biaya dan jangka waktu dari pendanaan tersebut. Tujuannya adalah merencanakan suatu investasi dengan melakukan pembentukan struktur modal yang dapat memaksimalkan tujuan perusahaan yaitu kemakmuran dan kesejahteraan investor .

Investor di bursa efek memiliki peran utama dalam memainkan posisinya. Seorang investor akan memilih saham yang memberikan *return* yang

tinggi karena tujuan investor adalah untuk mendapatkan *return* yang maksimal dengan risiko yang kecil. Semakin mahal harga jual saham di atas harga belinya, maka semakin tinggi juga keuntungan yang akan didapatkan oleh pemilik modal. Investor dalam menanamkan modalnya menginginkan keuntungan yang tinggi maka harus bersedia menerima berbagai risiko dengan tingkat yang lebih tinggi, demikian pula sebaliknya bila menginginkan *return* rendah maka risiko yang akan ditanggung juga tidak terlalu berat. Untuk memperoleh *return* yang tinggi, seorang pemilik modal harus melakukan pengamatan dengan cara mengevaluasi atau menganalisis laporan keuangan dengan akurat dan teliti sehingga mempermudah dalam pengambilan keputusan berinvestasi. Dari laporan keuangan tersebut menghasilkan informasi tentang hasil kinerja keuangan suatu perusahaan dan digunakan sebagai acuan pendoman dalam dasar penilaian untuk memilih beberapa saham perusahaan yang mampu memberikan tingkat pengembalian yang tinggi dan sesuai dengan risiko yang akan didapatkan (Mahmudah, 2016).

Keuntungan atau tingkat pengembalian yang akan didapatkan oleh investor dari hasil menanamkan modalnya adalah *return* saham. Sebelum melakukan investasi harus mendapatkan berbagai informasi laporan internal maupun eksternal perusahaan yang akurat, aktual, transparan dan dapat diandalkan. Informasi tersebut dilakukan dievaluasi dan dianalisis perusahaan untuk menentukan perusahaan yang menguntungkan dan mempunyai prospek yang baik yang dinilai dari kinerja keuangan perusahaan. Banyak faktor yang mempengaruhi *return* saham, baik yang bersifat mikro maupun makro ekonomi.

Sejak pertama kali kasus adanya penderita COVID-19 ditemukan di Indonesia, pasar modal Indonesia mengalami porak-poranda. Para regulator sudah berupaya keras dengan mengeluarkan berbagai kebijakan, tapi tetap saja tak mampu menahan keruntuhan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). IHSG sebelumnya dalam tren penurunan yang juga dipengaruhi sentimen negatif dari virus Corona yang menyebar begitu cepat di China. Sebagai negara dengan ekonomi yang cukup besar, China tentunya memberikan pengaruh signifikan atas ekonomi dunia.

Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) menurun sangat pesaat ke posisi 4.907 atau melemah 10,75% karena wabah virus tersebut. Langkah penembusan diambil Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk mengatasi masalah tersebut. Setelah saham turun lebih dari 5% dalam sehari, bursa efek menghentikan perdagangan selama 30 menit (*trading halt*) dalam dua hari berturut-urur. Demikian indeks sempat menyentuh level terendah di 4.639. Tidak juga mengalami peningkatan BEI mengubah batas bawah *auto rejection* dari sebelumnya 10% menjadi 7% pada Jumat (13/3). Peraturan prosedur tersebut diambil untuk membatasi aksi jual investor yang sempat memberontak. RTI Infokom melakukan pencatatan, investor menjual sebesar Rp1,3 triliun pekan lalu. Kepala Riset PT Koneksi Kapital Alfred Nainggolan menilai langkah IHSG minggu ini masih akan berat. Perkembangan kasus virus corona. Apabila permasalahan tersebut tidak surut menunjukkan, diramal IHSG akan makin mengalami penekanan. Jika kondisi yang terjadi sebaliknya. Pembelian saham dalam jumlah besar-besaran tidak disarankan, akan tetapi saham sektor farmasi dapat terus diamati pergerakannya,

