

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini perusahaan dihadapkan dengan persaingan dunia yang sangat ketat seiring dengan perkembangan teknologi dalam mencapai keuntungan yang besar. Namun perusahaan sering mengabaikan kepentingan tanggung jawab sosial korporat sehingga sekarang ini perusahaan mulai berlahan-lahan memperhatikan nilai sosial. Perusahaan sadar bahwa dengan memperhatikan lingkungan sosial akan menimbulkan citra yang baik dan dapat memaksimalkan *profit* untuk perusahaan. *Profit* menjadi tujuan utama yang telah ditetapkan perusahaan, dimana *profit* merupakan kemampuan perusahaan dalam mencapai laba yang dihasilkan dalam segi kegiatan operasional maupun non operasional sehingga dapat menjaga kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Para investor berasumsi bahwa profitabilitas perusahaan menjadi daya tarik dalam berinvestasi. Rasio profitabilitas dapat menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba. Semakin besar laba yang diperoleh oleh perusahaan maka akan semakin besar perusahaan dalam membayar dividennya. Sehingga profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasi (Wahidahwati, 2002) dalam (Nawang Sari & Nugroho, 2019).

Profitabilitas menjadi faktor yang memungkinkan manajemen untuk melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial korporat yang lebih

tinggi. Perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang baik dari tingkat profitabilitas yang tinggi akan melakukan pengungkapan informasi sosial dan lingkungan untuk dapat memperoleh legitimasi dari masyarakat. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan mampu mengalokasikan biaya lebih tinggi untuk melakukan kegiatan tanggung jawab sosial korporat ini, sehingga pengungkapannya akan semakin baik dan penerimaan *return* dari investor juga semakin konsisten. Oleh karena itu, pengukuran profitabilitas perusahaan dapat dilihat dari tingkat keefektifan manajemen secara keseluruhan dan secara tidak langsung. Para penanam modal dalam jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis ini. Selain itu profitabilitas ini sangat penting bagi perusahaan bukan hanya untuk mempertahankan pertumbuhan bisnisnya tetapi juga memperkuat kondisi keuangan perusahaannya.

Salah satu analisis yang digunakan untuk mengukur profitabilitas perusahaan oleh investor adalah analisis rasio keuangan. Penelitian ini memfokuskan terhadap rasio profitabilitas dengan *Return On Asset* (ROA) sebagai indikatornya karena lebih komprehensif dalam mengukur tingkat pengembalian secara keseluruhan baik utang ataupun modal dan dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan *profit* operasi dengan total aset yang ada. Alasan memilih *Return On Asset* (ROA) karena rasio ini merupakan ukuran keseluruhan keefektifan manajemen dalam menghasilkan laba dengan aset yang tersedia disebut juga hasil atas investasi, rasio ini dapat menilai kemampuan perusahaan untuk menggunakan rata-rata aset-nya dalam menghasilkan *profit* dan rasio ini dapat menunjukkan *return* yang diterima

oleh pemilik modal dimana untuk mengukur *return* ini adalah laba bersih setelah pajak dibagi dengan total aset menurut (Batubara, 2005) dalam (Andreas, Sucahyo & Elisabeth, 2015). *Return On Asset* (ROA) juga dapat menunjukkan *profit* yang diperoleh perusahaan, karena rasio ini menggambarkan pengembalian atas aset yang dimiliki oleh perusahaan. Dan dengan melaksanakan tanggung jawab sosial korporat (CSR) ini diharapkan juga akan mampu memberikan pengaruh yang positif terhadap kinerja keuangan perusahaan demi keberlangsungan perusahaan.

Tabel 1. 1 Rasio Profitabilitas Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia IDX-IC Periode 2019-2021

No	KODE	PERUSAHAAN	ROA		
			2019	2020	2021
1	AALI	PT. Astra Agro Lestari Tbk	0,01	0,03	0,07
2	ADES	PT. Akasha Wira International	0,10	0,14	0,20
3	AISA	PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk	0,61	0,60	0,00
4	BISI	PT. Bisi International Tbk	0,11	0,09	0,12
5	BUDI	PT. Budi Starch & Sweetener Tbk	0,02	0,02	0,03
6	CAMP	PT. Campina Ice Cream Industry Tbk	0,07	0,04	0,09
7	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	0,15	0,12	0,11
8	CLEO	PT. Sariguna Primatirta Tbk	0,11	0,10	0,13
9	COCO	PT. Wahana Interfood Nusantara Tbk	0,03	0,01	0,02
10	CPIN	PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk	0,13	0,12	0,10
11	CSRA	PT. Cisadane Sawit Raya Tbk	0,02	0,05	0,15
12	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk	0,22	0,10	0,14
13	DSNG	PT. Dharma Satya Nusantara Tbk	0,02	0,03	0,05
14	FISH	PT. FKS Multi Agro Tbk	0,03	0,04	0,06
15	GOOD	PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	0,09	0,04	0,07
16	HOKI	PT. Buyung Poetra Sembada Tbk	0,12	0,04	0,01
17	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	0,14	0,07	0,04
18	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk	0,06	0,05	0,06
19	JPFA	PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk	0,07	0,05	0,07
20	KEJU	PT. Mulia Boga Raya Tbk	0,15	0,18	0,19
21	LSIP	PT. PP London Sumatra Indonesia Tbk	0,02	0,06	0,08

22	MLBI	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk	0,42	0,10	0,23
23	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk	0,11	0,11	0,06
24	ROTI	PT. Nippon Indosari Corporindo Tbk	0,05	0,04	0,07
25	SIPD	PT. Sreeya Sewu Indonesia Tbk	0,03	0,01	0,01
26	SKBM	PT. Sekar BumiTbk	0,00	0,00	0,02
27	SKLT	PT. Sekar Laut Tbk	0,06	0,05	0,10
28	SMAR	PT. SMART Tbk	0,03	0,04	0,07
29	SSMS	PT. Sawit Sumbermas Sarana Tbk	0,00	0,05	0,11
30	STTP	PT. Siantar Top Tbk	0,17	0,18	0,16
31	TBLA	PT. Tunas Baru Lampung Tbk	0,04	0,04	0,04
32	TGKA	PT. Tigaraksa Satria Tbk	0,14	0,14	0,14
33	ULTJ	PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk	0,16	0,13	0,17

Sumber : www.idx.co.id

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa tidak semua perusahaan di industri makanan dan minuman selalu mengalami peningkatan laba. Hal ini terjadi karena masih kurangnya kesadaran perusahaan terhadap biaya yang akan dikeluarkan untuk tanggung jawab sosial korporat (CSR) yang mungkin bisa menjadi salah satu faktor penyebab turunnya profitabilitas perusahaan. Padahal biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk tanggung jawab sosial korporat adalah biaya yang dapat mendorong perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu laba yang maksimal. Tetapi kenyataannya masih banyak perusahaan yang belum maksimal dalam menerapkan tanggung jawab sosial korporat (CSR).

Menurut Daniri (2008) dalam Kristi (2013) mengatakan bahwa :

Tanggung jawab sosial korporat (CSR) adalah sebuah ide yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line* atau nilai perusahaan melainkan

harus berpijak pada *triple bottom line* yaitu memperhatikan isu ekonomi, sosial dan lingkungan.¹

Triple bottom line reporting adalah laporan yang memberikan informasi tentang pelaksanaan aktivitas ekonomi, sosial, dan lingkungan dari sebuah entitas. Apabila prinsip *triple bottom line reporting* dapat diimplementasikan dengan baik, maka akan menunjukkan bahwa akuntabilitas perusahaan tidak hanya untuk pelaksanaan aktivitas ekonomi mereka, tetapi juga untuk pelaksanaan aktivitas sosial dan lingkungan menurut (Deegan, 2004) dalam (Kristi, 2013). Dengan demikian, prinsip *triple bottom line reporting* dapat mengakomodasi kepentingan *stakeholder* secara luas.

