

UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MEDAN – INDONESIA

Dengan ini diterangkan bahwa Skripsi Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S1) dari mahasiswa:

Nama : Winda Anastasya Butar Butar
NPM : 20510137
Program Studi : Akuntansi
Judul Skripsi : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022)

Telah diterima dan terdaftar pada Fakultas Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan. Dengan diterimanya Skripsi ini, maka telah dilengkapi syarat-syarat akademik untuk menempuh Ujian Skripsi guna menyelesaikan studi.

Sarjana Ekonomi Program Studi Strata Satu (S1)
Program Studi Akuntansi

Pembimbing Utama



(Dr. E. Manatap Berliana Lumban Gaol, SE,M.Si,Ak,CA)



Dekan



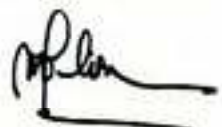
(Dr. E. Hamonangan Siahaan, S.E,M.

Pembimbing Pendamping



(Dr. Amran Manurung, SE,M.Si,Ak)

Ketua Program Studi



(Dr. E. Manatap Berliana Lumban Gaol, SE,M.Si,Ak,CA)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era modern sekarang ini, perkembangan dunia bisnis dapat dikatakan sangat pesat ditandai dengan industri yang semakin maju berdampak pada semakin berkembangnya kegiatan operasional perusahaan. Hal ini membuat tuntutan terhadap perusahaan semakin besar. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk mendapatkan laba (*profit*) yang maksimal. Tetapi harus memperhatikan kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*), karena dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya perusahaan akan berinteraksi dengan lingkungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal tersebut sesuai dengan konsep *triple bottom line* (Elkington 1994 dalam Felisia & Limijaya, 2014) dimana tanggung jawab sosial perusahaan mencakup 3 prinsip yaitu mencari keuntungan (*profit*) bagi perusahaan, mensejahterakan masyarakat (*people*), dan menjaga kelestarian lingkungan/alam (*planet*).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan wujud dari tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki lingkungan yang rusak dan gap sosial yang terjadi karena kegiatan operasional perusahaan tersebut (Pamungkas & Winarsih, 2020)

Pemerintah Indonesia menyadari pentingnya menjaga kelestarian lingkungan, menerbitkan Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang

Perseroan Terbatas, Pasal 74 ayat (1) yang menjelaskan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”. Dengan demikian, perusahaan harus melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan (*Annual Report*) atau laporan keberlanjutan (*Sustainability Report*).

Pada tahun 2020 dan 2021, terjadi penurunan atau perlambatan pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia. Pertumbuhan industri makanan dan minuman paling lambat terjadi pada tahun 2020, yakni 1.58%. Hal ini diakibatkan terjadinya pandemi Covid-19 di Indonesia. Dampak dari pandemi Covid-19 mencakup pembatasan aktivitas, perubahan perilaku konsumen dan situasi ekonomi yang sulit. Sehingga memengaruhi pertumbuhan industri makanan dan minuman menjadi lebih rendah dibandingkan dengan masa normal. Pada tahun 2022, Kementerian Perindustrian mencatat bahwa Produk Domestik Bruto (PDB) industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 4,90% atau sebesar Rp813,06 triliun dengan kontribusi sebesar 38,35% atau yang terbesar terhadap PDB industri pengolahan non-migas. Nilai itu naik 4,90% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebesar Rp775,10 triliun. Selain itu, pada tahun 2022 industri makanan dan minuman termasuk industri dengan kontribusi ekspor tertinggi dengan nilai mencapai USD48,61 miliar. Dari Fenomena ini, peneliti ingin melakukan penelitian terhadap peningkatan pertumbuhan industri makanan dan minuman dilihat dari kinerja keuangan perusahaan tersebut dan menguji

apakah peningkatan ini sejalan dengan tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan informasi non keuangan yang sering kali digunakan sebagai dasar pertimbangan para calon investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan karena mencerminkan kinerja keuangan perusahaan (Harahap & Septiani, 2019). *Corporate Social Responsibility* dapat memberikan pengaruh positif bagi perusahaan, dengan melakukan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dapat membangkitkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan, meningkatkan reputasi perusahaan serta meningkatkan citra yang baik dimata masyarakat. Ini membuat masyarakat berniat untuk membeli dan menggunakan produk perusahaan tersebut. Semakin banyak produk perusahaan yang terjual maka laba (*profit*) perusahaan akan meningkat. Dengan meningkatnya laba (*profit*) dapat menarik investor, karena profitabilitas menjadi pertimbangan investor dalam keputusan berinvestasi. Hal ini berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Kinerja keuangan perusahaan merupakan hasil yang dapat diukur dan menggambarkan kondisi atau kemampuan dari suatu perusahaan. Sedangkan, Penilaian kinerja perusahaan merupakan suatu kegiatan yang mengukur kemampuan perusahaan selama periode tertentu dan dapat digunakan sebagai panduan bagi perusahaan untuk memperbaiki atau meningkatkan kinerja perusahaan periode selanjutnya. Penilaian kinerja keuangan dapat dilakukan dengan analisis rasio yakni rasio profitabilitas.