permintaan kebutuhan alat kesehatan seperti masker dan hand sanitizer akan menunjang kinerja sahamnya. Oleh karena itulah, disarankan agar para investor untuk memantau saham PT Kalbe Farma Tbk (KLBF) dan PT Kimia Farma (Persero) Tbk (KAEF). KAEF mencatatkan pelemahan yang cukup dalam yakni 18,64% dalam sepekan terakhir, namun minat investor tampak masih cukup baik. Pemilik modal dalam jangka pendek diharapkan untuk tidak terburu-buru membeli karena diproyeksikan pelemahan akan kembali terjadi. Sementara, untuk investasi jangka menengah hingga panjang disarankan saham-saham lapis satu atau yang berfundamental kuat. Contohnya Untuk sektor telekomunikasi disarankan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. Pada perdagangan Jumat (13/3), TLKM mencatatkan kenaikan sebesar 2,42 persen atau 80 poin. Saham dibanderol senilai Rp3.390 per saham.

Sektor perbankan tak menunjukkan kinerja yang memuaskan namun Kepala Riset PT Koneksi Kapital tersebut menyatakan bahwa ini merupakan saat yang tepat untuk melakukan akumulasi beli. Sebab, hampir dapat dipastikan empat bank kelas kakap (BBCA, BBNI, BBRI, BMRI) dapat bangkit dari keterpurukan akibat virus corona. Sepanjang minggu BBNI mencatatkan pelemahan tertajam yaitu 18,75 persen, harga saham rontok ke level Rp5.200/saham. Diikuti oleh BMRI yang terjun 12,41 persen ke harga Rp6.350/sahamnya. Tak terlalu menggembirakan, BBCA mencatatkan akumulasi pelemahan sebesar 8,71 persen minggu lalu. Perusahaan Salim Grup tersebut hanya dihargai Rp28.300 per saham. Tak jauh berbeda, kinerja perusahaan plat merah BBRI keok 7,23 persen ke level Rp3.720 per saham.

Sementara, untuk sektor konsumen menunjukkan kinerja berkilau di tengah terjunnya kasus pasar saham. PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) misalnya yang membukukan lonjakan sebesar 3,81% ke level Rp7.500/saham. PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk juga menunjukkan manifestasi cukup baik. ICBP berhasil tumbuh 0,23 persen. diharapkan investor tidak perlu cemas yang berlebihan. Dengan berlakunya *auto reject*, kesenjangan akan bersifat terbatas. Sementara ini IHSG diprediksi dapat meningkat di zona hijau. Antisipasi pemangkasan suku bunga yang dilakukan oleh Bank Indonesia dapat menjadi sinyal positif untuk investor (Pemilik modal). (<https://www.cnnindonesia.com/>).

Dari kasus tersebut dapat dijelaskan bahwa *return* saham tercemin dari naik turunnya siklus harga saham yang terjadi setiap tahunnya, hal tersebut juga dapat menenukan keputusan para pemegang saham untuk melakukan *retun* saham di perusahaan yang sudah di percaya. Intensitas *return* saham dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain *Corporate Social Responsibility*, ukuran perusahaan serta perhitungan *profitabilitas* terhadap perusahaan.

Pemerintah telah mengeluarkan peraturan tentang *corporate sosial responsibility* yang baru, yaitu UU. No. 40 tahun 2007 yang artinya bahwa setiap perusahaan industri yang menjalankan aktivitas usahanya di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam berkewajiban melakukan *corporate social responsibiliy*. Jika perusahaan perseroan yang tidak mewujudkan keutamaan tersebut akan dikenai sanksi sesuai dengan keputusan UU yang berlaku.