Tanggung jawab sosial korporat (CSR) ini merupakan bagian dari akuntansi pertanggungjawaban sosial yang digunakan untuk mengkomunikasikan informasi sosial kepada para *stakeholder* yang disebut dengan pengungkapan tanggung jawab sosial korporat (CSR). Pengungkapan tanggung jawab sosial korporat (CSR) ini biasanya dilaporkan dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan yang dianggap sebagai media komunikasi terbaik bagi pihak eksternal. Indikator yang digunakan untuk menghitung pengungkapan tanggung jawab sosial korporat berdasarkan pedoman *Global Reporting Initiative* (GRI) generasi empat (G4) dengan 91 item pengungkapan CSR. Berdasarkan pedoman GRI G4, ada 3 indikator pengungkapan tanggung jawab sosial korporat (CSR) yang menjadi fokus utama

¹Agata Aprinda Kristi, **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Publik Di Indonesia**, Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya, 2013, Hal. 1.

yaitu pertama indikator kinerja ekonomi terdiri dari 9 item, dimana kinerja ekonomi adalah indikator pengungkapan CSR yang menganalisis dampak ekonomi dalam perusahaan yang berhubungan secara langsung dengan sistem ekonomi lokal, nasional bahkan global. Yang kedua adalah indikator kinerja lingkungan terdiri dari 34 item, dimana kinerja lingkungan merupakan mekanisme bagi perusahaan untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan ke dalam aktivitas operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*. Dan yang ketiga adalah indikator kinerja sosial terdiri dari 48 item, dimana kinerja sosial ini adalah indikator yang menganalisis sosial perusahaan yang terdiri dari tenaga kerja, hak asasi manusia, tanggung jawab produk dan masyarakat (Nawang Sari & Nugroho, 2019).

Tanggung jawab sosial korporat memegang peran penting di dalam perusahaan karena merupakan strategi bisnis dan investasi jangka panjang bagi korporat. Penerapan tanggung jawab sosial korporat adalah menjadi salah satu kewajiban perusahaan dalam rangka mengurangi dampak negatif dari kegiatan operasional perusahaan terhadap lingkungan. Tanggung jawab sosial korporat yang dilakukan oleh perusahaan pada umumnya akan berpengaruh terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan. Walaupun ada biaya yang harus dikeluarkan perusahaan, namun akan memberikan dampak positif bagi perusahaan di mata masyarakat. Secara tidak langsung masyarakat akan tertarik untuk memakai produk dari perusahaan tersebut dan perusahaan juga akan diminati oleh para investor, sehingga akan meningkatkan profitabilitas perusahaan (Prasetyorini & Suhermin, 2018).

Kegiatan pengungkapan tanggung jawab sosial korporat (CSR) ini pada awalnya merupakan kegiatan berdasarkan kerelaan (*voluntary disclosure*) dan bukan berdasarkan paksaan. Kegiatan yang awalnya bersifat filantropis kemudian diatur dengan keluarnya peraturan yang mewajibkan kegiatan CSR yaitu Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Undang-Undang ini mewajibkan bagi perseroan yang terkait dengan sumber daya alam untuk memasukkan perhitungan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai biaya yang dianggarkan secara patut dan wajar. Pelanggaran terhadap hal tersebut akan dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Rimbun C.D Sidabutar, 2020). Pelaporan pengungkapan tanggung jawab sosial korporat dilakukan oleh berbagai perusahaan yang melakukan kegiatan CSR sebagai bukti dan juga informasi bila perusahaan tersebut benar-benar melakukan sesuatu dalam rangka peduli dan ikut berperan serta dalam kegiatan yang bertujuan meningkatkan dampak positif pada kelompok sosial. Melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial korporat sangatlah penting, terutama dalam perusahaan yang kegiatan bisnisnya bergerak di bidang pemanfaatan sumber daya alam seperti perusahaan makanan dan minuman.

Dalam penelitian ini, peneliti akan mengkhususkan sampel pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021 sesuai klasifikasi industri baru yaitu *IDX Industrial Classification* (IDX-IC). Pengkhususan sampel dapat menghindari hasil penelitian yang bias, dikarenakan perbedaan karakteristik perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) IDX-IC. Perusahaan makanan dan minuman ini salah satu bagian dari sektor industri

di Bursa Efek Indonesia (BEI) IDX-IC. Perusahaan makanan dan minuman merupakan perusahaan yang proses produksinya membutuhkan bahan produksi dari alam. Oleh karena itu, perusahaan makanan dan minuman mempunyai tanggung jawab terhadap kelestarian sumber daya alam dan juga bertanggung jawab atas dampak yang terjadi di lingkungan sekitarnya akibat dari kegiatan bisnis yang dilakukan perusahaan. Perusahaan makanan dan minuman ini juga sangat dibutuhkan oleh masyarakat karena produk yang dihasilkan oleh industri tersebut sudah menjadi kebutuhan utama yang dikonsumsi oleh masyarakat dan tidak akan berubah bahkan dalam kondisi perekonomian memburuk atau membaik pun masyarakat tetap membutuhkan produk makanan dan minuman ini. Selain itu, perusahaan makanan dan minuman juga lebih banyak menyajikan informasi pengungkapan kegiatan tanggung jawab sosial korporat (CSR) khususnya untuk item yang berhubungan dengan aspek ekonomi, lingkungan dan sosial. Dimana ketiga item ini yang lebih banyak diungkapkan oleh perusahaan makanan dan minuman sesuai dengan kebutuhan peneliti. Untuk itu peneliti tertarik untuk memilih perusahaan makanan dan minuman sebagai sampel penelitian.

Hubungan pengungkapan tanggung jawab sosial korporat (CSR) dengan profitabilitas adalah pengungkapan tanggung jawab sosial korporat biasanya dijadikan sebagai strategi dalam mengurangi risiko atas dampak dari kegiatan operasional yang dilakukan korporat untuk dapat menarik *stakeholders* sehingga dapat meningkatkan profitabilitas. Pelaksanaan pengungkapan tanggung jawab sosial korporat ini memberikan banyak manfaat yaitu menurunkan biaya operasional

perusahaan, meningkatkan volume penjualan dan pangsa pasar, menarik calon investor melalui citra positif yang tercipta dan lain sebagainya. Reputasi perusahaan menjadi perhatian oleh calon investor yang dapat dinilai dari profitabilitas perusahaan sehingga perlu dijaga untuk mendukung keberlangsungan hidup perusahaan. Melalui pengungkapan tanggung jawab sosial korporat diharapkan mampu mencapai tujuan utama perusahaan yaitu mencari laba tanpa mengabaikan kepentingan *stakeholders* dan kelestarian lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab atas dampak yang telah ditimbulkan akibat kegiatan operasional perusahaan (Rosdwianti, AR & Z.A, 2016).