Rasio Profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (*profit*) selama periode tertentu, sehingga dapat diketahui tingkat efisiensi perusahaan dalam beroperasi (Manurung, 2021). Rasio profitabilitas ini sangat dibutuhkan oleh para investor terutama para investor jangka panjang. Hal ini dikarenakan profitabilitas tidak hanya digunakan oleh perusahaan untuk menjaga pertumbuhan bisnisnya tetapi juga dapat meningkatkan kondisi keuangan perusahaan di masa depan (Pratiwi et al., 2020). Rasio Profitabilitas dapat diukur dengan beberapa indikator, tetapi pada penelitian ini menggunakan rasio profitabilitas yang diukur dengan *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE) dan *Earning Per Share* (EPS)

Return On Asset (ROA) merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba. *Return On Equity* (ROE) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu. Semakin tinggi return atau penghasilan yang diperoleh semakin baik kedudukan pemilik perusahaan. *Earning Per Share* (EPS) adalah ukuran keuangan yang menunjukkan seberapa besar laba bersih perusahaan yang tersedia untuk setiap lembar saham yang beredar. Semakin tinggi *Earning Per Share* (EPS), semakin banyak laba yang dihasilkan per lembar saham.

Alasan peneliti menggunakan *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Earning Per Share* (EPS) sebagai pengukur kinerja keuangan perusahaan adalah karena memiliki relevansi yang signifikan dalam analisis keuangan perusahaan untuk menghasilkan laba (Nurhasanah, 2016). Dari

fenomena yang terjadi dengan pertumbuhan PDB sebesar 4,90%, *Return On Asset* (ROA) dapat memberikan gambaran tentang seberapa efisien perusahaan menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba. Sementara *Return On Equity* (ROE) memperlihatkan seberapa baik perusahaan memanfaatkan modal pemegang saham untuk mendapatkan laba. Kedua rasio ini memberikan pemahaman yang mendalam mengenai efisiensi dan kelayakan investasi perusahaan dari sudut pandang keuangan. Sedangkan *Earning Per Share* (EPS) memberikan gambaran langsung tentang laba yang bisa diperoleh oleh para pemegang saham untuk setiap lembar saham yang mereka miliki (Nurhasanah, 2016). Dengan menjadi salah satu industri dengan kontribusi ekspor tertinggi, EPS memberikan gambaran tentang keuntungan yang dapat dinikmati oleh para pemegang saham per saham yang dimiliki.

Dengan menggunakan ketiga indikator, analisis keuangan menjadi lebih komprehensif karena bisa menunjukkan bagaimana perusahaan mengelola operasi, sumber daya, dan keuntungan bagi pemegang saham (Nurhasanah, 2016). Ini membantu pengambilan keputusan investasi yang tepat dan evaluasi kinerja perusahaan secara menyeluruh.

Beberapa penelitian terdahulu telah mencoba untuk mengungkapkan pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Bhernadha et al (2017) membuktikan bahwa 1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA), 2. *Corporate Social*

Responsibility (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return On Equity* (ROE).

Penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo & Meiranto (2017) membuktikan bahwa 1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif terhadap *Return On Asset* (ROA), 2. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif terhadap *Return On Equity* (ROE), 3. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Earning Per Share* (EPS). Sementara penelitian yang dilakukan oleh (Pamungkas & Winarsih, 2020) membuktikan bahwa 1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA), 2. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return On Equity* (ROE), 3. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Earning Per Share* (EPS).

Penelitian yang dilakukan oleh (Pratiwi et al., 2020) membuktikan bahwa 1. CSR tidak memiliki pengaruh terhadap *Return On Asset* (ROA), 2. CSR tidak memiliki pengaruh terhadap *Return On Equity* (ROE). Sementara penelitian lain yang dilakukan oleh (Waaqi'ah et al., 2021) membuktikan bahwa 1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif terhadap ROA (*Return on Asset*) 2. *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif terhadap ROE (*Return On Equity*).

Berdasarkan penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang bervariasi sehingga peneliti termotivasi untuk melakukan pengujian kembali tentang

pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian ini menggunakan Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2020-2022. Alasan peneliti memilih Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman karena proses produksi makanan dan minuman seringkali menghasilkan limbah cair yang mengandung zat-zat berbahaya seperti limbah organik, deterjen, dan bahan kimia lainnya. Jika tidak dikelola dengan baik, ini dapat mencemari lingkungan dan berdampak pada kesehatan dan kesejahteraan masyarakat.

