KAPITAL EKONOMI
VOL. 2 NO.1 JULI 2024
P-ISSN : XXXX-XXXX
E-ISSN: XXXX-XXXX

# PERAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PEMODERASI PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN BEBAN OPERASIONAL TERHADAP PROFITABILITAS

**Nur Ismawati[1], Anisaul Hasanah[2]**
Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik
Email: nurismawati789@gmail.com, anisaulhasanah@unigres.ac.id

**Article Info**

**Article history:**
Submitted: 03 June 2024
Revised: 23 June 2024
Accepted: 20 July 2024

## Abstract

***Purpose***—*This research aims to obtain empirical evidence of the role of corporate social responsibility, moderating sales growth and operational burden on profitability*

***Method***— *This study uses a quantitative approach with the research population using raw material sector companies and samples used in the chemical & material sub-sector listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2022.*

***Finding***— *The results of the first finding explain that sales growth does not have a positive effect on profitability. The results of the second finding explain that the operational burden negatively affects profitability.. The results of the fourth finding explain that corporate social responsibility weakens sales growth towards profitability. The fifth finding results explain that corporate social responsibility weakens the operational burden on profitability.*

***Implikasi***—*The practical implications of these research results can help universities, subsequent researchers and companies. The theoretical implications of the results of this research can explain agency theory and signaling theory.*

***Originality***—*The results of research observations to date have not found the same research with the topic of the role of corporate social responsibility to promote sales growth and operational burdens on the profitability of the company.*

***Keywords--*** *Corporate Social Responsibility, Sales Growth, Operational Expenses, Profitability.*

*Corresponding Author* **:** anisaulhasanah@unigres.ac.id

## PENDAHULUAN

*Corporate Social Responsibility* memiliki peran dalam menghubungkan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan. Dengan berbagai inisiatif lingkungan dan sosial perusahaan dapat meningkatkan reputasinya, membangun hubungan baik dengan pemangku kepentingan, dan mendukung pembangunan keberlanjutan. *Corporate social responsibility* bukan hanya menjadi tuntutan etika, tetapi juga strategi yang cerdas untuk menciptakan nilai jangka panjang bagi perusahaan.

*Corporate Social Responsibility* menurut World Business Council on Sustainable Development adalah komitmen perusahaan untuk berperilaku etis dan juga berkontribusi dalam membangun ekonomi yang berkelanjutan, serta meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas. Definisi lain *Corporate Social Responsibility* dalam bahasa bisnis diartikan sebagai komitmen bisnis untuk berperilaku etis dengan membangun pengaturan strategis pada nilai sosial yang memungkinkan terjadinya perilaku bertanggung jawab terhadap masyarakat (Cakti dkk., 2022)

Fenomena pada penelitian ini yaitu adanya beban operasional yang mengalami kenaikan sehingga profitabilitas perusahaan menurun, pada akhirnya tidak dapat memberikan *corporate social responsibility*. Solusi yang diberikan perusahaan harus dapat menigkatkan pertumbuhan penjualan agar profitabilitas yang didapatkan perusahaan bisa naik dan perusahaan dapat memberikan *corporate social reponsibility*.

Profitabilitas merupakan salah satu indikator kemajuan dalam perusahaan yang dikatakan semakin baik, berkembang dan dapat bertahan hidup apabila pengukuran profitabilitas perusahaan meningkat (Anindita & Elmanizar, 2019). Perusahaan yang tidak mengalami peningkatan profitabilitas tidak dapat memberikan *corporate social responsibility*, karena akan berdampak pada penurunan laba bersih perusahaan.

Pentingnya penelitian ini dilakukan karena untuk mengukur seberapa besar kinerja perusahaan dan adanya dampak dari regulasi lingkungan dan sosial dihubungkan dengan biaya operasional serta bagaimana pertumbuhan penjualan dapat dipengaruhi oleh profitabilitas, maka dari itu terdapat celah untuk mengetahui sejauh mana biaya operasional yang efisien dapat memberikan dampak positif pada indikator profitabilitas, dan bagaimana pertumbuhan penjualan mendiskripsikan lebih lanjut dalam konteks perusahaan dengan menggunakan pengukuran *Return On Investment* (ROI).