Profitabilitas adalah indikator yang tepat untuk mengukur kinerja perusahaan, banyak faktor yang mempengaruhi profitabilitas, baik secara langsung ataupun secara tidak langsung. Aktivitas tanggung jawab sosial korporat adalah langkah perusahaan meningkatkan profitabilitas secara tidak langsung dengan meningkat reputasi perusahaan, namun berdasarkan hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengaruh tanggung jawab sosial korporat terhadap profitabilitas perusahaan berdasarkan 3 fokus indikator pengungkapan belum memberikan hasil konsisten. Diantaranya, penelitian yang dilakukan oleh Isna Ardila & Novi Fadhila (2017) yang meneliti tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas dengan *Good Corporate Governance* sebagai variabel moderating perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016 menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) ekonomi tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA), *Corporate Social Responsibility* (CSR) sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return On Asset*

(ROA) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) lingkungan berpengaruh signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA). Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ratih Prasetyorini & Suhermin (2018) yang meneliti tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas perusahaan sektor properti yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016 menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* dimensi ekonomi mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap *Return On Asset* (ROA), *Corporate Social Responsibility* dimensi lingkungan mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap *Return On Asset* (ROA), dan *Corporate Social Responsibility* dimensi sosial mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap *Return On Asset* (ROA).

Adapun penelitian yang meneliti mengukur profitabilitas berdasarkan *Net Profit Margin* (NPM) yang dilakukan oleh Fitri Ella Fauziah (2015) dimana penelitian tersebut meneliti tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap kinerja keuangan perusahaan non keuangan yang listing di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2012 menemukan bahwa kinerja ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Net Profit Margin* (NPM), kinerja lingkungan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Net Profit Margin* (NPM) dan kinerja sosial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Net Profit Margin* (NPM), namun penelitian yang dilakukan oleh Rima Dewi Nawangsari & Paskah Ika Nugroho (2019) yang meneliti tentang Pengaruh indikator kinerja ekonomi, indikator kinerja lingkungan dan indikator kinerja sosial terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur CV. Suien Insan Persada tahun 2015-2017 hasil penelitiannya menemukan

bahwa Kinerja ekonomi berpengaruh positif dan tidak terlalu signifikan terhadap NPM, kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap NPM dan kinerja sosial berpengaruh positif dan tidak terlalu signifikan terhadap NPM.

Berdasarkan penelitian terdahulu, penelitian ini menggunakan *Return On Asset* (ROA) untuk mengukur profitabilitas karena *Return On Asset* (ROA) fokus pada kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari kegiatan perusahaan dan mampu memprediksi kemampuan perusahaan dalam jangka panjang dengan mempertimbangkan keuntungan dari periode sebelumnya dan pada umumnya juga profitabilitas diukur dengan menggunakan *Return On Asset* (ROA) (Anthoni & Yusuf, 2022). *Return On Asset* (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan pentingnya kontribusi aset terhadap pendapatan bersih. Semakin tinggi pengembalian aset, semakin besar jumlah laba bersih yang dihasilkan oleh setiap aset.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah terkait dengan objek penelitian, periode penelitian dan variabel yang digunakan. Dari beberapa temuan sebelumnya yang mengamati pengaruh tanggung jawab sosial korporat (CSR) terhadap profitabilitas perusahaan berdasarkan 3 fokus indikator pengungkapan masih belum menunjukkan hasil yang konsisten. Hal inilah yang akan menjadi *research gap* dalam penelitian ini untuk mereplikasi dan mengembangkan penelitian dengan mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial korporat berdasarkan 3 fokus indikator pengungkapan yaitu indikator kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Penelitian berdasarkan 3 indikator pengungkapan masih belum banyak yang melakukan karena penelitian terdahulu lebih banyak yang

melakukan penelitian berdasarkan indeks pengungkapan secara keseluruhan sehingga ini sangat menarik dan perlu dilakukan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan *research gap* tersebut dan peneliti mencoba untuk melakukan penelitian dengan sektor yang berbeda untuk lebih banyak memperbanyak referensi teori.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan untuk melihat seberapa tinggi kesadaran perusahaan untuk melakukan dan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya serta melihat sejauh mana pengaruh tanggung jawab sosial korporat (CSR) terhadap profitabilitas maka penulis tertarik mengangkat judul **PENGARUH PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL KORPORAT TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2019-2021)**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Korporat (CSR) Kinerja Ekonomi berpengaruh terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2021?
2. Apakah Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Korporat (CSR) Kinerja Lingkungan berpengaruh terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2021?

3. Apakah Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Korporat (CSR) Kinerja Sosial berpengaruh terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2021?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kinerja Ekonomi terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2021.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2021.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kinerja Sosial terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2021.

1.4 Manfaat Penelitian

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

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kajian ilmu pengetahuan khususnya dibidang akuntansi atas pengaruh

pengungkapan tanggung jawab sosial korporat terhadap profitabilitas perusahaan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Dimana hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan wawasan pengetahuan tentang masalah yang diteliti sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas terkait dengan pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial korporat terhadap profitabilitas, mengenai kesesuaian fakta yang ada dengan teori yang diperoleh.

b. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan tahunan perusahaan dan sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepedulian terhadap lingkungan sosial.

c. Bagi akademisi

Penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang pengaruh tanggung jawab sosial korporat terhadap profitabilitas serta dapat menjadi bahan referensi dan dapat memberikan informasi dalam melakukan penelitian yang sejenis dan juga dapat menjadi bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

BAB II LANDASAN

TEORI

2.1 Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Menurut Rustiarini (2011) dalam Pristianingrum (2017) mengemukakan bahwa **“teori *stakeholder* menyatakan bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* yang mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh kegiatan perusahaan”**.² Teori stakeholder menjelaskan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan (Ghozali dan Chariri, 2007) dalam (Panjaitan, 2015). Pengungkapan tanggung jawab sosial korporat dapat menjadi strategi perusahaan untuk memenuhi kepentingan para *stakeholders* akan informasi non keuangan perusahaan terkait dampak ekonomi, lingkungan dan sosial yang timbul dari adanya aktivitas perusahaan. Semakin baik pengungkapan tanggung jawab sosial korporat akan membuat *stakeholders* memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala kegiatannya yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan mencapai laba yang diharapkan menurut Mariani (2019).

²Nurfina Pristianingrum, **Pengaruh Ukuran, Profitabilitas, Dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia**, Magister Akuntansi Universitas Jember, 2017, Hal. 355.

Teori *stakeholders* dapat digunakan untuk menemukan hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial korporat dengan kinerja perusahaan yang dapat dilihat dalam profitabilitas. Di dalam teori *stakeholders* menjelaskan bahwa *stakeholder* pada dasarnya memiliki kemampuan untuk dapat mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Sebab itu, kekuatan *stakeholder* dapat ditentukan oleh besar kecilnya kekuatan yang dimiliki *stakeholder* atas sumber tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007) dalam (Sitorus dan Mangoting, 2014). Kekuatan tersebut adalah kemampuan untuk membatasi pemakaian sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), kemampuan untuk mengurus perusahaan dan kemampuan untuk mempengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan (Ghozali dan Chariri, 2007) dalam (Sitorus dan Mangoting, 2014). Sebab itu, ketika *stakeholder* perusahaan mulai mengendalikan sumber ekonomi yang penting untuk perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan memberikan kepuasan untuk *stakeholdernya*. Salah satu cara reaksi yang dilakukan perusahaan untuk memuaskan *stakeholdernya* adalah dengan cara memberikan kinerja keuangan yang baik dari perusahaan. Tujuan dari penilaian kinerja keuangan adalah untuk mengetahui tingkat profitabilitas perusahaan, yaitu seberapa besar perusahaan telah menghasilkan laba selama periode tertentu.

