

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin berkembangnya perusahaan manufaktur di Indonesia maka pengaruhnya semakin besar terhadap lingkungan sekitar dimana industri tersebut berada. Perusahaan manufaktur dalam melakukan kegiatan operasionalnya atau dalam memproduksi bahan baku menjadi barang jadi pasti akan menyisakan bahan yang tidak terpakai atau disebut limbah, jika limbah yang dihasilkan dari proses produksi tidak dikelola dengan baik oleh perusahaan atau limbah dibuang sembarangan maka lingkungan sekitar akan tercemar dan masyarakat yang tinggal disekitar perusahaan juga akan merasa tidak nyaman. Sebagai akibat perusahaan tersebut beroperasi di lingkungan masyarakat maka diharapkan perusahaan memiliki kesadaran dan tanggungjawab untuk menjaga lingkungan sekitar tempat perusahaan berada dan memberikan dampak positif terhadap masyarakat seperti penyerapan tenaga kerja dan banyak hal lainnya, alih-alih hanya untuk menghasilkan laba yang tinggi saja.

Coorporate Social Responsibility (CSR) merupakan inti dari etika bisnis, dimana suatu perusahaan juga mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham (*shareholders*), tetapi perusahaan juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*), semua itu tidak lepas dari kenyataan bahwa suatu perusahaan tidak bisa hidup, beroperasi,

dan memperoleh keuntungan tanpa bantuan dari berbagai pihak¹. Tanggungjawab terhadap kelestarian sumber daya alam, pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan sosial masyarakat bukan hanya menjadi tanggungjawab perusahaan besar saja, meskipun pada umumnya kebanyakan perusahaan yang melakukan CSR adalah perusahaan besar. Artinya perusahaan kecil pun diwajibkan untuk ikut bertanggungjawab melakukan CSR. Lemahnya Undang-Undang (UU) yang mengatur kegiatan CSR di Indonesia mengakibatkan tidak sedikit pelanggaran-pelanggaran terjadi dan mengakibatkan kerusakan lingkungan hidup yang ada. Sebagai contoh UU Nomor 23 Tahun 1997 Pasal 41 ayat 1 tentang pengelolaan lingkungan hidup menyatakan “Barangsiapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak sebesar lima ratus juta rupiah”². Pengaturan pencemaran lingkungan hidup tidak langsung mengikat sebagai tanggungjawab pidana mutlak, dan tidak menimbulkan efek jera bagi para pelaku tindakan ilegal yang merugikan masyarakat dan menimbulkan kerusakan lingkungan³.

Penerapan *corporate social responsibility* membutuhkan biaya yang cukup besar, namun dengan adanya *corporate social responsibility*, perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang jauh lebih besar dimasa mendatang, yakni investasi jangka panjang yang akan berdampak pada keberlangsungan perusahaan, dikarenakan sekarang perusahaan telah dihadapkan pada tanggungjawab yang

¹ Azhari, **Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**, Edisi Pertama Cetakan Kedua , Jakarta : Rajawali Pers, 2012

² UU No. 23 Tahun 1997 Pasal 41 ayat 1.

³Anatan L, **Corporate Social Responsibility : Tinjauan Teoritis Dan Praktik di Indonesia**, Jurnal Manajemen Maranatha 2009, hal.6

berpijak pada *triple bottom line* yakni dilihat dari aspek sosial, lingkungan dan keuangan⁴. Hal ini didukung dengan adanya UU Perseroan Terbatas No.40/2007 pasal 74 “bahwa setiap perusahaan (penanam modal) berkewajiban untuk melaksanakan tanggungjawab sosial perusahaan”⁵, dan Peraturan Pemerintah No.47 tahun 2012 tentang tanggungjawab sosial dan lingkungan Perseroan Terbatas yang diterbitkan pada bulan April 2012⁶.