Menurut Cahya dkk., (2021) pertumbuhan penjualan mempunyai dampak yang strategis bagi perusahaan karena peningkatan penjualan ditandai dengan peningkatan pangsa pasar yang berdampak pada peningkatan penjualan perusahaan sehingga meningkatkan profitabilitas perusahaan. Artinya jika pertumbuhan penjualan terus meningkat maka nilai dari profitabilitas akan semakin tinggi.

Dalam penelitian Angelia dkk., (2021) pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Adanya peningkatan penjualan maka profitabilitas akan meningkat. Namun dalam penelitian yang dilakukan oleh Rivandi & Oliyan (2022) pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap

*Corresponding Author* **:** anisaulhasanah@unigres.ac.id

profitabilitas, Artinya semakin tingginya jumlah dari penjualan, disertai juga dengan tingginya biaya produksi, sehingga keinginan untuk meningkatan profitabilitas tidak bisa terpenuhi, jika pertumbuhan penjualan semakin besar, maka profitabilitas perusahaan menurun.

Beban operasional keseluruhan biaya yang berhubungan dengan kegiatan utama perusahaan. Termasuk di dalamnya adalah biaya penjualan dan biaya administrasi umum (Evadine, 2021). beban operasional memiliki dampak langsung terhadap kesehatan finansial suatu perusahaan. Jika beban operasional dapat dikendalikan dengan efektif, perusahaan cenderung mencapai profitabilitas yang lebih baik. Sebaliknya, jika beban operasional melebihi pendapatan atau tidak dikelola dengan baik, hal ini dapat menyebabkan penurunan profitabilitas.

Teori yang berhubungan dengan penelitian adalah teori keagenan dan teori signaling. Teori keagenan menyatakan bahwa rancangan yang menjelaskan hubungan konsteptual antara prinsipal dan agen, yaitu antara dua orang atau lebih kelompok atau organisasi prinsipal merupakan pihak yang berhak mengambil keputusan pihak mengenai masa depan perusahaan (Jansen & Meckling, 1976). Sedangkan Teori signaling menjelaskan bahwa bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal yang merupakan informasi mengenai perusahaan kepada pengguna laporan keuangan. (Priyamanda & Jayanti, 2021).

Penelitian ini melanjutkan dari penelitiaan Adilla dkk. (2023) yakni pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Likuiditas, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni variabel *corporate social responsibility* pada penelitian sebelumnya variabel independen, sedangkan dalam penelitian ini *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi, selanjutnya mengganti variabel likuiditas menjadi variabel beban operasional.

Alasan peneliti menjadikan variabel moderasi dikarenakan peneiti ingin mengetahui apakah *corporate social responsibility* dapat memperlemah/memeperkuat pertumbuhan penjualan dan beban operasional sehingga profitabilitas yang didapat dapat lebih meningkat, alasan kedua mengganti variabel likuiditas menjadi beban operasional, karena manajemen yang efektif dalam pengelolaan biaya ini dapat menciptakan efesiensi operasional, mendukung pertumbuhan yang keberlanjutan dan meningkatkan margin keuntungan.

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang diatas dan inkonsisten hasil dari penelitian – penelitan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan membahas permasalahan tersebut dengan mengambil judul "**Peran *Corporate Social Responsibility* Pemodersi Pertumbuhan Penjualan dan Beban Operasional Terhadap Profitabilitas Perusahaan**".

## LANDASAN TEORI

### Teori Keagenan

Teori keagenan merupakan rancangan yang menjelaskan hubungan konstektual antara prinsipal dan agen, yaitu antara dua orang atau lebih

*Corresponding Author* **:** anisaulhasanah@unigres.ac.id

kelompok atau organisasi prinsipal merupakan pihak yang berhak mengambil keputusan pihak mengenai masa depan perusahaan dan mengalihkan tanggung jawab kepada pihak lain. (Jansen & Meckling, 1976)

### Teori Sinyal (Signaling Theory)

Teori sinyal menjelaskan bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal yang merupakan informasi mengenai perusahaan kepada pengguna laporan keuangan (Priyamanda & Jayanti, 2021)..

### GRI (*Global Reporting Intiative*)

GRI (Global Reporting Intiative) merupakan sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah mempelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus – menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia. GRI (Global Reporting Intiative) berkolaborasi bersama NSCR (National Center for Sustansibility Reporting) meluncurkan sebuah kerangka konsep yang Global dan dapat dipercaya dalam melaporkan keberlanjutan yang dapat di gunakan oleh berbagai organisasi.

### Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (profit) dengan menggunakan sumber - sumber yang dimiliki seperti aktiva, modal atau penjualan (Ely, 2021:35).