Alasan penggunaan teori *stakeholder* dalam penelitian ini karena penelitian menggunakan variabel pengungkapan tanggung jawab sosial korporat (CSR) yang terdiri dari kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial yang semakin besar modal dalam perusahaan dalam aktivitas lingkungan yang diungkapkan didalam

laporan tahunan (*annual report*) maka akan semakin baik citra perusahaan dimata *stakeholder* maupun pengguna laporan keuangan lainnya. Dengan adanya citra positif tersebut, maka akan menarik perhatian dari para *stakeholder* maupun masyarakat pengguna laporan keuangan. Jika kinerja lingkungan perusahaan meningkat akan semakin baik juga kinerja ekonomi dan kinerja sosial perusahaan tersebut, sehingga pasar akan merespon secara positif melalui fluktuasi harga saham yang diikuti oleh meningkatnya *return* saham perusahaan. Sehingga banyak investor berminat untuk membeli saham perusahaan untuk menanamkan investasinya (Kusmiyatun & Ramadhani, 2018).

2.2 Tanggung Jawab Sosial Korporat (*Corporate Social Responsibility*)

2.2.1 Pengertian Tanggung Jawab Sosial Korporat (*Corporate Social Responsibility*)

Pertama kali munculnya konsep Tanggung Jawab Sosial Korporat atau dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) karena adanya ketidakpercayaan masyarakat terhadap suatu perusahaan. Istilah tanggung jawab sosial korporat (CSR) mulai digunakan sejak tahun 1970-an dan Meskipun konsep tanggung jawab sosial korporat saat ini sangat populer, namun belum menemukan keseragaman dalam mendefinisikan konsep tanggung jawab sosial korporat. Hal ini dikarenakan pengungkapan dan penjabaran tanggung jawab sosial korporat (CSR) yang dilakukan perusahaan berbeda-beda. Oleh karena itu, dibawah ini beberapa defenisi tanggung jawab sosial korporat (CSR) dalam buku Sukrisno dan I Cenik Ardana (2018) mendefinisikan CSR yaitu :

- a. Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) mengemukakan bahwa :

Tanggung jawab sosial korporat (CSR) adalah komitmen bisnis untuk secara terus menerus berperilaku etis dan berkontribusi dalam pembangunan ekonomi serta meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, masyarakat lokal, serta masyarakat luas pada umumnya.³

- b. Menurut Uni Eropa (EU Green Paper on CSR) mengatakan bahwa :

CSR adalah suatu konsep dimana perusahaan mengintegrasikan perhatiannya pada masyarakat dan lingkungan dalam operasi bisnisnya serta dalam interaksinya dengan para pemangku kepentingan secara sukarela.⁴

- c. Menurut Elkington mengemukakan bahwa :

Tanggung jawab sosial korporat mencakup tiga dimensi, yang lebih populer dengan singkatan 3P, yaitu : mencapai keuntungan (*profit*) bagi perusahaan, memberdayakan masyarakat (*people*), dan memelihara kelestarian alam/bumi (*planet*).⁵

Konsep tanggung jawab sosial korporat (CSR) sebenarnya ingin memadukan 3 fungsi perusahaan secara seimbang diikuti dengan 3P yang dikemukakan oleh Elkington dalam buku Sukrisno dan I Cenik Ardana (2018) yaitu :

- a. **Fungsi Ekonomis**
Fungsi ini adalah fungsi tradisional perusahaan, yaitu : untuk memperoleh keuntungan (Profit) bagi perusahaan (yang sebenarnya merupakan kepentingan pemilik perusahaan).
- b. **Fungsi Sosial**
Perusahaan menjalankan fungsi ini melalui pemberdayaan manusianya, yaitu para pemangku kepentingan (*people/stakeholders*) baik pemangku kepentingan primer maupun pemangku kepentingan sekunder. Selain

³ Sukrisno Agoes dan I Cenik Ardana, **Etika Bisnis dan Profesi**, Edisi Revisi : Salemba Empat, Jakarta, 2018, Hal. 89.

⁴ Sukrisno Agoes dan I Cenik Ardana, **Ibid**, Hal. 90.

⁵ Sukrisno Agoes dan I Cenik Ardana, **Loc.Cit**

itu, melalui fungsi ini perusahaan berperan menjaga keadilan dalam membagi manfaat dan menanggung beban yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan.

c. **Fungsi Alamiah**

Perusahaan berperan dalam menjaga kelestarian alam (planet/bumi). Perusahaan hanya merupakan salah satu elemen dalam sistem kehidupan di bumi ini, bila bumi ini dirusak, maka seluruh bentuk kehidupan di bumi ini (manusia, hewan, dan tumbuh-tumbuhan) akan terancam musnah. Bila tidak ada kehidupan, bagaimana mungkin akan ada perusahaan yang masih bertahan hidup.⁶

Menurut Rimbun C.D Sidabutar (2020) mengemukakan bahwa:

Tanggung jawab sosial korporat ini sudah diatur didalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Undang-Undang ini mewajibkan bagi perseroan yang terkait dengan sumber daya alam untuk memasukkan perhitungan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai biaya yang dianggarkan secara patut dan wajar. Pelanggaran terhadap hal tersebut akan dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.⁷

Dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 pasal 66 ayat (2) tentang perseroan terbatas mengenai tanggung jawab sosial korporat telah ditulis mengenai kewajiban dari perusahaan untuk mengungkapkan atau melaporkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan (*annual report*), tetapi masih sedikit perusahaan yang menerapkan. Pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan (*annual report*) yang tertuang didalam Undang-Undang telah mewajibkan bagi korporat, namun tidak tertulis secara detail mengenai item-item apa saja yang harus dilakukan untuk melaporkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Shahnia & Davianti, 2021).

⁶ Sukrisno Agoes dan I Cenik Ardana, **Op.Cit**, Hal. 90

⁷ Rimbun C.D Sidabutar, **Akuntansi Keperilakuan**, Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas HKBP Nommesen Medan, 2020, Hal. 127.

2.2.2 Prinsip Tanggung Jawab Sosial Korporat

Menurut David Crowther (2010) dalam Nayenggita, Raharjo & Resnawaty (2019) menyatakan bahwa identifikasi aktivitas CSR dibagi menjadi 3 prinsip utama yaitu :

1. ***Sustainability* (Keberlanjutan)**
2. ***Accountability* (Pertanggung Jawaban)**
3. ***Transparency* (Keterbukaan)⁸**

Berikut ini akan dijelaskan lebih luas masing-masing elemen dari prinsip-prinsip tanggung jawab sosial korporat (CSR) diatas.

1. ***Sustainability* (Keberlanjutan)**

Didalam prinsip ini berkaitan dengan tindakan yang dilakukan sekarang yang dikemudian hari dapat berdampak atau berpengaruh terhadap langkah-langkah yang dapat kita ambil di masa depan. Dalam sustainability ini terdapat 7 isu strategi yaitu pertumbuhan yang berkelanjutan, merubah kualitas pertumbuhan, pemenuhan kebutuhan yang esensi, pemeliharaan dan peningkatan basis sumber daya, orientasi teknologi & mampu mengatur resiko dan yang terakhir menggabungkan lingkungan dan ekonomi dalam pengambilan keputusan.