Kinerja Keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan mengatur keuangannya dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan dengan baik dan benar. Seperti dengan membuat suatu laporan keuangan yang telah memenuhi standar dan ketentuan dalam SAK (Standar Akuntansi Keuangan) atau GAAP (*General Accepted Accounting Principle*), dan lainnya⁷. Kinerja keuangan perusahaan pada dasarnya diukur dengan rasio profitabilitas karena tujuan utama perusahaan di dirikan adalah untuk memperoleh laba, sehingga dengan menggunakan metode ini kita dapat mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini ROA (*Return On Assets*). ROA yaitu penilaian profitabilitas yang membandingkan laba setelah pajak dengan rata-rata total asset⁸. Selain itu, ROA memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam

⁴ Muhammad, **Pengaruh Pengungkapan Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan di Perusahaan yang Go Public**, Jurnal EKOBISTEK Vol.8, No.1, 2019, Hal.52

⁵ UU Perseroan Terbatas No.40/2007 pasal 74

⁶ Peraturan Pemerintah No.47 tahun 2012

⁷ Fahmi, **Analisis Laporan Keuangan**, Bandung: CV Alfabeta, 2013

⁸Fitri khamidah, **Analisis Kinerja Keuangan berdasarkan Rasio Profitabilitas dan Likuiditas pada Lbb Scc Surabaya**, Surabaya 2015

menggunakan aktiva untuk memperoleh laba. Semakin tinggi rasio ini, maka kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan aset yang dimiliki juga semakin baik, atau produktivitas aset perusahaan semakin baik. Hal tersebut akan menjadi kelebihan dan daya tarik bagi investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut.

Beberapa peneliti terdahulu mencoba untuk mengungkapkan pengaruh CSR dengan Kinerja Keuangan seperti oleh Nesa dan Arry yang berjudul, **“Pengaruh Pengungkapan *Coorporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Asuransi yang terdaftar Di BEI”**⁹, dengan hasil penelitian, pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA maupun ROE. Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Winnie Eveline Parengkuan yang berjudul **“Pengaruh *Coorporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur”**¹⁰, yang membuktikan bahwa *Coorporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap ROA (*Return On Asset*) perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

Penelitian oleh Herna dan Romasi dengan judul **“Pengaruh *Coorporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**, dengan hasil yang membuktikan bahwa : 1.CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan yang

⁹ Nesa dan Arry, **Pengaruh Pengungkapan *Coorporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Asuransi yang terdaftar di BEI**, e-proceeding of management: Vol.3 No.3, 2016

¹⁰ Winnie Eveline Parengkuan, **Pengaruh *Coorporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang terdaftar di BEI**. 2017

diukur dengan ROA, 2.CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan NPM¹¹.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmelia dan Windhy yang berjudul **“Pengaruh *Coorporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017”**, dengan hasil yang membuktikan bahwa : 1.CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan ROA, 2.CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan ROE, 3.CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan NPM¹². Penelitian yang dilakukan oleh Nina Dwi Hidayati (2019) dengan judul ***Coorporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Keuangan Perusahaan***¹³, dengan hasil yang membuktikan bahwa : 1. CSR berpengaruh tidak signifikan terhadap ROA, 2. CSR berpengaruh tidak signifikan terhadap ROE, 3. CSR berpengaruh signifikan terhadap EPS. Penelitian yang dilakukan oleh Aliah dkk yang berjudul, **“Pengaruh *Coorporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI*”**, dengan hasil yang membuktikan CSR tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Return On Asset (ROA)* dan *Return On Equity (ROE)*¹⁴.

¹¹ Herna dan Romasi, **Pengaruh *Coorporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.** 2018

¹² Rahmelia dan Windhy, **Pengaruh *Coorporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang terdaftar di BEI.** 2019

¹³ Nina Dwi Hidayati, ***Coorporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Keuangan Perusahaan.*** 2019.

¹⁴ Aliah dkk, **Pengaruh *Coorporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI,** Riset dan Jurnal Akuntansi, Vol.4 No.1, 2020.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang dipaparkan diatas terdapat hasil penelitian yang berbeda, maka dari itu peneliti akan menguji kembali apakah *Coorporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap kinerja keuangan dengan objek penelitian Perusahaan Manufaktur sektor industri barang dan konsumsi, subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2016-2019. Pemilihan objek penelitian subsektor makanan dan minuman ini karena limbah yang dihasilkan oleh perusahaan manufaktur tersebut seperti limbah organik meskipun mudah busuk dan terurai akan menjadi tempat yang paling disukai oleh bakteri dan efeknya menimbulkan bau busuk. Apabila tidak ditangani lebih lanjut maka limbah tersebut akan menjadi sumber penyakit yang akan menyebabkan ketidaknyamanan bagi masyarakat sekitar.