Hal tersebut menghasilkan fakta bahwa terdapat ketertarikan antara implementasi aktivitas pengungkapan *corporate sosial responsibility* dalam

menumbuhkan *profitabilitas* bagi suatu organisasi maupun perusahaan. Perusahaan akan mengambil hati masyarakat konsumen dan investor dengan aktivitas tersebut sebagai bentuk tanggung jawab terhadap lingkungan sekitarnya. Selain itu, aktivitas *corporate sosial responsibility* perusahaan dapat diakui sebagai suatu investasi jangka panjang perusahaan di dalam mengembangkan produk perusahaan. Namun saat sekarang masih banyak perusahaan yang tidak ingin melaksanakan kegiatan *corporate sosial responsibility* karena mereka menganggap bahwa kegiatan *corporate sosial responsibility* mengeluarkan dana yang besar sehingga akan menurunkan pendapatan laba yang diperoleh perusahaan (Pratiwi *et al.*, 2020).

Beberapa penelitian sebelumnya yang menguji hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap *profitabilitas* pernah dilakukan oleh Karunia dan Dzulkirom (2016) mendapatkan hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap ROA dan ROE sebagai alat ukurnya. Rosdwianti *et al* (2016) Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh signifikan terhadap ROA, ROE dan EPS. Berbeda dengan penelitian Fatah dan Haryanto. (2016) menemukan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA dan ROE. Hal ini sejalan dengan penelitian Heryanto *et al* (2017) menemukan bahwa Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki hubungan positif dengan profitabilitas perusahaan yang diproksikan dengan *Return On Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), *Earning per Share* (EPS), dan *Net Profit Margin* (NPM). Tetapi, hanya dengan proksi Net Profit Margin (NPM) variabel Corporate Social Responsibility (CSR)

dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan secara signifikan sedangkan *Return On Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE) tidak berpengaruh signifikan.

Ukuran perusahaan membruiikan dampak yang baik bagi tingkat *profitabilitas* suatu perusahaan. Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam menanggung risiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan (Ariyanto, 2002). Menurut Hartono M. (2000) perbedaan ukuran perusahaan menimbulkan risiko usaha yang berbeda secara signifikan antara perusahaan besar dan perusahaan kecil, mereka juga merumuskan perusahaan yang besar dianggap mempunyai risiko yang lebih kecil, karena perusahaan yang besar dianggap lebih memiliki tujuan ke pasar modal sehingga lebih mudah untuk mendapatkan tambahan dana yang kemudian dapat meningkatkan *profitabilitas* perusahaan.

Perusahaan besar juga belum tentu memiliki peluang untuk memperoleh laba yang tinggi karena biaya operasional perusahaan juga tinggi. Ketika perusahaan ada di tahap bertumbuh (*growth*), maka perusahaan tersebut memiliki peluang besar untuk menghasilkan laba yang tinggi karena biaya operasional cenderung tidak terlalu tinggi. Perusahaan yang ada di tahap dewasa (*mature*), cenderung mengalami penurunan *profitabilitas* karena biaya operasional yang tinggi dan pengelolaan aktiva yang belum efektif dan efisien. (Andreani & Putra, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Amato & Wilder (2015) dan (Astakoni & Nursiani, 2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *profitabilitas*, karena perusahaan besar lebih mudah untuk mendapatkan

tambahan modal untuk meningkatkan usahanya, selain itu sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan besar lebih berkualitas daripada perusahaan kecil. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Miyanti & Putra (2010) serta (Ratnasari, 2016) yaitu ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *profitabilitas*, karena pada perusahaan besar belum memiliki keberanian dalam ekspansi usahanya, maka cenderung memiliki *profitabilitas* yang tidak terlalu besar.

nilai strategis *Corporate Social Responsibility* tidak hanya sebagai bentuk investasi jangka panjang maupun jangka pendek akan tetapi *Corporate Social Responsibility* juga menjadi salah satu upaya untuk menaikkan kemampuan perusahaan digunakan untuk menjaga kelangsungan perusahaan, membangun kesan yang positif perusahaan serta menjaga keterkaitan yang erat dengan para pemangku kepentingan perusahaan.