2. ***Accountability* (Pertanggung Jawaban)**

Dalam sebuah organisasi mengenali setiap kegiatan yang langsung maupun tidak langsung yang berdampak pada lingkungan luar atau diartikan sebagai

⁸ Gina Bunga Nayenggita, Santoso Tri Raharjo, & Risna Resnawaty, **Praktik Corporate Social Responsibility (CSR) Di Indonesia**, Jurnal Pekerjaan Sosial Universitas Padjajaran, Vol. 2, No. 1, 2019, Hal. 63.

bertanggung jawab atas tindakan yang dilakukan. Konsep ini berlaku dengan mengkuatifikasikan akibat apa saja yang dapat timbul dari tindakan yang diambil baik internal organisasi maupun eksternal.

3. *Transparency* (Keterbukaan)

Sebuah prinsip dimana dampak eksternal dilaporkan secara nyata tanpa disembunyikan.

2.2.3 Tujuan Tanggung Jawab Sosial Korporat

Perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial korporat (CSR) harus diarahkan dalam upaya meningkatkan *triple botton line* perusahaan, yaitu sosial, ekonomi, dan lingkungan.

Menurut Gramedia Blog.com mengemukakan bahwa :

Tujuan tanggung jawab sosial korporat (CSR) adalah agar perusahaan dapat melakukan pembangunan dan peningkatan pada tiga *triple botton line* tersebut. Tiga *triple bottom line* sebagai berikut :

1. *People* (Sosial)

People atau masyarakat mengacu kepada beragam inisiatif sosial yang membentuk strategi CSR dari perusahaan. Sebagai contoh pemberian yang dilakukan perusahaan, keterlibatan masyarakat, dan berbagai upaya perusahaan untuk melakukan peningkatan kualitas hidup *stakeholder*, baik internal maupun eksternal

2. *Planet* (Lingkungan)

Planet atau lingkungan mengacu kepada dampak ekologis atau lingkungan dan praktik lingkungan dari sebuah perusahaan. Sebagai contoh melakukan upaya reboisasi didaerah perusahaan beroperasi, menutup lubang-lubang bekas galian tambang, hingga pengembalian fungsi tanah bekas tambang.

3. *Profit* (Keuntungan)

Profit atau keuntungan tidak hanya didapatkan oleh sebuah perusahaan, namun keuntungan juga dirasakan oleh masyarakat secara umum. Sebagai contoh, perusahaan dan masyarakat sama-sama mendapatkan

keuntungan dari keberhasilan perusahaan, masyarakat sekitar bisa membuka usaha di sekitar perusahaan dan sebagainya.⁹

2.2.4 Manfaat Tanggung Jawab Sosial Korporat

Menurut Pratiwi, Nurulrahmatia & Muniarty (2020) tanggung jawab sosial korporat (CSR) memiliki manfaat yaitu :

1. **Manfaat tanggung jawab sosial korporat (CSR) bagi masyarakat yaitu :**
 - a. **Meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan kelestarian lingkungan**
 - b. **Adanya beasiswa untuk anak tidak mampu di daerah tersebut**
 - c. **Meningkatkan pemeliharaan fasilitas umum**
 - d. **Adanya pembangunan desa atau fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada.**

2. **Manfaat tanggung jawab sosial korporat (CSR) bagi perusahaan sebagai berikut :**
 - a. **Mempertahankan dan mendorong reputasi serta citra merek perusahaan**
 - b. **Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial**
 - c. **Mereduksi resiko bisnis perusahaan**
 - d. **Melebarkan akses sumber daya bagi operasional perusahaan**
 - e. **Mereduksi biaya misalnya terkait dengan dampak pembuangan limbah**
 - f. **Memperbaiki hubungan dengan stakeholder¹⁰**

2.3 Pengertian Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Korporat

Menurut Hackston dan Milne (1996) dalam Pratiwi, Nurulrahmatia & Muniarty (2020) berpendapat bahwa :

Pengungkapan tanggung jawab sosial korporat sering disebut juga sebagai *Corporate Social Responsibility Disclosure* yang merupakan proses

⁹ Umam, **Pengertian CSR : Sejarah, Prinsip, Tujuan, Manfaat, dan Contohnya**, Gramedia Blog.com, 2021, <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-csr/>, diakses 02 Mei 2022 jam 10.42

¹⁰ Aliah Pratiwi, Nafisah Nurulrahmatia & Puji Muniarty, **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di BEI**, Riset & Jurnal Akuntansi, Vol. 4, No. 1, 2020, Hal. 98.

pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.¹¹

Pengungkapan yang dimaksudkan dalam hal ini adalah pengungkapan informasi yang dibutuhkan oleh pihak yang berkepentingan. Pengungkapan tanggung jawab sosial korporat (CSR) merupakan sebuah informasi yang menjelaskan bentuk pertanggung jawaban atas dampak dari aktivitas operasi yang dilakukan perusahaan dirasakan oleh masyarakat baik internal maupun eksternal lingkungan perusahaan (Sofa, 2010) dalam (Solikhah, 2022). Tujuannya agar perusahaan dapat menjalankan tanggung jawab sosialnya pada periode tertentu. Hasil dari penerapan CSR yang dilaksanakan perusahaan berupa tanggung jawab sosial pada periode tertentu yang dimuat dalam laporan keuangan tahunan perusahaan.

Pengungkapan oleh perusahaan publik, pada dasarnya terdiri dari pengungkapan wajib dan pengungkapan sukarela. Pengungkapan wajib adalah pengungkapan informasi yang diatur oleh badan pembuat standar dan regulator lainnya, aturan ini berupa persyaratan minimal pengungkapan yang harus dipenuhi oleh perusahaan-perusahaan publik. Sedangkan pengungkapan sukarela adalah pengungkapan diluar yang diwajibkan, merupakan pilihan bebas manajemen perusahaan publik untuk memberikan informasi akuntansi dan reformasi lainnya yang dipandang relevan sebagai dasar pengambilan keputusan oleh para pemakai (Kusmiyatun & Ramadhani, 2018).

2.4 Indikator Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Korporat

¹¹ Aliah Pratiwi, Nafisah Nurulrahmatia & Puji Muniarty, **OP.Cit**, Hal. 97

Salah satu standar pedoman pelaporan keberlanjutan pengungkapan tanggung jawab sosial korporat yang digunakan yaitu *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI didirikan oleh organisasi Amerika Serikat tahun 1997 dengan tujuan mengembangkan pedoman yang berlaku secara global untuk pelaporan kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial. Dasar pedoman tersebut dibuat agar laporan mengenai *sustainability report* suatu perusahaan dapat dibandingkan, diukur, dan dinilai sesuai dengan kepentingan *stakeholder*.

Menurut Hadianto (2013) dalam Beureukat (2019) mengemukakan bahwa :

***Global Reporting Initiative* (GRI) adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia dan menggunakan kerangka laporan berkelanjutan sebagai bentuk komitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan diseluruh dunia.¹²**

Global Reporting Initiative (GRI) ini dapat mendorong penerapan pelaporan keberlanjutan sebagai cara bagi perusahaan dan organisasi agar menjadi lebih berkelanjutan dan berkontribusi pada ekonomi global yang berkelanjutan. Misi GRI ini adalah untuk membuat pelaporan keberlanjutan menjadi standar agar semua perusahaan dan organisasi dapat melaporkan kinerja dan dampak ekonomi, lingkungan, sosial, dan tata kelola mereka. GRI membuat pedoman keberlanjutan tidak berbayar (Rosdwianti, AR & Z.A, 2016).