Marsayih (2021:96) Profitabilitas merupakan kemampuan yang dicapai perusahaan dalam satu periode tertentu. Dasar penilaian profitabilitas adalah laporan keuangan yang terdiri dari laporan neraca dan laba-rugi perusahaan.

### *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Rahmantari dkk (2019) Corporate social Responsibility merupakan sebuah konsep tanggung jawab perusahaan yang berkomitmen untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan.

### Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan kenaikan volume penjualan dari tahun ke tahun Pertumbuhan penjualan dapat dicapai melalui jumlah strategi, misalnya dalam pengembangan pasar, peningkatan efesiensi operasional, strategi ini biasanya didorong oleh tujuan perusahaan untuk meningkatkan profit/laba (Cahya dkk., 2021).

Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan penjualan relatif tinggi akan memungkingkan untuk dikeluarkan dengan pembelian menggunakan utang yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang tingkat pertumbuhan penjualannya rendah, dikarenakan keuntungan yang diperoleh dari peningkatan penjualan tersebut diharapkan menutup biaya bunga utang (Sudana, 2011:162).

### Beban Operasional

Beban Operasional yakni biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan diluar dari proses kegiatan produksi, tetapi berkaitan langsung dengan biaya aktivitas operasional yaitu biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum (Utari dkk., 2019). Beban operasional merupakan biaya yang memiliki pengaruh besar dalam mempengaruhi keberhasilan perusahaan di dalam mencapai tujuannya, yaitu memperoleh laba (Savitri 2016:35)

*Corresponding Author* **:** anisaulhasanah@unigres.ac.id

## Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara dalam penelitian namun diperlukan pengujian. Adapun hipotesis dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

H1: Pertumbuhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas
H2: Beban Operasional berpengaruh negatif terhadap profitabilitas
H3: Pertumbuhan Penjualan dan Beban Operasional berpengaruh secara simultan terhadap profitabilitas
H4: *Corporate social responsibility* memperkuat pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas
H5: *Corporate social responsibility* memperkuat Beban Operasional terhadap profitabilitas

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan populasi perusahaan sektor barang baku yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) di tahun 2019 – 2022. Penelitian ini menggunakan data sekunder. Dalam penelitian ini metode yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling Jumlah perusahaan sektor barang baku yang terdaftar di BEI adalah sebanyak 103 perusahaan, dan yang memenuhi kriteria pengambilan sampel selama periode penelitian 2019 – 2022 adalah sebanyak 12 perusahaan, maka total sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 48 sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan dalam penelitian ini, berikut adalah kriteria sampel dalam penelitian ini.

**Tabel 1.1 Kriteria Pengambilan Sampel**

| No. | Kriteria | Jumlah |
|---|---|---|
| 1. | Perusahaan Sektor Bahan Baku yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2019 – 2022 | 103 |
| 2. | Perusahaan Sektor Bahan Baku yang mengalami kerugian selama periode 2019 – 2022 | (52) |
| 3. | Perusahaan yang tidak melaporkan Annual Report dan Sustainability Report secara lengkap | (14) |
| 4. | Perusahaan yang tidak melakukan investasi | (25) |
| Jumlah sampel perusahaan yang memenuhi kriteria | | 12 |
| Jumlah sampel penelitian (12 x 4) | | 48 |

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

*Corresponding Author* **:** anisaulhasanah@unigres.ac.id

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Statistik Deskriptif

**Tabel 1.2 Statistik Deskriptif**

| Variabel | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| Sales Growth | 48 | -.31 | .42 | .0656 | .17280 |
| Beban Operasional | 48 | 1.54 | 1.70 | 1.633 | .0456 |
| ROI | 48 | -.18 | 3.54 | 2.115 | .9592 |
| CSR | 48 | .38 | .64 | .5171 | .05085 |

Sumber : Data Hasil Output SPSS, diolah penulis (2024)

Pada tabel 1.2 yang merupakan tabel statistik deskriptif menunjukkan bahwa jumlah sampel sebanyak 48 perusahaan yang diambil dari 12 perusahaan bahan baku subsektor bahan kimia & material Tahun 2019-2022.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

**Tabel 1.3 Uji Normalitas**

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | |
|---|---|
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .200[c] |

Berdasarkan hasil dari tabel 1.3 diperoleh nilai Asymp. Sig (2-tailed) senilai 0,200 dimana nilai tersebut berada di atas 0,05 yang artinya data tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedasitas

**Tabel 1.4 Uji Heteroskedasitas Glejser**

| Variabel | Sig. |
|---|---|
| Sales Growth_Ln | .208 |
| Beban Operasional_Ln | .675 |
| CSR_Ln | .224 |

Pada tabel 1.4 diperoleh nilai signifikansi dari kedua variabel yaitu diatas 0,05. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

**Tabel 1.5 Uji Multikolinearitas**

| | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|
| Variabel | Tolerance | VIF |
| Sales Growth | .975 | 1.025 |
| Beban Operasional | .909 | 1.100 |
| CSR | .920 | 1.087 |

*Corresponding Author* **:** anisaulhasanah@unigres.ac.id

Berdasarkan tabel 1.5 dapat diketahui nilai tolerance untuk ketiga variabel independen lebih > 0,10. Nilai VIF dari ketiga variabel indepeden juga menunjukkan hasil < 10

d. Uji Autokorelasi

**Tabel 1.6 Uji Autokorelasi**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | .449[a] | .201 | .147 | .88610 | 1.794 |

Berdasarkan tabel 1.6 menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson hitung sebesar 1,794, jumlah sampel (N = 48), jumlah variabel (K = 4), maka nilai du = 1,670 Maka nilai du < dw < 4-du ( 1,670 < 1,704 < 2,329 ), artinya berada pada daerah tidak ada autokorelasi. Disimpulkan data penelitian bebas

e. Uji Linearitas

**Tabel 1.7 Uji Linearitas**

| Variabel | Sig |
|---|---|
| ROI * Sales Growth | .904 |
| ROI * Beban Operasional | .236 |
| ROI * CSR | .925 |

Pada Tabel 1.7 hasil uji linearitas untuk variabel ROI*Sales Growth dengan nilai sig. sebesar 0.904 > 0,05; variabel ROI*Beban Operasional dengan nilai sig. sebesar 0,236 > 0,05; dan variabel ROI*CSR dengan nilai sig. sebesar 0,925 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel ROI*Sales Growth ROI*Beban Operasional ROI*CSR

3. Analisis Regresi Berganda

*Corresponding Author* **:** anisaulhasanah@unigres.ac.id

**Tabel 1.7 Ringkasan Analisis Regresi Berganda**

| Model I | Model II | Model III | Model IV | Model V |
|---|---|---|---|---|
| (R Square = 0.006) Pertumbuhan Penjualan (X1) β = 1.154 Thitung = 0.544 Sig = 0.589 | (R square = 0,199) Pertumbuhan Penjualan (X1) β = 0.031 Thitung = 0.015 Sig = 0.988 | (R Square = 0,013) SG*CSR (X1M) β = -1.251 Thitung = -0.791 Sig = 0.433 | (R square = 0,130) SG*CSR (X1M) β = -0.787 Thitung = -0.520 Sig = 0.606 | (R square = 0,287) Pertumbuhan Penjualan (X1) β = -5.297 Thitung = -0.733 Sig = 0.467 |
| (R Square = 0,109) Beban Operasional (X2) β = -6.935 Thitung = -2.368 Sig = 0.022 | Beban Operasional (X2) β = -8.724 Thitung = -2.926 Sig = 0.005 | (R Square = 0,125) BO*CSR (X2M) β = -0.146 Thitung = -2.558 Sig = 0.014 | BO*CSR (X2M) β = -0.143 Thitung = -2.453 Sig = 0.018 | Beban Operasional (X2) β = 113.570 Thitung = 1.929 Sig = 0.061 |
| (R Square = 0.040) Corporate Social Responsibility (M) β = -3.876 Thitung = -1.383 Sig = .173 | | | | Corporate Social Responsibility (M) β = -1.819 Thitung = -0.550 Sig = 0.585 |
| | | | | X1*M β = -4.126 Thitung = -0.761 Sig = 0.451 |
| | | | | X2*M β = -2.389 Thitung = -2.077 Sig = 0.044 |

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda diperoleh hasil pada tabel 4.9 model 2 dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 14.344 + 0.031X_1 + (- 8.724X_2) + (- 6.066M) + e$$