Perusahaan yang mengungkapkan *corporate sosial responsibility* akan membuat nama perusahaan semakin baik. Adanya pengungkapan item *corporate sosial responsibility* dalam laporan keuangan diharapkan akan menjadi nilai plus yang akan menambah kepercayaan para investor, bahwa perusahaan tersebut akan terus berkembang dan berkelanjutan (Wiska Made *et al.*, 2018) dengan melakukan *Corporate Social Responsibility* tingkat kepercayaan konsumen akan terus menerus meningkat otomatis kinerja perusahaan juga akan mengalami peningkatan. Hal tersebut sangat berpengaruh juga terhadap harga saham yang juga akan terus mengalami peningkatan. Harga saham yang tinggi akan mempengaruhi perilaku investor untuk membeli saham perusahaan tersebut. Jika investor mengambil

keputusan untuk menanamkan modalnya dengan membeli saham disuatu perusahaan pasti juga akan mengharapkan *return* saham yang maksimal. Dengan adanya *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen terhadap *return* saham diharapkan dapat memberikan informasi untuk para investor dalam mengambil keputusan dalam berinvestasi dipasar modal.

Di Indonesia aktivitas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak hanya bersifat niat tulus yang dilakukan perusahaan dalam membuktikan kepercayaan yang dihasilkan dari kinerja perusahaannya, melainkan bersifat wajib atau utama serta menjadi suatu beban perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya. Hal ini diatur dalam Undang-undang No.19 Tahun 2003 tentang BUMN, yang ditindaklanjuti dengan Kepmen.BUMN No. Kep-236/MBU/2003 juncto Permen. BUMN No. Per-05/MBU/2007. Selain undang-undang BUMN, undang-undang nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) yang disahkan pada 20 Juli 2007 juga mewajibkan perseroan terbatas untuk melaksanakan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (Hardaningtyas & Siswoyo, 2016).

Penelitian yang dilakukan oleh Anggajaya, (2018), Putra & Utama, (2015), Lindawati dan Marsella (2015), yang menjelaskan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham. Hal tersebut menandakan jika nama perusahaan yang baik akan meningkatkan harga saham yang tentu saja menjadi magnet tersendiri, bagi investor akan mempengaruhi pengambilan keputusan. Berbeda dengan penelitian (Amini, 2016) dan (Rusmita, 2016) yang menunjukkan bahwa *Corporate Social*

Responsibility tidak memiliki pengaruh terhadap *return* saham. Dimana CSR mempunyai hubungan negatif terhadap *return saham*. Dapat menerangkan bahwa semakin tinggi biaya *Corporate Social Responsibility* maka perusahaan akan menanggung biaya yang lebih besar, sehingga dapat mengurangi laba perusahaan.

Selain *Corporate Social Responsibility*, ukuran perusahaan juga dapat mempengaruhi *return* saham. Ukuran Perusahaan adalah suatu proporsi atau rasio dimana perusahaan dikategorikan menurut besar kecilnya berdasarkan pada Total aktiva suatu perusahaan, semakin tinggi total aktiva maka semakin besar pula ukuran perusahaan. Menurut Badan Standarisasi Nasional ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana digunakan untuk membuktikan perusahaan apakah tergolong *small firm*, *medium size*, dan *large firm*, standar pengukuran dapat diukur dengan menggunakan nilai penjualan setiap periodenya, jumlah perunit produk yang dijual, modal yang dimiliki perusahaan dan total asset perusahaan (Ayem & Astuti, 2019)

Ukuran perusahaan didefinisikan sebagai total aktiva perusahaan. Faktor ini menjelaskan bahwa suatu perusahaan yang mapan dan besar memiliki akses yang lebih mudah ke pasar modal, sedangkan perusahaan kecil tidak mudah. Kemudahan aksesibilitas ke pasar modal dapat diartikan adanya fleksibilitas dan kemampuan perusahaan untuk menciptakan hutang atau memunculkan dana yang lebih besar dengan catatan perusahaan tersebut memiliki rasio pembayaran dividen yang lebih tinggi daripada perusahaan kecil. Perusahaan besar yang menggunakan aktiva tetap yang tinggi akan menimbulkan proporsi biaya tetap yang besar terhadap biaya variabel. Sumber pendanaan assets tetap dengan