2.4.1 Kinerja Ekonomi (*Economic Performance*)

¹² Beureukat, Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderating Pada perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia, Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 14, No. 1, 2018, Hal.34

Kinerja ekonomi diungkapkan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Pada era perekonomian pasar yang disertai dengan terbentuknya kondisi kinerja ekonomi yang baik, efisien, dan membawa keuntungan besar bagi perusahaan tetapi juga perlu disertai adanya perilaku kinerja ekonomi berkualitas etis yaitu bentuk tanggung jawab sosial korporat secara baik. Kinerja ekonomi adalah kinerja perusahaan-perusahaan secara relatif berubah dari tahun ke tahun dalam satu industri yang sama yang ditandai dengan *return* perusahaan (Almilia & Wijayanto, 2007) dalam (Haholongan, 2016).

Terdapat tiga pokok pikiran mengenai hubungan antara tanggung jawab sosial korporat dengan kinerja ekonomi. Pertama, pokok pikiran yang menggambarkan kebijakan konvensional, berpendapat bahwa terdapat biaya tambahan yang signifikan dan akan menghilangkan peluang perolehan laba untuk melaksanakan tanggung jawab sosial, sehingga akan menurunkan profitabilitas. Kedua, biaya tambahan khusus untuk melaksanakan tanggung jawab sosial akan menghasilkan dampak netral terhadap profitabilitas. Hal ini disebabkan tambahan biaya yang dikeluarkan akan tertutupi oleh keuntungan efisiensi yang ditimbulkan oleh pengeluaran biaya tersebut. Dan yang ketiga, pokok pikiran yang memprediksi bahwa tanggung jawab sosial korporat berdampak positif terhadap profitabilitas (Haholongan, 2016). Indikator kinerja ekonomi terdiri dari 9 item, dimana kinerja ekonomi adalah indikator pengungkapan CSR yang menganalisis dampak ekonomi dalam perusahaan yang berhubungan secara langsung dengan sistem ekonomi lokal, nasional bahkan global.

2.4.2 Kinerja Lingkungan (*Environment Performance*)

Masalah lingkungan yang ditimbulkan dari kegiatan operasi perusahaan berupa perusakan lingkungan dari perusahaan seperti perusahaan makanan dan minuman, yang mendorong munculnya praktik akuntansi lingkungan sebagai alat pertanggungjawaban atau akuntabilitas publik atas usaha yang dilakukan perusahaan. Kinerja lingkungan adalah mekanisme bagi perusahaan untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder*, yang melebihi tanggung jawab organisasi dibidang hukum (Suratno & Mutmainah, 2006) dalam (Haholongan, 2016). Indikator kinerja lingkungan terdiri dari 34 item.

Perusahaan yang memberikan perhatian terhadap lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab dan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan. Masyarakat yang tinggal di sekitar perusahaan berkepentingan terhadap dampak sosial dan lingkungan yang berasal dari kegiatan perusahaan. Adanya kesadaran perusahaan menetapkan kinerja lingkungan secara baik sebenarnya merupakan bentuk sekaligus titik temu antara kepentingan perilaku etis perusahaan dan esensi strategi pembangunan berkelanjutan yaitu dengan melalui langkah mengintegrasikan antara pembangunan ekonomi, sosial, kemasyarakatan dan lingkungan hidup (Haholongan, 2016).

2.4.3 Kinerja Sosial (*Social Performance*)

Sampai saat ini masih terjadi pro dan kontra mengenai penerapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penerapan tanggung jawab sosial korporatt akan mendatangkan beberapa keuntungan. Pertama, perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial berakibat meningkatkan reputasi yang baik bagi perusahaan yang

bersangkutan. Konsumen biasanya memberikan penilaian yang baik terhadap perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosial korporat, sehingga konsumen cenderung membeli produk atau jasa dari perusahaan-perusahaan yang mempunyai reputasi baik. Indikator kinerja sosial terdiri dari 48 item, dimana kinerja sosial ini adalah indikator yang menganalisis sosial perusahaan yang terdiri dari tenaga kerja, hak asasi manusia, tanggung jawab produk dan masyarakat.

Adanya sejumlah keuntungan jika perusahaan peduli dan melaporkan informasi pengungkapan tanggung jawab sosial korporat (CSR) dalam pelaporan keuangan tahunan perusahaan. Keuntungan dalam melaporkan kinerja sosial yaitu dapat meningkatkan akuntabilitas dan apresiasi dari pihak investor, kreditur dan konsumen, meningkatkan komitmen dan produktivitas karyawan, dan dapat meningkatkan reputasi perusahaan. Tetapi jika dilihat dari biaya akan berbeda, aktivitas sosial akan menjadi suatu kewajiban periodik sama seperti membayar pajak sehingga beban perusahaan juga akan meningkat. Semuanya akan berdampak pada laba bersih akan menurun maka perusahaan yang sudah merugi akan semakin merugi. Kinerja sosial dalam penelitian diprosikan dengan sejumlah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan melakukan CSR seperti biaya pemberian bantuan sembako kepada fakir miskin, pemberian bantuan sarana ibadah, pemberian bantuan perlengkapan sekolah daerah terpencil dan kesejahteraan karyawan (Pratama, dkk., 2017) dalam (Mariani & Suryani, 2018).

2.5 Profitabilitas

Menurut Munawir (2004) dalam Beureukat (2019) mengemukakan bahwa **“profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam periode waktu tertentu”**¹³. Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan sumber daya yang ada, seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya. Perusahaan pada umumnya menginginkan laba yang besar, karena laba merupakan bagian terpenting dalam menopang keberlangsungan hidup perusahaan, selain itu keuntungan yang besar akan menjadi tolak ukur dan pertimbangan bagi investor dan kreditor untuk menanamkan sahamnya menurut (Rahmadiyahanti dan Mawar, 2020).

Profitabilitas juga merupakan daya tarik utama bagi pemegang saham karena profitabilitas adalah hasil yang diperoleh melalui usaha manajemen atas uang yang diinvestasikan para pemegang saham dan juga menggambarkan pembagian laba yang menjadi haknya yaitu seberapa banyak diinvestasikan kembali dan seberapa banyak yang dibayarkan sebagai dividen tunai maupun dividen saham kepada mereka. Profitabilitas adalah faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan mudah untuk mengungkapkan pertanggung jawab sosial korporat kepada pemegang saham. Semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin tinggi pula pengungkapan informasi pertanggung jawaban sosial perusahaan menurut (Kusumadilaga, 2010) dalam (Oktariko, 2018).

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan adalah :

¹³ Beureukat, **Ibid**, Hal. 33

1. Untuk menghitung atau mengukur laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
3. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri
4. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Menurut (Pratiwi, Nurulrahmatia & Muniarty, 2020)

Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur profitabilitas diantaranya adalah :

- a. *Gross Profit Margin*
- b. *Operating Profit Margin*
- c. *Net Profit Margin*
- d. *Return On Asset*
- e. *Return On Equity*
- f. *Return On Investment*
- g. *Earning Per Share* (Pratiwi, Nurulrahmatia & Muniarty, 2020)

Dalam penelitian ini, profitabilitas diproksikan dengan menggunakan *Return On Asset* (ROA). Menurut Sudana (2009) dalam Beureukat (2019) mengemukakan bahwa **“Return On Asset adalah rasio yang menunjukkan kemampuan**

perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan seluruh aset yang dimiliki”.¹⁴

Menurut Batubara (2005) dalam Andreas, Sucahyo & Elisabeth (2015) Pemilihan *Return on Asset* (ROA) sebagai ukuran rasio profitabilitas dengan beberapa alasan yaitu :

1. Rasio ini merupakan ukuran keseluruhan keefektifan manajemen dalam menghasilkan laba dengan aset yang tersedia disebut juga hasil atas investasi.
2. Rasio ini dapat menilai kemampuan perusahaan untuk menggunakan rata-rata aset-nya dalam menghasilkan *profit*.
3. Rasio ini dapat menunjukkan, *return* yang diterima oleh pemilik modal dimana untuk mengukur return ini adalah laba bersih setelah pajak dibagi dengan total aset.¹⁵

2.6 *Return On Asset* (ROA)

Menurut Permanasari (2010) dalam Andreas, Sucahyo & Elisabeth (2015) menyatakan bahwa :

***Return On Asset* (ROA) adalah salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktivitas yang digunakan untuk aktivitas operasi perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aset yang dimilikinya.¹⁶**

Semakin tinggi *Return On Asset* (ROA) maka semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih. Akibatnya akan meningkatkan daya tarik investor kepada perusahaan karena tingkat pengembalian (dividen) akan semakin besar. Hal tersebut juga akan berdampak baik pada harga saham dari perusahaan.