4. Moderated Regression Analysis (MRA)

Berdasarkan hasil uji moderated regression analysis (MRA) pada table 1.7 model 5 dapat dirumuskan persamaan *moderated regression analysis* sebagai berikut :

$$Y = -121.766 + (-5.297)X1 + 113.570X2 + (-1.819)M + (-4.126)X1M + (-2.389)X2M + e$$

5. Uji Hipotesis

- Uji T (Parsial)

**Tabel 1.8 Hasil Pengujian Statistik T**

| Model | Unstandardized Coefficients B | Unstandardized Coefficients Std. Error | Standardized Coefficients Beta | T | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| (Constant) | 14.344 | 4.737 | | 3.028 | .004 |
| Sales Growth | .031 | 1.978 | .002 | .015 | .988 |
| Beban Operasional | -8.724 | 2.982 | -.415 | -2.926 | .005 |

- Uji F (Simultan)

**Tabel 1.9 Uji Statistik F**

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 8.623 | 3 | 2.874 | 3.653 | .020[b] |
| | Residual | 34.626 | 44 | .787 | | |
| | Total | 43.250 | 47 | | | |

*Corresponding Author* **:** anisaulhasanah@unigres.ac.id

KAPITAL EKONOMI
VOL. 2 NO.1 JULI 2024
P-ISSN : XXXX-XXXX
E-ISSN: XXXX-XXXX

6. Koefisien Determinasi

**Tabel 1.10 Uji Koefisien Determinasi Sebelum Moderasi**

| R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|
| .447[a] | .199 | .145 | .88711 |

## PEMBAHASAN:

**1) Pertumbuhan Penjualan Tidak Berpengaruh Positif Terhadap Profitabilitas**

Hasil penelitian telah dilakukan variabel pertumbuhan penjualaan diperoleh koefisiensi regresi dengan arah positif terhadap profitabilitas memperoleh hasil 0.988 yang artinya lebih besar dari nilai batas signifikansi yakni 0.05 atau 5 persen. Selain itu, hasil statistik t pada variabel pertumbuhan penjualan memiliki $t_{hitung}$ sebesar 0.015 lebih kecil dari pada $t_{tabel}$ sebesar 1.681 dan nilai R square yang didapatkan sebesar 0.199. Maka dapat disimpulkan bahwa hasil temuan secara empiris tidak mendukung Hipotesis 1 yang diajukan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Hipotesis 1 diterima 0.988 > 0.05 dan H0 gagal diterima.

. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Hal ini disebabkan dalam penelitian ini dikarenakan mengalami kenaikan dan penurunan yang tidak stabil dan juga periode dalam penelitian ini pada periode 2019-2022, dimana pada tahun 2019 terdapat musibah covid-19 yang banyak perusahaan harus mengalami penurunan dalam penjualan. Penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh (Ningsih & Kusumawati 2020) yang menyatakan bahwa variabel pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan, artinya jika pertumbuhan penjualan semakin meningkat maka profitabilitas perusahaan menurun. Selain itu, penelitian yang dilakukan (Sembiring 2020) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Artinya naik turunnya nilai pertumbuhan penjualan tidak dapat menjelaskan dan memprediksi peningkatan dari profitabilitas.

**2) Beban Operasional Berpengaruh Negatif Terhadap Profitabilitas**

Hasil penelitian telah dilakukan variabel beban operasional diperoleh koefisiensi regresi dengan arah negatif terhadap profitabilitas memperoleh hasil 0.005 yang artinya lebih kecil dari nilai batas signifikansi yakni 0.05 atau 5 persen. Selain itu, hasil statistik t pada variabel beban operasional memiliki thitung sebesar -2.926 lebih kecil dari pada $t_{tabel}$ sebesar 1.681 dan nilai R square yang didaptkan sebesar 0.199. Maka dapat disimpulkan bahwa hasil temuan secara empiris mendukung Hipotesis 2 yang diajukan bahwa beban operasional berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.

*Corresponding Author* **:** anisaulhasanah@unigres.ac.id

KAPITAL EKONOMI
VOL. 2 NO.1 JULI 2024
P-ISSN : XXXX-XXXX
E-ISSN: XXXX-XXXX

Hipotesis 2 diterima 0.005 > 0.05 dan H0 diterima yang menyatakan bahwa variabel beban operasional berpengaruh

Penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Anjarwati & Safri (2022) yang menyatakan bahwa variabel beban operasional berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Artinya jika beban yang dikeluarkan semakin besar maka laba (*profit*) yang dihasilkan oleh perusahaan akan menurun, beban operasional merujuk pada semua biaya yang terkait dengan menjalankan bisnis sehari – hari, ketika beban operasional meningkat, hal itu berarti perusahaan harus mengeluarkan lebih banyak pengeluaran untuk menjalankan operasionalnya.