Penelitian sejenis telah banyak dilakukan, namun terdapat perbedaan dari penelitian terdahulu yaitu perbedaan pada objek dan periode penelitian. Penelitian sebelumnya oleh (Waaqi'ah et al., 2021) menggunakan Perusahaan Manufaktur sebagai objeknya dengan periode penelitian tahun 2018-2019. Sedangkan penelitian ini menggunakan Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman sebagai objeknya dengan periode penelitian tahun 2020-2022.

Pengukuran pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menggunakan indikator *Global Reporting Initiative* Standar 2021 (GRI Standar 2021) yang merupakan hasil pembaruan dari revisi GRI Standar 2016.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2020 – 2022).**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap *Return On Asset* (ROA) ?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap *Return On Equity* (ROE) ?
3. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap *Earning Per Share* (EPS) ?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih fokus, terarah dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, maka peneliti membatasi masalah yang ada dalam skripsi ini. Adapun batasan-batasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menggunakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel independen dalam pengujian terhadap kinerja keuangan perusahaan.
2. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel dependen yaitu *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE) dan *Earning Per Share* (EPS) sebagai pengukur kinerja keuangan perusahaan.
3. Penelitian ini hanya dilakukan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022, tidak membahas perusahaan sektor lain.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Asset* (ROA)
2. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Equity* (ROE)
3. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Earning Per Share* (EPS)

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang dapat dijadikan acuan mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang pentingnya penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) agar dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan serta mendapat citra yang baik dimata masyarakat dan investor. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan berinvestasi pada perusahaan yang tepat dan memiliki kepedulian lingkungan sosial yang baik.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori dan Pengertian Variabel

2.1.1 *Stakeholder Theory*

Teori *stakeholder* pertama kali dikemukakan oleh Freeman (1984), ia mengatakan bahwa kinerja perusahaan dipengaruhi oleh para pihak terkait yang memiliki kepentingan di dalamnya. *Stakeholder* merupakan semua pihak baik internal maupun eksternal yang dapat mempengaruhi maupun dipengaruhi oleh perusahaan secara langsung maupun tidak langsung. Seperti: pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan (Purnaningsih, 2018).

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan adalah entitas yang beroperasi bukan hanya untuk kepentingan perusahaan itu sendiri akan tetapi harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder*. Kuatnya dukungan *stakeholder* terhadap aktivitas perusahaan dapat meningkatkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan (Saputri, 2020). Jika perusahaan kurang memperhatikan *stakeholder*-nya maka perusahaan akan mengalami kesulitan dalam mendapatkan dukungan sumber daya untuk mencapai tujuannya yaitu menghasilkan laba yang optimal (Prasetyo & Meiranto, 2017). Dalam penelitian ini digunakan teori *stakeholder*, karena teori ini mampu menjelaskan hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya.

2.1.2 Legitimasi Theory

Teori legitimasi pertama kali dikemukakan oleh Dowling & Pfeffer (1975), ia menyatakan bahwa legitimasi dapat dipandang sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan agar mampu bertahan hidup atau survive. Legitimasi merupakan sistem manajemen yang berfokus pada penyelarasan perusahaan dengan masyarakat, pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Teori legitimasi didasarkan pada teori kontrak sosial yaitu adanya hubungan timbal balik dalam kehidupan sosial masyarakat dimana keduanya saling mempengaruhi (Massubagiyo & Widyawati, 2022).

Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Dengan adanya penerimaan dari masyarakat diharapkan dapat meningkatkan citra perusahaan, sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan (Kurnia, 2018). Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan akan terus berupaya untuk memastikan aktivitas operasionalnya selalu berada pada batasan dan norma yang berlaku di masyarakat (Siregar & Herawati, 2020).

2.1.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

2.1.3.1 Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut WBCSD (*World Business Council for Sustainable Development, 2000*), mengemukakan *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau tanggung jawab sosial perusahaan sebagai “*Corporate social responsibility is the commitment of business to contribute to sustainable economic development, working with employees, their families, the local community and society at large*

to improve their quality of life”, yang berarti suatu komitmen dalam bisnis yang berkontribusi dalam mengembangkan ekonomi yang berkelanjutan, pekerja dalam perusahaan, keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat yang luas dalam rangka untuk dapat memperbaiki kualitas hidup.

(Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas) pasal 1 ayat 3 menyatakan bahwa “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggungjawab sosial perusahaan adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum. *Corporate social responsibility* (CSR) merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk kontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Parengkuan, 2017).

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu komitmen bisnis dari sebuah perusahaan sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan dan sosial serta mensejahterakan masyarakat.