¹⁴ Ibid

¹⁵ Hans Hananto Andreas, Usil Sis Sucahyo & Delima Elisabeth, *Corporate Social Responsibility Dan Profitabilitas*, Jurnal Manajemen, Vol. 15, No. 1, 2015, Hal. 124.

¹⁶ Ibid

ROA membantu perusahaan menjalankan praktik akuntansi dengan baik karena untuk mengukur efisiensi penggunaan modal yang menyeluruh, sehingga dapat diketahui risiko dan posisi keuangan perusahaan. Rumus yang digunakan untuk ROA adalah :

$$\text{Return On Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

2.7 Hasil Penelitian Terdahulu

Untuk membantu proses peneliti ini, penulis juga mencari informasi dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial korporat terhadap profitabilitas perusahaan yaitu seperti tabel dibawah ini :

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Peneliti	Judul	Variabel Peneliti	Metode	Hasil Penelitian
1	Grace Christy Taruli Sitorus & Yenni Mangoting (2014)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Profit Perusahaan Consumer Goods Di Indonesia 2010-2012	Variabel Dependen : <i>Net Profit Margin</i> (NPM) Variabel Independen : -Ekonomi -Lingkungan -Sosial	Analisis Regresi Linear berganda	-Pengungkapan ekonomi tidak berpengaruh terhadap NPM -Pengungkapan lingkungan tidak berpengaruh terhadap NPM -Pengungkapan sosial tidak berpengaruh terhadap NPM
2	Fitri Ella Fauziah (2015)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> Terhadap Kinerja	Variabel Dependen : <i>Net Profit Margin</i> (NPM) Variabel	Analisis Regresi Linear Berganda	-Kinerja ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap NPM -Kinerja lingkungan

		Keuangan Perusahaan Non Keuangan Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2012	Independen : -Kinerja Ekonomi -Kinerja Lingkungan -Kinerja Sosial		berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap NPM -Kinerja sosial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap NPM
3	Isna Ardila & Novi Fadhila (2017)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Profitabilitas Dengan <i>Good Corporate Governance</i> Sebagai Variabel Moderating	Variabel Dependen : <i>Return On Asset</i> (ROA) Variabel Independen : -Ekonomi -Sosial -Lingkungan	Analisis Regresi Linear Berganda	-CSR ekonomi tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA -CSR sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA -CSR lingkungan berpengaruh signifikan terhadap ROA
4	Ratih Prasetyorini & Suhermin (2018)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Profitabilitas Perusahaan Sektor Properti Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016	Variabel Dependen : <i>Return On Asset</i> (ROA) Variabel Independen : -Dimensi Ekonomi -Dimensi Lingkungan -Dimensi Sosial	Analisis Regresi Linear Berganda	-CSR dimensi ekonomi mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap ROA -CSR dimensi lingkungan mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap ROA -CSR dimensi sosial mempunyai

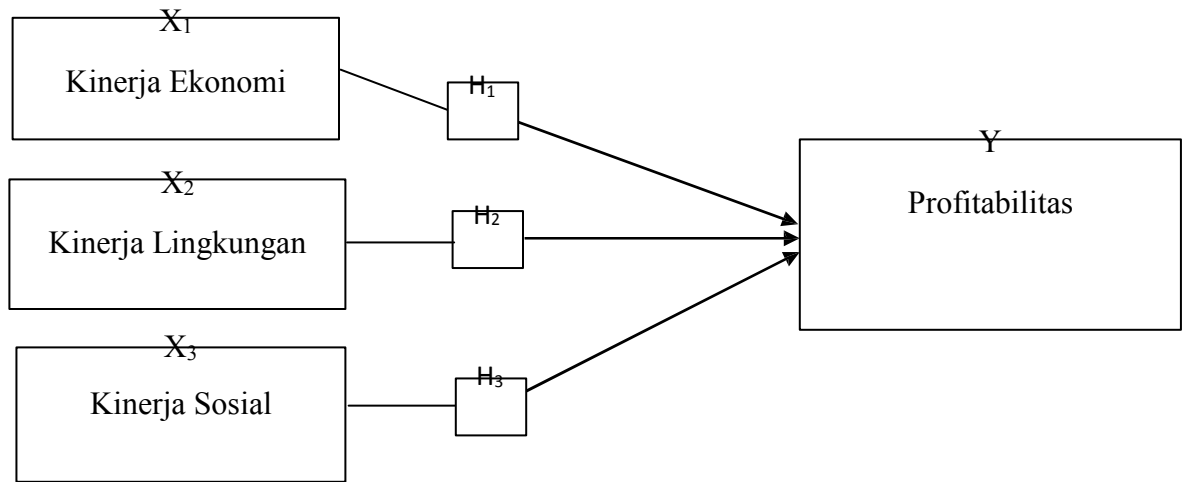
					pengaruh signifikan dan positif terhadap ROA
5	Rima Dewi Nawangsari & Paskah Ika Nugroho (2019)	Pengaruh Indikator Kinerja Ekonomi, Indikator Kinerja Lingkungan Dan Indikator Kinerja Sosial Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur CV. Suien Insan Persada Tahun 2015-2017	Variabel Dependen : <i>Net Profit Margin</i> (NPM) Variabel Independen : -Kinerja Ekonomi -Kinerja Lingkungan -Kinerja Sosia	Analisis Deskriptif Kualitatif	-Kinerja ekonomi berpengaruh positif dan tidak terlalu signifikan terhadap NPM -Kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap NPM -Kinerja sosial berpengaruh positif dan tidak terlalu signifikan terhadap NPM
6	Nurul Ajeng Shahniah & Arthik Davianti (2021)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Profitabilitas (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Periode	Variabel Dependen : <i>Return On Equity</i> (ROE) Variabel Independen : -Aspek Ekonomi -Aspek Sosial -Aspek Lingkungan	Regresi Linear berganda	-Pengungkapan aspek ekonomi <i>Corporate Social Responsibility</i> secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ROE -Pengungkapan aspek sosial <i>Corporate Social Responsibility</i> secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan

		2018-2019)			terhadap ROE - Pengungkapan aspek lingkungan <i>Corporate Social Responsibility</i> secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ROE
--	--	------------	--	--	--

Sumber : Google Scholar

2.8 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini variabel dependen atau terikat adalah profitabilitas, sedangkan variabel independen atau bebas adalah Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Korporat yang terdiri dari kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Adapun kerangka pemikiran mengenai hubungan variabel dependen dengan variabel independen dapat dibuat dalam Gambar 2.1



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.9 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, maka dapat dikembangkan perumusan hipotesis sebagai berikut :

1. Pengaruh Pengungkapan Tangung Jawab Sosial Korporat Kinerja Ekonomi Terhadap Profitabilitas

Tanggung jawab ekonomi sering disalah artikan hanya karena membahas mengenai masalah keuangan perusahaan saja. Kegiatan ekonomi dalam CSR juga membahas mengenai seluruh dampak ekonomi dari operasional perusahaan. Misalnya dampak kepada komunitas lokal dan perusahaan lain yang berpengaruh terhadap operasional perusahaan. Profitabilitas adalah alat ukur dari kinerja keuangan perusahaan. Pengukuran ini dimungkinkan apabila laba yang didapat perusahaan

dalam periode tertentu tinggi maka kinerja keuangan dari perusahaan tersebut juga semakin baik dan juga sebaliknya (Shania & Davianti, 2021).

