

ABSTRACT

This research purpose is to provide the empirical evidence about the correlation of Corporate Social Responsibility (CSR), Sales, leverage and size against profitability of Badan Usaha Milik Negara (BUMN) with represent by variable Return on Sales (RoS). The object of this research are all BUMN company that listing in Indonesia stock exchange (BEI) and provide regular financial report from 2010 to 2014. The analisis technique used is Data Panel regression. Determination model of Common Effect (CE), Fixed Effect (FE), Random Effect (FE) using the Chow test and Hausmann test. The Classical assumption testing for Data Panel using Normality test, Multicolinearity, Heteroskedastisitas and Autocorrelation. F test shows, that F value or Probabilitas (F-statistic) is 0.0000 for RoS. F value smaller than 0.05 shown that variable of CSR, sales, Leverage and size have affect to RoS. For t test result shown that CSR, sales, leverage, size in have positif effect to RoS, but only CSR and size have significant effect to RoS.

Keywords : *CSR, Return on Sales, Leverage, Size, Impact.*



ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan bukti empiris pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Sales*, *Leverage*, *Size* terhadap kinerja keuangan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang diwakili variabel *Return on Sales (RoS)*. Objek penelitian adalah seluruh perusahaan BUMN yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) dan yang laporan keuangannya terdaftar di BEI dalam periode 2010 sampai 2014. Teknik analisis yang digunakan adalah Regresi Data Panel. Penentuan model *Common Effect (CE)*, *Fixed Effect (FE)*, *Random Effect (RE)* menggunakan *Chow test*, *Hausman test*. Penelitian menggunakan data panel maka uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji Multikolinieritas, uji Heteroskedastisitas, dan uji Autokorelasi. Dari hasil Uji F didapat nilai hitung F hitung atau Probabilitas(F-statistik) sebesar 0.000 untuk RoS. Nilai F-hitung yang kurang dari 0.05 menunjukkan bahwa variabel *CSR*, *Sales*, *leverage* dan *Size* secara mempunyai pengaruh signifikan terhadap RoS. Berdasarkan uji t disimpulkan bahwa *CSR*, *sales*, *leverage* dan *size* secara parsial berpengaruh positif terhadap RoS, tetapi hanya *CSR* dan *Size* yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap RoS.

Kata kunci : *CSR, Return on Sales, Size, Leverage, Sales, Pengaruh.*