2.1.3.2 Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Perusahaan yang menjalankan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek tetapi turut berkontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitar dalam jangka Panjang. Menurut (Susanto, 2009) dari sisi perusahaan terdapat berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari menjalankan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR), yaitu:

1. Mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan yang tidak pantas yang diterima perusahaan
2. Sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis
3. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan, karena karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi yang baik, yang secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya
4. CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para stakeholder-nya.
5. Meningkatkan penjualan seperti yang terungkap dalam riset Roper Search Worldwide, yaitu bahwa konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan tanggung jawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik.

2.1.3.3 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), adalah proses di mana perusahaan menyediakan informasi terkait dengan kegiatan sosial dan lingkungan yang mereka lakukan. Ini melibatkan pembagian informasi kepada berbagai pemangku kepentingan, seperti pemegang saham, karyawan, konsumen, pemerintah, dan masyarakat umum, tentang berbagai inisiatif dan praktik yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi tanggung jawab sosialnya.

Corporate Social Responsibility (CSR) terbagi menjadi 3 unsur antara lain: lingkungan, ekonomi dan sosial.

1. Lingkungan

CSR Lingkungan adalah bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang berfokus pada dampak operasional perusahaan terhadap lingkungan. Praktik CSR ini melibatkan upaya untuk mengurangi dampak negatif terhadap alam, menjaga keberlanjutan sumber daya alam, dan mendukung pelestarian lingkungan. Ini meliputi pengelolaan limbah, penggunaan sumber daya alam yang berkelanjutan, penghijauan, dan pengurangan emisi karbon.

2. Sosial

CSR Sosial melibatkan keterlibatan perusahaan dalam membangun kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat di sekitar mereka. Tujuan utama dari CSR sosial adalah memberikan dampak positif pada kehidupan sosial masyarakat dan membantu mengatasi masalah sosial yang ada. Ini bisa mencakup program-program pendidikan, kesehatan, pemberdayaan perempuan, serta dukungan terhadap komunitas lokal.

3. Ekonomi

CSR Ekonomi berfokus pada peran perusahaan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional, serta berkontribusi pada kesejahteraan ekonomi masyarakat di sekitarnya. Praktik CSR Ekonomi melibatkan upaya untuk menciptakan lapangan kerja, berinvestasi dalam pengembangan ekonomi masyarakat, dan mendukung pelaku usaha lokal.

Untuk melakukan penilaian CSR sebagai acuan, indikator yang digunakan adalah GRI Standar 2021 dengan 117 item. Indikator GRI Standar 2021 terdiri dari 3 kategori, yaitu:

GRI 1: Landasan 2021 menguraikan persyaratan yang harus dipatuhi oleh organisasi untuk membuat laporan sesuai dengan Standar GRI.

GRI 2: Pengungkapan Umum 2021 berisi pengungkapan yang digunakan oleh organisasi untuk menyediakan informasi tentang praktik pelaporan mereka dan informasi organisasi lainnya, seperti aktivitas, tata kelola, dan kebijakan mereka.

GRI 3: Topik Material 2021 memuat pengungkapan yang digunakan organisasi untuk melaporkan informasi tentang proses mereka dalam menentukan topik material, daftar topik material, dan cara mereka mengelola setiap topik material.

Masing – masing kategori tersebut dinilai 1 jika diungkapkan dan dinilai 0 jika tidak diungkapkan. Dihitung dengan membagi total pengungkapan CSR oleh perusahaan dengan jumlah item untuk perusahaan (Pamungkas & Winarsih,

2020). Indikator *Global Reporting Initiative* (GRI) ini dipilih karena merupakan pembaruan paling signifikan.

2.1.4 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar (Damirah et al., 2023)

Kinerja keuangan merupakan paradigma yang mencerminkan suatu capaian yang dilakukan oleh perusahaan untuk melihat bagaimana efisiensi dan efektivitasnya dalam memperoleh laba dan mengoperasikan suatu usahanya dalam suatu periode tertentu (Putri & Rosdiana, 2022). Dalam menjalankan bisnisnya, manajemen keuangan suatu perusahaan membutuhkan alat ukur kinerja keuangan untuk mengevaluasi perusahaan tersebut. Adapun alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE) dan *Earning Per Share* (EPS).

2.1.4.1 Return On Asset (ROA)

Return On Asset (ROA) merupakan salah satu rasio untuk mengukur profitabilitas dari kinerja yang telah dilakukan oleh perusahaan. *Return On Asset* (ROA) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan seluruh aktiva yang digunakan. Semakin kecil rasio ini, semakin kurang baik, begitu sebaliknya. Artinya rasio ini digunakan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan (Kasmir, 2016).

2.1.4.2 Return On Equity (ROE)

Return On Equity (ROE) merupakan suatu pengukuran dari penghasilan (*income*) yang tersedia bagi para pemilik perusahaan atas modal yang mereka investasikan di dalam perusahaan. Semakin tinggi return atau penghasilan yang diperoleh, semakin baik kedudukan pemilik perusahaan (Pratiwi et al., 2020).