menggunakan hutang tetap yang besar maka akan meningkatkan biaya tetap sehingga mendorong tingkat *return* dan risiko meningkat (Agustanto, 2009) dalam (Putra & Budiasih, 2016). Hal tersebut memiliki konsekuensi tersendiri bagi perusahaan apabila kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba operasi lebih kecil terhadap hutang, maka kepercayaan pemegang saham terhadap perusahaan akan mengalami penurunan.

Penelitian dari Ardianto (2012), (Raningsih & Putra, 2015) menyatakan ukuran perusahaan secara negatif berpengaruh terhadap *return* saham. Hasil penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian dari Zukaria, *et al* (2012) dan Hashemi, *et al* (2012) yang mendapatkan hasil ukuran perusahaan secara positif mendapatkan pengaruh bagi *return* saham.

Aspek lainnya yang mempengaruhi *return* saham selain ukuran perusahaan adalah *profitabilitas*. (Tandelilin, 2010) menyatakan bahwa dari sudut pandang investor, salah satu indikator penting untuk menilai prospek perusahaan di masa datang adalah dengan melihat sejauh mana pertumbuhan *profitabilitas* perusahaan. Indikator ini sangat penting diperhatikan untuk mengetahui sejauh mana investasi yang akan dilakukan investor di suatu perusahaan mampu memberikan *return*. (Samryn, 2014) dalam (Pratiwi *et al.*, 2020) mengatakan bahwa Rasio *profitabilitas* juga dijadikan suatu model analisis yang berupa perbandingan data keuangan sehingga informasi keuangan tersebut menjadi lebih berarti. *Profitabilitas* yang tinggi merupakan suatu keberhasilan perusahaan dalam memperoleh laba serta menunjukkan kinerja perusahaan yang baik (Rivandi, 2018).

Penelitian sebelumnya yang menguji hubungan antara profitabilitas dengan *return* saham pernah dilakukan oleh Tandelilin (2001), Syahputri dan Herlambang (2015) Dwi dan Wardoyo (2019) yang mendapatkan hasil bahwa *profitabilitas* berpengaruh tidak signifikan terhadap *return* saham dengan ROA sebagai alat ukurnya. Berbeda dengan hasil penelitian Gunadi dan Kesuma (2015) Lindayani dan Dewi (2016) Aryanti, dkk (2016) Puspitadewi & Rahyuda (2016) Mayuni dan Suarjaya (2018) dan Haryani (2018) yang menyebutkan bahwa ROA secara signifikan berpengaruh positif terhadap *return* saham. Dalam penelitian Mariani, *et al.*, (2016) dan (Devinta *et al.*, 2020) mendapatkan hasil bahwa *profitabilitas* yang diukur dengan ROE menunjukkan bahwa ROE berpengaruh signifikan terhadap *return* saham. Hasil ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Silverawati, *et al.*, (2016) dan (Marsintauli, 2019) yang hasilnya menunjukkan bahwa ROE tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *return* saham. Penelitian Putra dan Kindangen (2016) mendapatkan hasil bahwa NPM mendapatkan pengaruh signifikan terhadap *return* saham. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian Kalbuana dan Suroso (2017) hasilnya menunjukkan bahwa NPM tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* saham.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya menurut saya adalah penelitian ini menggabungkan penelitian (Febriani, 2018) dengan penelitian (Pujawati *et al.*, 2015). Pada penelitian (Febriani, 2018) terdapat persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan sebagai variabel independennya serta *return*

saham sebagai variabel dependennya. Sedangkan perbedaannya terletak pada adanya variabel independen kinerja keuangan pada penelitian (Febriani, 2018).