Pelaksanaan CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan, hal ini sesuai dengan pernyataan Robinson dan Pearce, “bahwa pelaksanaan tanggungjawab sosial menciptakan penghematan sehingga dapat meningkatkan laba”. Laba merupakan salah satu ukuran kinerja keuangan. Terdapat berbagai cara dalam mengukur kinerja keuangan dalam laporan keuangan, salah satunya dengan menggunakan rasio profitabilitas yang dihitung dengan *Return On Assets* (ROA).

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul, “**Pengaruh *Coorporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah : Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang diukur dengan *Return On Asset* (ROA)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan rasio *Return on Asset* (ROA).

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi dan referensi tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan rasio *return on asset*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan dalam pembuatan kebijakan bagi perusahaan agar lebih meningkatkan tanggungjawab sosialnya terhadap lingkungan sekitar perusahaan dan sebagai informasi kepada pihak manajemen perusahaan tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang dipercaya dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Stakeholder

Pendekatan stakeholder adalah keinginan untuk membangun satu kerangka kerja yang responsif terhadap masalah yang dihadapi para manager salah satunya adalah perubahan lingkungan. Stakeholder merupakan orang atau sekelompok orang yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan dalam pelaksanaan aktivitas operasi¹⁵. Stakeholder terdiri dari investor dan pemegang saham, karyawan, konsumen, pemasok, pemerintah dan komunitas.

Teori stakeholder menyatakan bahwa perusahaan adalah entitas yang beroperasi bukan hanya untuk kepentingan perusahaan itu sendiri saja tetapi juga harus memberikan manfaat kepada seluruh stakeholdernya. Teori ini juga menyatakan bahwa organisasi akan memilih secara sukarela mengungkapkan informasi tentang kinerja lingkungan, sosial dan intelektual mereka melebihi dan diatas permintaan wajibnya, untuk memenuhi ekspektasi sesungguhnya atau yang diakui oleh stakeholder. Teori stakeholder mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan memerlukan dukungan stakeholder, sehingga aktivitas perusahaan juga mempertimbangkan persetujuan dari stakeholder. Pengungkapan sosial dan lingkungan dipandang sebagai dialog antara perusahaan dengan stakeholder.

¹⁵ Rilla Gantino, **Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2014**. Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis, Vol.3 No.2 , 2016 Hal.18-31.

2.2 Teori Legitimasi

Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang atau sekelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik. Teori legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah, individu dan kelompok masyarakat.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa praktik pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan harus dilaksanakan sebaik mungkin agar nantinya aktivitas dan kinerja keuangan perusahaan mendapat respon yang baik dari masyarakat. Adapun dengan respon positif tersebut akan membuat nilai atau citra baik perusahaan dimata masyarakat dan pada akhirnya akan meningkatkan laba perusahaan. Hal ini akan menjadi keuntungan bagi perusahaan, karena nilai dan citra yang telah dibangun akan menjadi nilai positif perusahaan yang membuat investor tertarik untuk menanamkan uangnya.

2.3 *Coorporate Social Responsibility (CSR)*

2.3.1 *Definisi Coorporate Social Responsibility (CSR)*

Menurut the *World Business Council For Sustainable Development* (WBCSD) mendefinisikan *coorporate sosial reponsibility*: ***“continuing commitment by business to behave ethically and contributed to economic development while improving the quality of life workforce and their families as well as of the local community and society at large”***¹⁶.

Definisi tersebut menunjukkan tanggungjawab perusahaan (*coorporate social responsibility*) merupakan suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan

¹⁶ WBCSD, **Coorporate Social Responsibility: Meeting Changing expectation**, World Business Council For Sustainable Development. ISBN 2-94-024007-8. 1999.

ekonomi, yang bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup karyawan berikut keluarganya, sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat yang lebih luas¹⁷.

Coorporate social responsibility merupakan salah satu bidang dari akuntansi manajemen yang dihubungkan dengan wewenang yang dimiliki oleh setiap manajer¹⁸. Mardikanto menguraikan prinsip-prinsip implementasi CSR menjadi lima, yaitu :