2.1.4.3 Earning Per Share (EPS)

Earning Per Share (EPS) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan tiap lembar saham dalam menghasilkan laba (*profit*). Oleh sebab itu, calon pemegang saham, pemegang saham, dan manajemen perusahaan sangat mengharapkan tingginya pertumbuhan Earning Per Share (Pamungkas & Winarsih, 2020).

2.2 Telaah Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul	Variabel yang Diteliti	Hasil Penelitian
1	(Ramlah et al., 2016)	(CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012 - 2014	Dependen: Kinerja Keuangan <i>Return On Asset</i> (ROA) dan <i>Earning Per Share</i> (EPS) Independen: <i>Corporate</i>	1. CSR tidak berpengaruh terhadap ROA 2. CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap EPS.

			<i>Social Responsibility (CSR)</i>	
2	(Bhernadha et al., 2017)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Pada Perusahaan <i>Winner Of Sustainability Reporting Award (SRA) 2015</i> Yang Terdaftar Di PT BEI Periode 2010-2014)	<p>Dependen: Kinerja Keuangan <i>Return On Asset (ROA)</i> dan <i>Return On Equity (ROE)</i></p> <p>Independen: <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel CSR (X) berpengaruh positif signifikan terhadap ROA (Y1) 2. Variabel CSR (X) tidak berpengaruh terhadap ROE (Y2)
3	(Parengkuan, 2017)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Melalui Pojok Bursa Feb – Unsrat	<p>Dependen: Kinerja Keuangan <i>Return On Asset (ROA)</i></p> <p>Independen: <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i></p>	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> tidak berpengaruh terhadap ROA (<i>Return On Asset</i>)
4	(Prasetyo & Meiranto, 2017)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2013-2015	<p>Dependen: Kinerja Keuangan <i>Return On Asset (ROA)</i>, <i>Return On Equity (ROE)</i> dan <i>Earning Per Share (EPS)</i></p> <p>Independen: <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap <i>Return On Asset (ROA)</i> 2. Pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap ROE 3. Pengungkapan CSR tidak memiliki

				pengaruh terhadap EPS
5	(Padmantyo & aryati, 2018)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur di BEI periode 2013-2016)	<p>Dependen: Kinerja Keuangan <i>Return On Asset</i> (ROA) dan <i>Return On Equity</i> (ROE)</p> <p>Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA 2. CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROE.
6	(Purnaningsih, 2018)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)	<p>Dependen: Kinerja Keuangan <i>Return On Asset</i> (ROA) dan <i>Return On Equity</i> (ROE)</p> <p>Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap ROE (<i>Return on Equity</i>) 2. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap ROA (<i>Return on Asset</i>) 3. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) tidak berpengaruh terhadap ROS (<i>Return on Sales</i>)
7	(Siregar & Herawati, 2020)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap	<p>Dependen: Kinerja Keuangan <i>Return On Asset</i> (ROA)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengungkapan CSR berpengaruh positif signifikan

		Kinerja Keuangan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI tahun 2014-2019)	dan <i>Return On Equity</i> (ROE) Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	terhadap <i>Return On Asset</i> (ROA) 2. Pengungkapan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Return On Equity</i> (ROE)
8	(Pamungkas & Winarsih, 2020)	Pengaruh <i>Corporate Sosial Responsibility</i> (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Dependen: Kinerja Keuangan <i>Return On Asset, Return On Equity</i> (ROE) dan <i>Earning Per Share</i> (EPS) Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	1. CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA 2. CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROE 3. CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap EPS
9	(Pratiwi et al., 2020)	Pengaruh <i>Corporate Sosial Responsibility</i> (CSR) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di BEI	Dependen: Kinerja Keuangan <i>Return On Asset</i> (ROA) dan <i>Return On Equity</i> (ROE) Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	1. CSR tidak memiliki pengaruh terhadap <i>Return On Asset</i> (ROA). 2. CSR tidak memiliki pengaruh terhadap <i>Return On Equity</i> (ROE).
10	(Cahyaningsih & Pustikaningsih, 2018)	Pengaruh <i>Corporate Sosial Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi pada Perusahaan	Dependen: Kinerja Keuangan <i>Earning Per Share</i> (EPS), <i>Return On Asset</i> (ROA),	1. CSR Berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Earning Per Share</i> (EPS)

		Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2017)	<p><i>Return On Equity (ROE)</i> dan <i>Net Profit Margin (NPM)</i></p> <p>Independen: <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i></p>	<p>2. CSR tidak berpengaruh terhadap <i>Return On Asset (ROA)</i></p> <p>3. CSR tidak berpengaruh terhadap <i>Return On Equity (ROE)</i></p> <p>4. CSR tidak berpengaruh terhadap <i>Net Profit Margin (NPM)</i></p>
11	(Waaqi'ah et al., 2021)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2018-2019	<p>Dependen: Kinerja Keuangan <i>Return On Asset (ROA)</i> dan <i>Return On Equity (ROE)</i></p> <p>Independen: <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i></p>	<p>1. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> memiliki pengaruh positif signifikan terhadap ROA (<i>Return on Asset</i>)</p> <p>2. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> memiliki pengaruh positif signifikan terhadap ROE (<i>Return On Equity</i>)</p>
12	(Massubagiyo & Widyawati, 2022)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan	<p>Dependen: Kinerja Keuangan <i>Return On Asset (ROA)</i>, <i>Return On Equity (ROE)</i> dan <i>Return On Sales (ROS)</i></p> <p>Independen:</p>	<p>1. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Return On Asset (ROA)</i></p> <p>2. <i>Corporate Social Responsibility</i></p>

			<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	(CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Return On Equity (ROE)</i> 3. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Return On Sales (ROS)</i>
13	(Putri & Rosdiana, 2022)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan selama Pandemi Covid-19	Dependen: Kinerja Keuangan <i>Return On Asset (ROA)</i> Independen: <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Return on Assets (ROA)</i>
14	(Damirah et al., 2023)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk	Dependen: Kinerja Keuangan <i>Return On Equity (ROE)</i> Independen: <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Return On Equity (ROE)</i> .

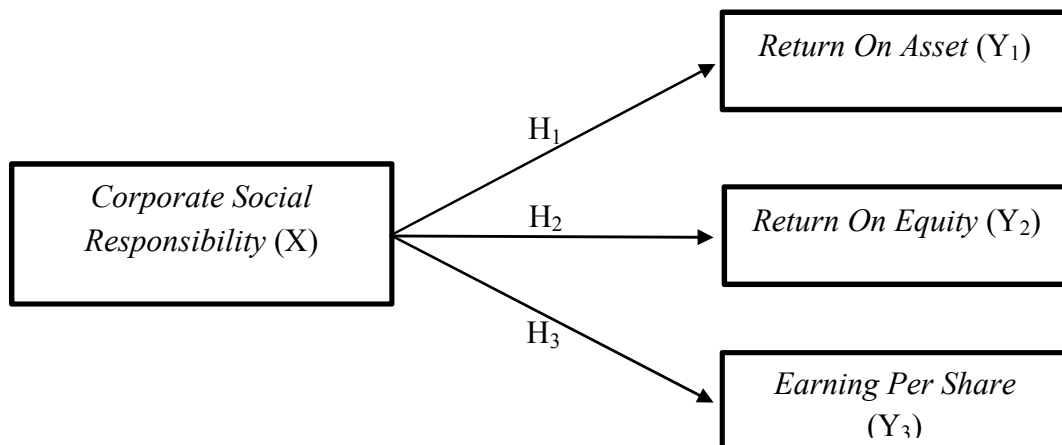
Sumber: Diolah Peneliti (2023)

2.3 Kerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Kerangka Teoritis

Kerangka teori merupakan suatu gambaran atau rencana yang berisi tentang penjelasan dari semua hal yang dijadikan sebagai bahan penelitian yang

berlandaskan pada hasil dari penelitian tersebut. Kerangka teori berisi hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lainnya. Dalam penelitian ini kerangka teoritis digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Teoritis

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

2.3.2 Pengembangan Hipotesis

2.3.2.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Asset* (ROA)

Corporate Social Responsibility dapat dipandang sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan. Perusahaan yang menjalankan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan sehingga reputasi perusahaan juga meningkat dimata masyarakat. Hal tersebut mengakibatkan masyarakat semakin mengenal produk perusahaan dan memiliki keinginan untuk menggunakan produknya. Semakin banyak produk yang terjual dipasaran maka laba perusahaan akan semakin

meningkat. Laba yang meningkat akan mempengaruhi *Return On Asset* (ROA) suatu perusahaan (Pratiwi et al., 2020).

Semakin tinggi *Return On Asset* (ROA) maka semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih. Akibatnya dapat meningkatkan daya tarik investor untuk berinvestasi (Pamungkas & Winarsih, 2020).

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Asset* (ROA) telah berhasil dibuktikan secara empiris oleh (Bhernadha et al., 2017), (Prasetyo & Meiranto, 2017), (Padmantyo & aryati, 2018), Purnaningsih (2018), Siregar & Herawati (2020), Pamungkas & Winarsih (2020) dan Waaqi'ah et al (2021) bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA). Maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

H_1 : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA)

2.3.2.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Equity* (ROE)

Perusahaan yang menjalankan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan mendapat citra positif dari masyarakat dan semakin dipercaya oleh masyarakat. Kepercayaan itu diharapkan menimbulkan kesetiaan konsumen yang dapat meningkatkan penjualan sehingga perusahaan mengalami kenaikan laba. Salah satu alat untuk mengukur profitabilitas dengan melihat tingkat *Return On Equity* (ROE). Laba yang tinggi akan berdampak pada *Return On Equity* (ROE)

yang tinggi. Investor akan menjadikan *Return On Equity* (ROE) yang tinggi sebagai salah satu pertimbangan untuk menanamkan modalnya pada perusahaan (Pamungkas & Winarsih, 2020).