**3) Pertumbuhan Penjualan (X1) dan Beban Operasional (X2) Berpengaruh Simultan Terhadap Profitabilitas (Y)**

Hasil uji statistik F pada varabel pertumbuhan penjualan dan beban operasional dapat memberikan bukti bahwa peningkatan profitabilitas dipengaruhi oleh variabel pertumbuhan penjualan dapat menujukkan keberhasilan suatu perusahaan yang dilihat dari kegiatan penjualan perusahaan yang terus bertambah atau terus naik dari tahun ke tahun (Anindita & Elmanizar 2019). Profitabilitas dapat meningkat lebih tinggi yang dihasilkan dari peningkatan pendapatan suatu perusahaan (Fransisca & Widjaja 2019). Perusahaan yang dapat mengelola pengeluaran operasionalnya dengan baik dapat meningkatkan profitabilitas, tetapi pada dasarnya jika beban operasional dikeluarkan lebih banyak maka profitabilitas akan mengalami penurunan (Anjarwati & Safri 2022) .

**4) *Corporate Social Responsibility* Memperlemah Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas**

Hasil penelitian telah dilakukan dengan menggunakan interaksi perkalian variabel *corporate social responsibility* dengan pertumbuhan penjualan yang memiliki koefisien regresi dengan arah negatif terhadap profitabilitas memperoleh hasil signifikan sebesar adalah 0.451 lebih besar lebih besar dari nilai batas signifikan 0.05 atau 5%. Selain itu, pada interaksi hasil perkalian data sampel antara pertumbuhan penjualan dengan *corporate social responsibility* memiliki $t_{hitung}$ sebesar -0.761 lebih kecil dari $t_{tabel}$ sebesar 1.681 dan nilai R square yang didaptkan sebesar 0.287. Maka disimpulkan bahwa hasil temuan secara empiris ini tidak mendukung Hipotesis 4 yang diajukan bahwa corporate social responsibility memperlemah pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas. Hipotesis 4 diterima sig 0.451 > 0.05 dan H0 gagal diterima

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Priyamanda & Jayanti (2021) menjelaskan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Artinya apabila perusahaan melakukan kegiatan *corporate social responsibility* maka perusahaan akan mendapatkan citra baik kepada masyarakat yang nantinya akan menjadi

*Corresponding Author* **:** anisaulhasanah@unigres.ac.id

daya tarik konsumen dan investor, sehingga dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

Sedangkan dalam penelitian ini menjelaskan bahwa *corporate social responsibility* memperlemah pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas, karena kegiatan *corporate social responsibility* seringkali memerlukan investasi yang signifikan tanpa memberikan hasil langsung yang dapat diukur dalam hal pendapatan atau profitabilitas perusahaaan, apabila tata kelola keuangan perusahaan tidak stabil maka laporan keuangan perusaahaan mengalami deposit atau kerugian yang nantinya dapat menurunkan profitabilitas.

Penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Rivandi & Oliyan (2022) pertumbuhan penjualan yang tinggi dapat memperluas basis pelanggan dan meningkatkan pendapatan perusahaan, tetapi jika biaya produksi atau operasional juga meningkat proposional pertumbuhan penjualan tersebut, maka profitabilitas perusahaan tidak dapat meningkat secara signifikan. Kegiatan *corporate social responsibility* dapat memperlemah pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas karena seringkali melibatkan pengeluaran tambahan untuk aktivitas yang mendukung keberlanjutan lingkungan, kesejahteraan masyarakat atau kegiatan lainnya (Widajantie & Putri 2022). Pengeluaran corporate social responsibility tidak langsung berkontribusi pada pendapatan atau keuntungan perusahaan, sehingga dapat menekan margin keuntungan (Anthoni & Yusuf 2022).