1. Prinsip kepatuhan hukum, dalam arti perusahaan harus memahami dan mematuhi semua peraturan, lokal, internasional, yang dinyatakan secara tertulis dan tidak tertulis sesuai dengan prosedur tertentu.
2. Kepatuhan terhadap hukum adat internasional. Artinya ketika menetapkan kebijakan dan praktik yang berkaitan dengan tanggungjawab sosial, perusahaan harus mematuhi keputusan, pedoman, peraturan pemerintah, deklarasi dan atau perjanjian internasional.
3. Menghormati stakeholder terkait. Dalam arti, perusahaan harus mengakui dan menerima keberagaman stakeholder terkait dan keragaman perusahaan-mitra (besar dan kecil) dan unsur-unsur lain, yang dapat mempengaruhi stakeholder terkait.
4. Prinsip Transparansi. Artinya perusahaan harus jelas, akurat dan komprehensif, dalam menyatakan kebijakan, keputusan dan kegiatan, termasuk pengenalan terhadap potensi lingkungan dan masyarakat. Selain

¹⁷Sulistiyowati Arrin, **Pengaruh Coorporate Social Responsibility(CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dan Return Saham**, 2018, Hal.16

¹⁸Rimbun C.D sidabutar, **Akuntansi Keperilakuan**, Cetakan Pertama: Universitas HKBP Nommensen, 2016, Hal.73.

itu, informasi tersebut harus tersedia bagi orang yang terkena dampak, atau mereka yang mungkin akan terpengaruh secara material oleh perusahaan.

5. Menghormati Hak Asasi Manusia. Dalam arti, perusahaan harus melaksanakan kebijakan dan praktik yang akan menghormati hak asasi manusia yang ada dalam deklarasi HAM¹⁹.

Terdapat sembilan program kerja yang dapat dilakukan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan CSR yaitu :

1. *Employee Programs*

Karyawan merupakan aset berharga bagi perusahaan, sehingga tidak mengejutkan bagi perusahaan sangat memperhatikan pengembangan kompetensi dan kesejahteraan karyawan. Perhatian terhadap kesejahteraan karyawan perlu diperluas bukan hanya dari sisi jaminan kesehatan dan keselamatan tetapi perlu adanya perluasan program seperti *work life balance program* dan *decision making empowerment program*.

2. *Community and broader society*

Mayoritas perusahaan memiliki aktivitas dalam area ini, salah satunya adalah melalui pemberdayaan masyarakat yang intinya adalah bagaimana individu, kelompok atau komunitas berusaha mengontrol kehidupan mereka sendiri dan mengusahakan untuk membantu masa depan sesuai dengan keinginan mereka. Implementasi pemberdayaan masyarakat melalui :

¹⁹ Musa dkk, **Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan pada Bank Pembangunan Daerah Kalimantan**, Jurnal Akuntansi Multi Dimensi, Vol.2, No.2, 2019.

- a. proyek-proyek pembangunan yang memungkinkan anggota masyarakat memperoleh dukungan dalam memenuhi kebutuhan.
- b. Kampanye dan aksi sosial yang memungkinkan kebutuhan-kebutuhan tersebut dapat dipenuhi oleh pihak-pihak lain yang bertanggungjawab.

3. *Environment programs*

Program yang berkaitan dengan pemeliharaan lingkungan misalnya dengan menghasilkan produk yang aman, tidak berbahaya bagi kesehatan dan ramah lingkungan; membuat sumur resapan dan penyaluran limbah dengan baik.

4. *Reporting and communications programs*

Perusahaan mengeluarkan atau melaporkan hasil kegiatan CSRnya melalui annual CSR report sehingga terdapat bukti riil partisipasi perusahaan dalam melaksanakan tanggungjawab sosialnya.

5. *Governance or code of conduct programs*

Perusahaan menitikberatkan kegiatan sosial yang dilakukan berdasarkan sistem yang diatur oleh pemerintah. Hal utama yang harus diperhatikan adalah bagaimana stakeholder, pemerintah, masyarakat dan dunia usaha dapat membuat regulasi atau ketentuan yang disepakati bersama untuk mengefektifkan program CSR. Hal ini berarti diperlukan UU untuk mengatur CSR pada level makro seperti sasaran program CSR, standar penilaian program dan koordinasi dengan pihak yang terkait.

6. *Stakeholder engagement programs*

Upaya menciptakan “*effective engagement program*” sebagai kunci utama untuk mencapai kesuksesan strategi CSR dan *sustainability strategy*.

7. *Supplier programs*

Pembinaan hubungan yang baik atas dasar kepercayaan, komitmen, pembagian informasi antara perusahaan dengan mitra bisnisnya, misalnya melalui pengelolaan rantai pasokan atau jejaring bisnis.

8. *Customer/product stewardship programs*

Perlunya perhatian perusahaan terhadap keluhan konsumen dan jaminan kualitas produk yang dihasilkan perusahaan.