Sementara itu, pada penelitian yang di lakukan (Pujawati *et al.*, 2015) terdapat persamaan dan juga perbedaan dengan penelitian ini. Persamaannya yaitu sama-sama menjadikan *return* saham sebagai variabel dependen dan menggunakan *profitabilitas* sebagai variabel intervening/variabel mediasi. Sedangkan perbedaannya terletak pada adanya variabel independen nilai tukar rupiah pada penelitian (Pujawati *et al.*, 2015). Maka perbedaan yang didapatkan dari penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah terdapat pada obyek observasi, periode penelitian dan variabel yang digunakan. Dari beberapa kasus permasalahan dan perbedaan penelitian diatas maka peneliti mencoba untuk melakukan penelitian pada sektor yang berbeda untuk lebih mendapatkan banyak referensi teori dan konsep.

Alasan menggunakan *profitabilitas* sebagai variabel mediasi diantara variabel independen *corporate social responsibility* terhadap variabel dependen *return* saham adalah berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas masih terdapat hasil penelitian yang tidak konsisten mengenai variabel-variabel *Corporate Social Responsibility* dalam mempengaruhi *return* saham serta berdasarkan dukungan dari teori *signaling*, *profitabilitas* sendiri dapat digunakan sebagai sinyal atau isyarat serta sebagai alat ukur kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dengan adanya *profitabilitas* sebagai variabel mediasi diharapkan mampu membantu perusahaan dalam menerapkan *corporate social responsibility* nya kepada masyarakat di lingkungan sekitar. Jika perusahaan

tersebut memiliki profit yang baik dalam menerapkan *corporate social responsibility* pun menjadi sangat mudah karena tidak terdapat kendala-kendala mengenai biaya-biaya dalam pelaksanaan *corporate social responsibility*nya. Hal tersebut dapat meningkatkan loyalitas terhadap konsumen maka investor juga akan menjadikan pendoman alat ukur *profitabilitas* sebagai pertimbangan untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan yang sudah mendapatkan kepercayaannya.

Sedangkan *profitabilitas* dijadikan mediasi untuk variabel independen ukuran perusahaan terhadap variabel dependen *return* saham hal tersebut didukung oleh teori *signaling* karena dengan adanya *profitabilitas* sebagai variabel mediasi diharapkan mampu memberikan sinyal kepada para investor yang tercermin dari laba perusahaan guna untuk mengetahui atau menilai ukuran perusahaan apakah perusahaan tersebut dapat dikatakan sebagai perusahaan berskala kecil, skala menengah atau justru berskala besar. Jika perusahaan tersebut berskala besar dilihat dari *profitabilitas* dan aktiva, perusahaan tersebut akan semakin mampu dalam menghasilkan laba dan membagikan devidennya hal itu diikuti dengan peningkatan harga saham dipasar modal serta otomatis *return* saham perusahaan juga mengalami peningkatan. Oleh karena itu, *profitabilitas* akan digunakan sebagai variabel intervening atau variabel mediasi untuk memperkuat atau memperlemah hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan ukuran perusahaan terhadap *return* saham.

Penelitian ini mengambil obyek pada industri sektor perbankan yang listing di BEI pada tahun 2017-2019. Alasan peneliti memilih untuk melakukan pada

sektor perbankan ini karena sektor perbankan merupakan salah satu sektor yang diharapkan memiliki prospek yang cerah dimasa yang akan datang dan juga sektor perbankan merupakan sektor yang memiliki peran yang cukup besar dalam berkontribusi terhadap pendapatan negara serta melihat dari kegiatan sehari-hari masyarakat juga tidak terlepas dari jasa yang diberikan oleh sektor perbankan. Sektor perbankan yang sudah *go public* sehingga akan memudahkan peneliti untuk melihat posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu bank.

Penelitian menggunakan periode waktu dari tahun 2017-2019 karena data tersebut merupakan data tergolong terbaru dan belum banyak peneliti yang menggunakan analisis data pada periode 2017-2019 tentang perkembangan *corporate social responsibilty* terhadap *return* saham melalui *profitabilitas* sebagai variabel mediasi. Juga diharapkan jika menggunakan periode 2017-2019 bisa dijadikan prediksi yang positif baik jangka panjang maupun jangka pendek *return* atau tingkat pengembalian yang akan didapatkan oleh para investor pada periode berikutnya.