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Equity* (ROE) telah berhasil dibuktikan secara empiris oleh Prasetyo & Meiranto (2017), Padmantlyo & aryati (2018), Purnaningsih (2018), Siregar & Herawati (2020), Pamungkas & Winarsih (2020), Waaqi'ah et al (2021) dan Massubagiyo & Widyawati (2022) bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return On Equity* (ROE). Maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

H₂ : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return On Equity* (ROE)

2.3.2.3 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Earning Per Share* (EPS)

Perusahaan yang menjalankan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak hanya bertujuan untuk membangun citra positif dan memperoleh kepercayaan masyarakat. Tetapi, mereka juga bertujuan untuk memperkenalkan produk dan memperkuat kesetiaan masyarakat terhadap produk perusahaan. Program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dijalankan oleh perusahaan menjadi bagian dari tanggung jawab mereka terhadap para *stakeholder*.

Earning Per Share (EPS) merupakan salah satu pengukuran yang digunakan investor untuk mengevaluasi kinerja keuangan perusahaan. Semakin

tinggi EPS, semakin besar potensi keuntungan yang bisa diperoleh oleh pemegang saham (Pamungkas & Winarsih, 2020). EPS juga digunakan dalam perbandingan kinerja antara perusahaan-perusahaan sejenis dalam industri yang sama. Ketika perusahaan meningkatkan kinerjanya, hal ini sering kali berdampak pada upaya mereka untuk memperbaiki lingkungan. Ini kemudian dapat meningkatkan citra perusahaan secara keseluruhan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Equity* (ROE) telah berhasil dibuktikan secara empiris oleh Ramlah (2016), Cahyaningsih & Pustikaningsih (2018) dan Pamungkas & Winarsih (2020) bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Earning Per Share* (EPS). Maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

H_3 : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Earning Per Share* (EPS)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2011), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020 – 2022 sebanyak 84 perusahaan.

Menurut Sugiyono (2011), “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Metode pemilihan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* yaitu tipe pemilihan sample secara tidak acak namun menggunakan pertimbangan atau kriteria tertentu. Adapun kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah :

1. Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI secara berturut – turut dari periode 2020-2022
2. Perusahaan Makanan dan Minuman yang menerbitkan Laporan Keuangan secara berturut – turut dari periode 2020-2022
3. Perusahaan Makanan dan Minuman yang mendapatkan laba secara berturut – turut dari periode 2020-2022
4. Perusahaan Makanan dan Minuman yang menerbitkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara berturut – turut dari periode 2020-2022

Tabel 3. 1 Hasil Perhitungan Sampel Penelitian

Keterangan	Jumlah
------------	--------

Populasi : Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI	84
Pengambilan Sampel Berdasarkan Kriteria (<i>Purposive Sampling</i>) :	
1. Perusahaan Makanan dan Minuman yang tidak terdaftar di BEI secara berturut – turut dari periode 2020-2022	-22
2. Perusahaan Makanan dan Minuman yang tidak menerbitkan Laporan Keuangan secara berturut – turut dari periode 2020-2022	-3
3. Perusahaan Makanan dan Minuman yang tidak mendapatkan laba secara berturut – turut dari periode 2020-2022	-20
4. Perusahaan Makanan dan Minuman yang tidak menerbitkan pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> secara berturut – turut dari periode 2020-2022	-22
Sampel Penelitian	17
Total Sampel (n x periode penelitian) (17 x 3 tahun)	51

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan kriteria – kriteria yang ditetapkan diatas, maka diperoleh 17 perusahaan yang menjadi sampel perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2022.

3.2 Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.2.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif berupa angka-angka yang ada di laporan keuangan. Selain itu, digunakan laporan tahunan (*Annual Report*) atau laporan keberlanjutan (*Sustainability Report*) perusahaan yang memuat data CSR yang diungkapkan oleh perusahaan. Sumber Data dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data yang dipublikasikan melalui website resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) atau website resmi perusahaan.

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah metode dokumentasi yaitu mengumpulkan data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022 dengan cara

mengunduh laporan tahunan (*annual report*) perusahaan melalui website Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu (www.idx.co.id) atau website resmi perusahaan.

3.2.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel Dependen (Variabel Terikat) adalah variabel yang dipengaruhi oleh Variabel Independen (Variabel Bebas). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE) dan *Earning Per Share* (EPS).