9. *Shareholder programs*

Program peningkatan “*share value*” bagi *shareholder*, karena *shareholder* merupakan prioritas bagi perusahaan²⁰.

2.3.2 Pengungkapan *Coorporate Social Responsibility* (CSR)

Pengungkapan CSR adalah suatu proses yang digunakan oleh perusahaan untuk mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan dan pengaruhnya terhadap kondisi sosial masyarakat dan lingkungan. Jenis pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) dan bersifat sukarela (*voluntary*). Pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan umumnya dilakukan secara sukarela oleh perusahaan. Hal tersebut dipengaruhi oleh hukum yang berlaku di Indonesia yang

²⁰Anatan L, Op. Cit., Hal. 2

diatur dalam Undang-Undang No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, pasal 74 ayat 1 UU diatas menjelaskan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan”²¹.

2.3.3 Manfaat *Coorporate Social Responsibility* (CSR)

CSR merupakan perwujudan kepedulian perusahaan terhadap ekonomi, sosial dan lingkungan yang didasari tiga prinsip dasar atau yang dikenal dengan *Triple bottom line* oleh Jhon Elkington, yang meliputi *profit, people* dan *planet* (3P) :

1. *Profit*

Merupakan suatu bentuk tanggungjawab yang harus dicapai perusahaan, bahkan mainstream ekonomi yang dijadikan filosofis operasional perusahaan, profit merupakan orientasi utama perusahaan.

2. *People*

Merupakan lingkungan masyarakat (*community*) dimana perusahaan berada. Mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan. Dengan demikian, *community* memiliki interrelasi kuat dalam rangka menciptakan nilai bagi perusahaan. Hampir tidak mungkin, perusahaan mampu menjalankan operasi dan bertahan tanpa didukung masyarakat sekitar. Disitulah letak terpenting dari

²¹ UU Perseroan Terbatas No.40/2007 pasal 74 ayat 1

kemauan dan kemampuan perusahaan mendekati diri dengan masyarakat melalui strategi *social corporate responsibility*.

3. *Planet*

Merupakan lingkungan fisik (sumber daya fisik) perusahaan. Lingkungan fisik memiliki signifikansi terhadap eksistensi perusahaan. Hubungan perusahaan dengan alam yang bersifat sebab akibat. Kerusakan lingkungan, eksploitasi tanpa batas keseimbangan, cepat atau lambat akan menghancurkan perusahaan dan masyarakat²².

Menurut Kotler dan Lee, partisipasi perusahaan dalam bentuk tanggungjawab sosial dapat memberikan banyak manfaat bagi perusahaan antara lain:

1. Meningkatkan penjualan dan *market share*.
2. Memperkuat *brand positioning*.
3. Meningkatkan image dan pengaruh perusahaan.
4. Meningkatkan kemampuan untuk menarik hati, memotivasi dan mempertahankan (*retain*) karyawan.
5. Menurunkan biaya operasional
6. Meningkatkan hasrat bagi investor untuk berinvestasi²³.

2.4 Kinerja Keuangan

“Kinerja keuangan adalah sesuatu yang dicapai, prestasi yang diperlihatkan, atau kemampuan kerja”²⁴. Kinerja keuangan dapat diartikan sebagai

²² Hidayati, Op.Cit, Hal.25

²³ Ardilla Mahardika Johan, **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sifat Pengungkapan Sukarela Tanggungjawab Sosial Perusahaan**. 2011.

²⁴ **Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2012.**

gambaran kondisi keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu menyangkut aspek penghimpunan dana maupun penyaluran dana, yang biasanya diukur dengan indikator kecukupan Modal, likuiditas, dan profitabilitas²⁵.

Kinerja keuangan dapat diartikan sebagai penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Penilaian kinerja keuangan merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh pihak manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya kepada para pemilik perusahaan. Dalam evaluasi kinerja keuangan tentunya memerlukan standar tertentu baik bersifat internal atau eksternal. Standar eksternal mengacu pada *competitive benchmarking* yang merupakan perbandingan perusahaan dengan pesaing utama atau industri²⁶.