**5) Corporate Social Responsibility Memperlemah Beban Operasional Terhadap Profitabilitas.**

Hasil penelitian telah dilakukan dengan menggunakan interaksi perkalian variabel *corporate social responsibility* dengan beban operasional yang memiliki koefisien regresi dengan arah negatif terhadap profitabilitas memperoleh hasil signifikan sebesar adalah 0.404 lebih besar lebih besar dari nilai batas signifikan 0.05 atau 5%. Selain itu, pada interaksi hasil perkalian data sampel antara beban operasional dengan *corporate social responsibility* memiliki $t_{hitung}$ sebesar -2.077 lebih kecil dari $t_{tabel}$ sebesar 1.681 dan nilai R square yang didapatkan sebesar 0.287. Maka disimpulkan bahwa hasil temuan secara empiris ini mendukung Hipotesis 5 yang diajukan bahwa *corporate social responsibility* memperlemah pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas. Hipotesis 4 diterima sig 0.404 > 0.05 dan H0 diterima.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Agatha & Ayem (2022) yang menjelaskan bahwa maka perusahaan akan mendapatkan citra yang positif dalam pandangan masyarakat, tanggung jawab sosial dan lingkungan seringkali memiliki kinerja jangka panjang yang lebih baik secara finansial. Sedangkan dalam penelitian ini menjelaskan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas perusahaan, karena kegiatan dari *corpotae social responsibility* memerlukan

*Corresponding Author* **:** anisaulhasanah@unigres.ac.id

investasi tambahan, hal ini dapat menambahkanbeban operasional yang dikelurkan oleh perusahaan yang nantinya akan mempengaruhi nilai profitabilitas menjadi lebih rendah.

Penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Sitompul & Gunawan (2022) yang menyatakan bahwa jika beban operasional terus bertambah maka pendapatan yang diperoleh perusahaan akan semakin menurun, hal ini dapat menyebabkan nilai profitabilitas perusahaan tidak stabil.

## KESIMPULAN

Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan. Semakin meningkat pertumbuhan penjualan maka profitabilitas perusahaan menurun. Penelitian ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan bukan merupakan faktor utama yang dapat mempengaruhi profitabilitas karena pertumbuhan penjualan disertai dengan peningkatan biaya dan penambahan aktiva yang lebih besar, sehingga peningkatan profitabilitas yang diharapkan tidak tercapai.Beban Operasional berpengaruh negatif terhadap profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi beban operasional yang dikeluarkan oleh perusahaan, maka profitabilitas perusahaan akan mengalami penurunan, begitu juga sebaliknya jika beban operasional yang dikeluarkan sedikit maka profitabilitas akan meningkat. Pertumbuhan Penjualan dan Beban Operasional berpengaruh secara simultan terhadap profitabilitas perusahaan. *Corporate social responsibility* memoderasi pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas. Hasil temuan secara empiris membuktikan bahwa *corporate social responsibility* memperlemah pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas perusahaan. *Corporate social responsibility* memoderasi pengaruh beban operasional terhadap profitabilitas. Hasil temuan secara empiris membuktikan bahwa *corporate social responsibility* memperlemah beban operasional terhadap profitabilitas perusahaan.

## BIBLIOGRAFI

Adilla, N., Afni, Z., & Siskawati, E. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr), Likuiditas, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Barang Baku Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021. *Jurnal Akuntansi, Bisnis Dan Ekonomi Indonesia (Jabei)*, *2*(1), 13–24.

Agatha, A., & Ayem, S. (2022). Pengaruh Corporate Social Responbility, Ukuran Perusahaan, Dan Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, *4*(5), 1306–1320.

Angelia, N., Kumalasari, D., & Christiawan, Y. J. (2021). The Effect Of Sales Growth And Independent Commissioner's Supervision On Financial Performance: The Moderating Role Of Corporate Social Responsibility. *Advances In Economics, Business And Management Research*, *197*, 247–256.

Anindita, V., & Elmanizar, E. (2019). Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Likuiditas Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas. *Majalah Sainstekes*, *6*(2).

*Corresponding Author* **:** anisaulhasanah@unigres.ac.id

Anjarwati, R., & Safri. (2022). Pengaruh Pendapatan Dan Beban Operasional Terhadap Laba Bersih (Studi Kasus Pt Pegadaian Bekasi Periode 2020). *Jima Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, *2*(2), 127–136.

Anthoni, L., & Yusuf. (2022). Moderasi Manajemen Laba Pada Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, *3*(1), 52–62.

Cahya, A. D., Putri, P. N., Pangesti, R. D., & Wahyuningsih, S. (2021). Effect Of Financial Performance, Business Risk, And Sales Growth On Capital Structure. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, *14*(2), 92–100.

Cakti, R. R., Setiawan, D., & Aryani, Y. A. (2022). *Board Diversity And Corporate Social Responsibility Disclosure In Asean Banking Industry*. *11*(336), 10–20.