1) *Return On Asset* (ROA)

Return On Asset adalah untuk mengukur kemampuan aset perusahaan dalam menghasilkan laba (Pamungkas & Winarsih, 2020). Rumus yang digunakan untuk menghitung ROA adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Sumber: Pamungkas & Winarsih (2020)

2) *Return On Equity* (ROE)

Return On Equity adalah cara mengukur seberapa efisien sebuah perusahaan dalam memanfaatkan modal pemegang sahamnya (Pamungkas & Winarsih, 2020). Rumus yang digunakan untuk menghitung ROE adalah sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

Sumber: Pamungkas & Winarsih (2020)

3) *Earning Per Share* (EPS)

Earning Per Share adalah rasio untuk mengukur kemampuan lembar saham dalam menghasilkan laba (Pamungkas & Winarsih, 2020). Rumus yang digunakan untuk menghitung EPS adalah sebagai berikut:

$$EPS = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}} \times 100\%$$

Sumber: Pamungkas & Winarsih (2020)

2. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel Independen (Variabel Bebas) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen (Variabel terikat). Dalam penelitian ini Variabel independen yang digunakan adalah *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah wujud dari tanggung jawab sosial perusahaan untuk mengatasi kerusakan lingkungan dan kesenjangan sosial yang terjadi akibat kegiatan operasional perusahaan tersebut (Pamungkas & Winarsih, 2020). Variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* diukur menggunakan indeks GRI Standar 2021 dengan 117 item. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam Laporan Tahunan (*Annual Report*) atau Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*) perusahaan dinyatakan dalam *Corporate Social Responsibility Index (CSRI)* yang dinilai dengan membandingkan jumlah pengungkapan yang dilakukan perusahaan dengan yang ditetapkan oleh *Global Reporting Initiative (GRI)*. Dinilai 1 jika item diungkapkan dan dinilai 0 jika item tidak diungkapkan. Setelah itu, nilai dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh besarnya nilai CSR secara keseluruhan dari suatu perusahaan (Pamungkas & Winarsih, 2020). Rumus yang digunakan untuk menghitung CSR adalah sebagai berikut :

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Sumber: Pamungkas & Winarsih (2020)

Keterangan:

$CSRI_j$ = CSR Index per kategori perusahaan j

$\sum X_{ij}$ = Total pengungkapan CSR oleh perusahaan

n_j = Jumlah item untuk perusahaan j, $n_j = 117$

Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Pengukuran	Skala
<i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Corporate Social Responsibility Index (CSRI)</i>	$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$	Rasio
Kinerja Keuangan	<i>Return On Asset (ROA)</i>	$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$	Rasio
	<i>Return On Equity (ROE)</i>	$ROE = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$	Rasio
	<i>Earning Per Share (EPS)</i>	$EPS = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Jumlah Saham Beredar}} \times 100\%$	Rasio

Sumber: Pamungkas & Winarsih (2020)

3.4 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah analisis statistik yang memberikan gambaran secara umum mengenai karakteristik dari masing-masing variabel penelitian yang dilihat dari nilai maksimum, nilai minimum, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi.

3.4.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Autokorelasi

3.4.2.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi dikatakan baik apabila variabel dependen dan variabel independen berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk menguji normalitas data, dapat dilakukan dengan menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov*. Kriteria pengujian uji *Kolmogorov Smirnov* yaitu apabila nilai signifikan *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar atau sama dengan 0,05 maka data dinyatakan terdistribusi normal, sedangkan apabila nilai signifikan *Asymp. Sig. (2-tailed)* kurang dari 0,05 maka data dinyatakan tidak terdistribusi normal (Ghozali, 2018).

3.4.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik *scatterplots* berdasarkan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik – titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.4.2.3 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan nilai Durbin-Watson. Apabila nilai Durbin-Watson berada di antara dU dan 4-dU ($dU < DW < 4 - dU$), maka dapat diasumsikan bahwa model tersebut tidak terjadi autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya (Ghozali, 2018).

3.4.3 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Rumus regresi sederhana yaitu :

$$Y = a + \beta \text{ CSRI}$$

Keterangan :

Y = Kinerja Keuangan (ROA, ROE dan EPS)

a = Konstanta

β = Koefisien Regresi

CSRI = *Corporate Social Responsibility Index*

3.4.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu. Nilai koefisien determinasi menunjukkan persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen yang dinyatakan dalam R^2 . Jika nilai R^2 semakin mendekati 1 berarti semakin baik kemampuan model tersebut dalam menjelaskan variabel independen (Ghozali, 2018).

3.4.5 Uji Statistik T

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Hipotesis untuk uji t adalah sebagai berikut :

1. Membandingkan antara variabel t tabel dan t hitung
 - a. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen
 - b. Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen
2. Jika nilai probabilitas (signifikansi) $\geq 0,05$, maka variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai probabilitas $\leq 0,05$, maka variabel independen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