2.4.1 Kecukupan Modal

Modal merupakan faktor yang sangat penting untuk menilai kinerja keuangan perusahaan. Semakin banyak dana yang dimiliki perusahaan, maka semakin efektif perusahaan dalam melakukan kegiatan operasionalnya. Dalam mengukur kecukupan modal menggunakan *capital adequacy ratio* (CAR). CAR berfungsi menampung resiko kerugian yang kemungkinan dihadapi oleh perusahaan. Semakin tinggi CAR maka semakin baik perusahaan dalam menanggung risiko dari setiap pendapatan atau pemasukan. CAR adalah rasio yang biasa digunakan dalam perusahaan perbankan.

²⁵ Yudharma dkk, **Pengaruh biaya corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan**, Jurnal Manajemen, 11(2), 2016, hal.171

²⁶ Gabriela Ahab, **Pengaruh corporate social responsibility (CSR) terhadap kinerja keuangan pada Hotel Claro Makassar**, Economic Bosowa Journal, Vol.6, 2020, Hal. 216

2.4.2 Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas adalah suatu kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rasio yang biasa digunakan dalam menganalisa rasio posisi modal kerja suatu perusahaan adalah *current ratio*, yaitu perbandingan antara jumlah aktiva lancar dengan utang lancar²⁷.

2.4.3 Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas adalah rasio yang mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan²⁸.

Sebagai alat ukur rasio profitabilitas, penelitian ini akan menggunakan rasio *Return On Assets*. ROA menggambarkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan rata-rata total aset. Menurut Syamsudin, “ROA merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan didalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia didalam perusahaan”. Rumus *Return On Assets* (ROA) adalah sebagai berikut:

²⁷ Edi dan Anggi, **Analisis Pengaruh Rasio Likuiditas, Rasio leverage, Rasio profitabilitas dan Kepemilikan Manajerial terhadap kebijakan Dividen**, Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis dan Terapan, Vol.1 No.2, 2018

²⁸ Murjana Made I, **Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan**, Jurnal Kompetitif: Media Informasi Ekonomi Pembangunan, Manajemen Akuntansi, Vol.7, 2021

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Assets}}$$

2.5 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, untuk menguji pengaruh antara CSR terhadap kinerja keuangan yang terjadi di perusahaan dengan beberapa variabel, antara lain sebagai berikut :

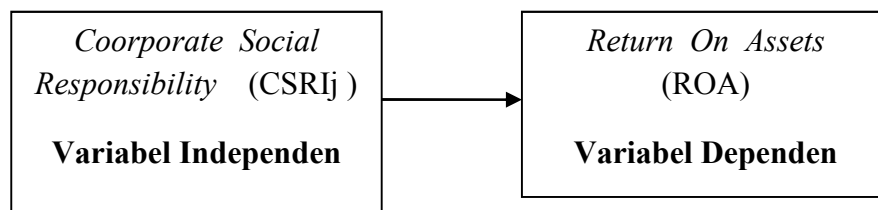
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (tahun)	Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Hasil Penelitian
1.	Nessa dan Arry (2016)	Pengaruh Pengungkapan <i>Coorporate Social Respsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Asuransi yang terdaftar Di BEI	Dependen: Kinerja Keuangan (ROA dan ROE) Independen : <i>Coorporate Social Responsibility</i>	Pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA maupun ROE
2.	Winnie Eveline Parengkuan (2017)	Pengaruh <i>Coorporate Social Responsibility</i> (CSR)	Dependen: Kinerja Keuangan (ROA) Independen : <i>Coorporate Social</i>	<i>Coorporate Social Responsibility</i> (CSR) tidak berpengaruh terhadap ROA

		Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur	<i>Responsibility</i>	(<i>Return On Asset</i>) perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI
3.	Herna dan Romasi (2018)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Dependen: Kinerja Keuangan (ROA dan NPM) Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i>	1.CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan ROA, 2.CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan NPM
4.	Rahmelia dan Windhy (2019)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap kinerja keuangan pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek	Dependen : Kinerja Keuangan (ROA, ROE, Dan NPM) Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i>	1.CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan ROA, 2.CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan ROE, 3.CSR berpengaruh

		Indonesia tahun 2013-2017		positif terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan NPM
5.	Nina Dwi Hidayati (2019)	<i>Coorporate Social Responsibility</i> (CSR) dan Kinerja Keuangan Perusahaan	Dependen: Kinerja Keuangan (ROA, ROE dan EPS) Independen : <i>Coorporate Social Responsibility</i>	1. CSR berpengaruh terhadap p ROA, 2. CSR berpengaruh tidak signifikan terhadap ROE, 3. CSR berpengaruh signifikan terhadap EPS.
6.	Aliah dkk (2020)	Pengaruh <i>Coorporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI	Dependen: Kinerja Keuangan (ROA dan ROE) Independen : <i>Coorporate Social Responsibility</i>	CSR tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Return On Asset</i> (ROA) dan <i>Return On Equity</i> (ROE).