Ely, S. (2021). *Buku Ajar Manajemen Keuangan Dasar*. Malang:Universitas Negeri Malang.

Evadine, R. (2021). *Pengaruh Pendapatan, Beban Operasional Dan Likuiditas Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Retail Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2013-2017*. *5*(1).

Fahlevi, A. R., Sultan, N. R., Erfanudin, M., Putri, S. D., & Naibaho, D. E. (2023). Pengaruh Pendapatan Dan Beban Operasional Terhadap Laba Bersih. *Ulil Albab : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *2*(2), 835–841.

Fransisca, E., & Widjaja, I. (2019). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, *1*(2), 199.

Jansen, & Meckling. (1976). Theory Of The Firm : Management Behavior, Agency Cost Ad Ownership Structure. *Journal Of Financial Economics*, *V.3*(No. 4), 305 360.

Marsayih, L. (2021). *Manajemen Keuangan 1*. Banda Aceh:Madenatera.

Ningsih, A. S., & Kusumawati, Y. T. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Penjualanterhadap Profitabilitas Perusahaan Food And Beverages Yang Terdaftar Di Bursa Efekzindonesia Periode 2013-2017. *Borneo Student Research*, *1*(2), 877–882.

Oktaviani, R., & Widyaningsih, I. U. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Dengan Kebijakan Hutang Sebagai Variabel Intervening. *Tirtayasa Ekonomika*, *17*(1), 117.

Priyamanda, P., & Jayanti, F. D. (2021). Effect Of Corporate Social Responsibility On Corporate Profitability. *Jurnal Ilmiah Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, *2*(1), 121–129.

Rahmantari, N. L. L., Sitiari, N. W., & Dharmanegara, I. B. A. (2019). Effect Of Corporate Social Responsibility On Company Value With Company Size And Profitability As Moderated Variables In Pharmaceutical Companies Listed On The Indonesia Stock Exchange. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Jagaditha*, *6*(2), 121–129.

Rivandi, M., & Oliyan, F. (2022). Pengaruh Perputaran Piutang Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitablitas Pada Sub Sektor Makanan Dan Minuman. *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Auditing*, *17*(2), 103–114.

Rozi, A., & Bahri, S. (2023). Pengaruh Biaya Operasional, Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih. *Ristanti : Riset Akuntansi*, *4*(02), 176–189.

*Corresponding Author* **:** anisaulhasanah@unigres.ac.id

Savitri, E. (2016). *Penganggaran Perusahaan Ii*. Yogyakarta:Pustaka Sahila Yogyakarta.

Sembiring, M. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Perusahaan Dagang Di Bursa Efek Indonesia. Liabilities (Jurnal Pendidikan Akuntansi), *3*(1), 59–68.

Setyaputri, B. V., Rahayu, W., Aji Putra Wibowo, N., & Rinaldo, D. (2023). *Pengaruh Beban Operasional Dan Pendapatan Usaha Terhadap Laba Bersih Pt. Garuda Indonesia, Tbk*. *1*(1), 26–31. Https://Doi.Org/10.58344/Jig.V2i1.37

Sitompul, S., & Gunawan, G. (2022). Hubungan Pengeluaran Biaya Operasional, Perputaran Persediaan Serta Pendapatan Terhadap Peningkatan Atau Penurunan Profitabilitas Pada Pt. Global Agri Sejahtera. *Jurnal Ilmiah Metadata*, *4*(1), 301–315.

Sudana, I. M. (2019). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori Dan Praktik*. Jakarta:Erlangga.

Suhendra, & Aswat, I. (2024). Pengaruh Capital Adequacy Ratio (Car), Net Interest Margin (Nim), Beban Operasional Dan Pendapatan Operasional (Bopo) Terhadap Return On Asset (Roa) Pada Pt Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Periode 2018 - 2022. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, *4*(1), 161–171.

Utari, W. R., Subakir, & Fauziya. (2019). Pengaruh Biaya Operasional Dan Penjualan Bersih Terhadap Roi Perusahaan Perkebunan. *Publikasi Ilmiah Akuntansi*, *1*(1), 329–339.

Widajantie, T. D., & Putri, S. Y. (2022). Corporate Social Responbility And Good Corporate Governance On Company Value. *Robust: Research Of Business And Economics Studies*, *2*(1), 17.

*Corresponding Author* **:** anisaulhasanah@unigres.ac.id