Berdasarkan latar belakang diatas dan beberapa hasil penelitian terdahulu serta fenomena-fenomena yang telah dipaparkan diatas mengenai *return* saham maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“MODEL PENINGKATAN RETURN SAHAM MELALUI PROFITABILITAS”**

1.2 Rumusan Masalah

Keberadaan *return* saham dalam perusahaan saat ini sulit di prediksi dikarenakan kondisi di indonesia saat ini yang masih belum stabil dapat mempengaruhi kondisi perusahaan yang ada di indonesia. Sehingga

mengakibatkan adanya penurunan pada *return* saham yang diperoleh pemegang saham (*stakeholder*). Jika terdapat kesalahan dalam melakukan investasi jangka panjang maupun jangka pendek akan mengakibatkan kerugian atau investor tidak mendapatkan keuntungan (*return*) sesuai yang di harapkan. Rendahnya perhatian perusahaan terhadap pentingnya *return* saham mengakibatkan banyak perusahaan yang salah dalam mengambil keputusan berinvestasi. Sementara itu, berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas hasil penelitian terdahulu mengenai variabel yang mempengaruhi *return* saham masih mendapatkan hasil yang tidak konsisten sehingga informasi yang didapatkan menjadi kurang jelas. Dalam penelitian ini variabel yang di gunakan terkait *return* saham adalah *Corporate Social Responsibility*, ukuran perusahaan dan *profitabilitas* sebagai variabel mediasinya.

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan maka dapat dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Profitabilitas* ?
2. Bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Profitabilitas* ?
3. Bagaimana Pengaruh *Corporate Social Responsibility* erhadap *Return* saham ?
4. Bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Return* saham ?
5. Bagaimana pengaruh *Profitabilitas* terhadap *Return* saham?

1.3 Pertanyaan Penelitian

Pada penelitian ini menempatkan variabel *profitabilitas* sebagai variabel mediasi atau intervening yang diharapkan mampu memediasi hubungan *corporate social responsibility* serta ukuran perusahaan terhadap *return* saham. Oleh karena itu, dapat diajukan beberapa pertanyaan pada penelitian ini, antara lain :

1. Apakah *corporate social responsibility* berperan penting dalam meningkatkan *profitabilitas* pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2019 ?
2. Apakah ukuran perusahaan berperan penting dalam meningkatkan *profitabilitas* pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2019 ?
3. Apakah *corporate social responsibility* berperan penting dalam meningkatkan *return* saham pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2019 ?
4. Apakah ukuran perusahaan berperan penting dalam meningkatkan *return* saham pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2019 ?
5. Apakah *profitabilitas* berperan penting dalam meningkatkan *return* saham pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2019 ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini adalah : .

1. Untuk menganalisis Corporate Social Responsibility terhadap *Profitabilitas*.

2. Untuk menganalisis Ukuran Perusahaan terhadap *Profitabilitas*.
3. Untuk menganalisis *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return* saham.
4. Untuk menganalisis Ukuran Perusahaan terhadap *Return* saham.
5. Untuk menganalisis *Profitabilitas* terhadap *Return* saham

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat untuk berbagai pihak diantaranya, sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Bagi peneliti, dapat menjadi rujukan pengembangan ilmu manajemen keuangan mengenai *Return* Saham serta menambah wawasan pengetahuan penelitian mengenai dunia saham.

2. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat menambah atau melengkapi teori yang telah ada dan diharapkan dapat menjadi dokumen akademik yang berguna sebagai informasi tambahan bagi penelitian selanjutnya.

3. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharap pemerintah dapat mewujudkan *return* saham yang sesuai dengan standar akuntansi pemerintah.

4. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau referensi bagi pihak perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaannya dalam rangka untuk meningkatkan *Return* saham perusahaan.