2.6 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1
Kerangka konseptual

2.7 Pengembangan Hipotesis

Coorporate Sosial Responsibility dapat dipandang sebagai keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Secara tidak langsung dengan perusahaan melakukan CSR perusahaan melakukan investasi jangka panjang, karena dengan adanya CSR maka perusahaan perlu adanya pelatihan terhadap karyawan atau mendatangkan tenaga ahli untuk meningkatkan kinerja karyawan, dengan meningkatnya kinerja karyawan maka akan memberikan dampak positif terhadap perusahaan. Karyawan dapat melakukan inovasi produk ataupun pengelolaan manajemen sehingga pengelolaan semakin efektif, menaikkan penjualan dan mengakibatkan laba meningkat. Peningkatan laba maka akan mempengaruhi ROA perusahaan. Semakin tinggi ROA maka produktivitas aset semakin baik.

Pengaruh CSR terhadap ROA telah berhasil dibuktikan secara empiris oleh Rahmelia&Windhy (2019) Rilla (2016), Arrin (2018) dan Winardi (2019) bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. Maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *Return On Asset (ROA)*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan merupakan penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono : “Penelitian deskriptif kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”²⁹.

3.2 Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016-2019.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono : “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”³⁰. Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2016-2019.

²⁹ Sugiyono, **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**, Alfabeta , Bandung, 2018, Hal.8

³⁰ Loc.Cit Hal.81

Menurut Sugiyono : “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”³¹. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan adalah teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. Adapun kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019.
2. Perusahaan yang telah mempublikasikan laporan keuangan tahunan pada periode 31 Desember 2016-2019.
3. Perusahaan memiliki laba positif periode 2016-2019.
4. Perusahaan yang memiliki data *Coorporate Social Responsibility (CSR)*.

Berdasarkan kriteria-kriteria yang ditetapkan diatas, maka sampel penelitian sebanyak 19 perusahaan dengan rincian sebagai berikut :

Keterangan	Jumlah
Jumlah perusahaan subsektor makanan dan minuman	26
Perusahaan yang tidak memenuhi kriteria sampel	7
Perusahaan yang memenuhi kriteria dan digunakan sebagai sampel	19

Sumber : www.idx.co.id

Gambar 3.1
Populasi dan Sampel

³¹ Loc.Cit

Tabel 3.2
Sampel Penelitian

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1.	ADES	Akasha Wira International Tbk.
2.	BUDI	Budi Starch Sweetener Tbk.
3.	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk
4.	CEKA	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.
5.	CLEO	PT Sariguna Primatirta Tbk.
6.	COCO	Wahana Interfood Nusantara Tbk
7.	DLTA	Delta Djakarta Tbk.
8.	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk
9.	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk
10.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur
11.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
12.	KEJU	PT Boga Mulia Raya Tbk.
13.	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk
14.	MYOR	Mayora Indah Tbk.
15.	ROTI	PT Nippon Indosari Corpindo Tbk.
16.	SKBM	Sekar Bumi Tbk
17.	SKLT	Sekar Laut Tbk
18.	STTP	PT Siantar Top Tbk
19.	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry and Trading Company Tbk

Sumber : www.idx.co.id

3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu *Coorporate Social Responsibility* (CSR) dan variabel dependen adalah Kinerja keuangan yang diukur dengan rasio *Return On Asset* (ROA).

3.4.1 Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang dapat mempengaruhi variabel dependen dan mempunyai hubungan yang positif maupun negatif dengan variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah *coorporate social responsibility* (CSR).

CSR adalah salah satu bentuk tanggungjawab terhadap pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau shareholder) tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*). Pertanggungjawaban sosial yang dilakukan oleh suatu perusahaan dapat dilihat dari laporan tahunan perusahaan yang dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia. Indeks pengungkapan CSR berdasarkan *Standar Global Reporting Initiative* (www.globalreporting.org), yaitu sebagai berikut :

- a. Indikator Lingkungan
- b. Indikator Energi
- c. Indikator Tenaga Kerja
- d. Indikator Lain-lain Tenaga Kerja

- e. Indikator Produk
- f. Indikator Keterlibatan Masyarakat
- g. Umum

Perhitungan CSRI menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSRI diberi nilai 1 apabila diungkapkan, dan nilai 0 apabila tidak diungkapkan. Rumus yang digunakan untuk menghitung besarnya csr adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

CSRI_j : *Coorporate Social Responsibility* Index per kategori perusahaan j

$\sum X_{ij}$: 1, jika item i diungkapkan ; 0, jika item i idak diungkapkan

n_j : jumlah item untuk perusahaan j, $n_j < 78$ (Versi GRI)

3.4.2 Variabel Dependen

Variabel Dependen juga disebut variabel terikat atau variabel tidak bebas. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah Kinerja Keuangan. Menurut SAK dan GAAP, Kinerja keuangan adalah analisis untuk mengetahui sejauh mana suatu perusahaan telah menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar.

Kinerja keuangan dapat diukur dengan rasio profitabilitas. Dalam penelitian ini, rasio yang digunakan adalah rasio *Return On Asset* (ROA). Menurut Syamsudin, “ROA merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan didalam menghasilkan keuntungan dengan

jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia didalam perusahaan”. ROA dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total aset}}$$

Tabel 3.3
Defenisi operasional dan pengukuran variabel

Jenis Variabel	Nama Variabel	Definisi	Pengukuran	Skala
Independen	CSR	Bentuk tanggungjawab sosial terhadap stakeholder dan shareholder	$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$	Rasio
Dependen	ROA	Kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan dengan total aset yang dimiliki	$ROA = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total aset}}$	Rasio

3.5 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder ini bisa diakses melalui internet, penelusuran dokumen, atau publikasi

informasi. Sumber data yang digunakan adalah data yang berasal dari website Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan (<http://sahamok.com/contoh-perusahaan-manufaktur/>) untuk mengetahui perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdapat di Indonesia.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk memperoleh data yang bersifat sekunder ini adalah dengan menggunakan teknik dokumentasi yaitu dengan cara mengumpulkan data/menghimpun informasi berupa laporan keuangan perusahaan, maupun informasi lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Data yang diperoleh dengan mengunduh data laporan keuangan yang ada di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019, serta studi pustaka dan penelitian terdahulu untuk mendapatkan teori-teori yang melatarbelakangi penelitian.

3.7 Metode Analisis Data

Pengolahan data yang dilakukan dengan menggunakan program komputer, yaitu *Statistical Package for Social Science* (SPSS). Data yang terkumpul dalam penelitian ini akan dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan metode sebagai berikut :

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui karakteristik sampel yang digunakan dalam menggambarkan variabel-variabel dalam penelitian. Analisis statistik deskriptif meliputi jumlah, nilai, sampel, minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan cara untuk mengetahui apakah model regresi yang didapatkan tidak bias dan konsisten. Jika telah memenuhi asumsi klasik, berarti model regresi adalah ideal (tidak bias). Pengujian yang dilakukan adalah uji normalitas, uji multikolenieritas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi.

3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengukur apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam uji normalitas untuk variabel dalam penelitian ini menggunakan uji statistik *one-sample Kolmogorov-smirnov*. Suatu data dikatakan terdistribusi secara normal jika memiliki tingkat signifikansi diatas 0,05 dan suatu data dikatakan tidak terdistribusi secara normal jika memiliki tingkat signifikansi dibawah 0,05.

3.7.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Uji Glejser. Data akan dikatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas jika variabel bebas secara statistik signifikan berpengaruh pada absolut residual. Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada penelitian ini

apabila sig. koefisien regresi (β) dari variabel independen lebih besar dari dari $\alpha=0,05$.

3.7.2.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan 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 problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Penelitian ini menggunakan Durbin-Watson untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dengan rumus yaitu:

$$DU < DW < (4-DU)$$

DU= Durbin Upper

DW= Durbin Watson

Jika rumus di atas terpenuhi maka data dalam penelitian ini tidak terjadi gejala autokorelasi atau tidak ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada tahun sebelumnya, begitu juga sebaliknya.

3.7.3 Analisis Regresi Sederhana

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengujian regresi sederhana. Analisis regresi linear sederhana adalah

hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen

X = Variabel independen

a = Konstanta

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan).

3.7.4 Uji Hipotesis

3.7.4.1 Uji t

Uji statistik t bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Apabila angka profitabilitas. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