Indikator pengungkapan aspek ekonomi yaitu keberadaan pasar, dampak ekonomi tidak langsung dan praktek pengadaan. Perolehan dan distribusi ekonomi langsung meliputi pendapatan, biaya operasi, donasi, investasi dari stakeholder dapat berpengaruh pada profitabilitas perusahaan. Kebijakan pasar yang efektif, pemasok lokal operasi pasar yang menumbuhkan ekonomi dapat berdampak pada profitabilitas perusahaan. Dengan demikian hipotesis yang dirumuskan adalah :

H₁ : Pengungkapan kinerja ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

2. Pengaruh Pengungkapan Tangung Jawab Sosial Korporat Kinerja Lingkungan Terhadap Profitabilitas

Risiko lingkungan yang ditimbulkan dari dampak aktivitas operasional perusahaan dapat berasal dari internal maupun eksternal perusahaan. Kegiatan operasional yang berisiko terhadap kelestarian alam yaitu masalah pembuangan limbah, pemanfaatan dan pembuangan air, pengaruh pemakaian energi, dan juga masalah yang berdampak langsung dengan keanekaragaman hayati disekitar operasi perusahaan. Pengungkapan kinerja lingkungan bertujuan untuk membuat citra perusahaan baik dimata masyarakat. Apabila perusahaan memiliki citra yang baik, investor akan lebih tertarik untuk menanamkan modal pada perusahaan yang akan berdampak pada kenaikan nilai saham dan meningkatkan profitabilitas perusahaan (Shania & Davianti, 2021).

H₂ : Pengungkapan kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

3. Pengaruh Pengungkapan Tangung Jawab Sosial Korporat Kinerja Sosial Terhadap Profitabilitas

Dalam sebuah bisnis, terdapat pihak-pihak yang membantu dalam kesuksesan perusahaan yaitu karyawan, investor, masyarakat, pelanggan, konsumen dan lain -lain yang terlibat didalamnya. Kegiatan yang dilakukan perusahaan yaitu memberi hak dari karyawan, memberi tunjangan kepada karyawan, memberi bantuan saat terjadi bencana dan memberikan informasi mengenai produk atau jasa dengan benar kepada konsumen. Dengan melakukan pengungkapan kinerja sosial, perusahaan dapat mengurangi komentar yang tidak baik atas dampak yang ditimbulkan dari kegiatan operasionalnya. Perusahaan juga dapat memberikan rasa percaya masyarakat dalam memanfaatkan produk atau jasa dari perusahaan, sehingga penjualan dan nilai saham meningkat. Oleh karena itu, akan menambah tingkat kepercayaan investor pada perusahaan sehingga tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat (Shania & Davianti, 2021).

H₃ : Pengungkapan kinerja sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Data

Adapun dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif berupa data angka-angka yang terdapat pada laporan keuangan yang telah diaudit. Penelitian ini menggunakan data laporan keuangan dengan periode tahun 2019-2021. Selain itu digunakan pula laporan tahunan (*annual report*) perusahaan yang memuat data pengungkapan tanggung jawab sosial korporat (CSR) yang diungkapkan oleh perusahaan.

3.1.2 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung dari pihak perusahaan melainkan diperoleh melalui media perantara menurut (Supomo dan Indriantoro, 2002) dalam (Winardi, 2013). Data tersebut berupa laporan keuangan tahunan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang diperoleh dari situs www.idx.co.id.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia (BEI) IDX-IC periode 2019-2021 sebanyak 72 (tujuh puluh dua) perusahaan sebagai berikut :

Tabel 3. 1
Populasi Penelitian

No	KODE	PERUSAHAAN	KRITERIA				Sampel
			1	2	3	4	
1	AALI	PT. Astra Agro Lestari Tbk	✓	✓	✓	✓	1
2	ADES	PT. Akasha Wira International Tbk	✓	✓	✓	✓	2
3	AGAR	PT. Asia Sejahtera Mina Tbk	✓	×	✓	✓	
4	AISA	PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk	✓	✓	✓	✓	3
5	ALTO	PT. Tri Banyan Tirta Tbk	✓	×	✓	✓	
6	ANDI	PT. Andira Agro Tbk	✓	×	✓	✓	
7	ANJT	PT. Austindo Nusantara Jaya Tbk	✓	×	✓	✓	
8	BEEF	PT. Estika Tata Tiara Tbk	✓	×	✓	✓	
9	BISI	PT. Bisi International Tbk	✓	✓	✓	✓	4
10	BOBA	PT. Formosa Ingredient Factory Tbk	✓	×	×	✓	
11	BTEAK	PT. Bumi Teknokultura Unggul Tbk	✓	×	✓	✓	
12	BUDI	PT. Budi Starch & Sweetener Tbk	✓	✓	✓	✓	5
13	BWPT	PT. Eagle High Plantations Tbk	✓	×	✓	✓	
14	CAMP	PT. Campina Ice Cream Industry Tbk	✓	✓	✓	✓	6
15	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	✓	✓	✓	✓	7
16	CLEO	PT. Sariguna Primatirta Tbk	✓	✓	✓	✓	8
17	CMRY	PT. Cisarua Mountain Dairy Tbk	✓	×	×	✓	
18	COCO	PT. Wahana Interfood Nusantara Tbk	✓	✓	✓	✓	9
19	CPIN	PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk	✓	✓	✓	✓	10
20	CPRO	PT. Central Proteina Prima Tbk	✓	×	✓	✓	
21	CSRA	PT. Cisadane Sawit Raya Tbk	✓	✓	✓	✓	11
22	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk	✓	✓	✓	✓	12
23	DPUM	PT. Dua Putra Utama Makmur Tbk	✓	×	✓	✓	
24	DSFI	PT. Dharma Samudera Fishing Industries Tbk	✓	×	✓	✓	
25	DSNG	PT. Dharma Satya Nusantara Tbk	✓	✓	✓	✓	13
26	ENZO	PT. Morenzo Abadi Perkasa Tbk	×	✓	✓	✓	
27	FAPA	PT. FAP Agri Tbk	✓	×	✓	✓	
28	FISH	PT. FKS Multi Agro Tbk	✓	✓	✓	✓	14
29	FOOD	PT. Sentra Food Indonesia Tbk	✓	×	✓	✓	
30	GOLL	PT. Golden Plantation Tbk	×	×	×	✓	
31	GOOD	PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	✓	✓	✓	✓	15
32	GZCO	PT. Gozco Plantations Tbk	✓	×	✓	✓	

33	HOKI	PT. Buyung Poetra Sembada Tbk	✓	✓	✓	✓	16
34	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	✓	✓	✓	✓	17
35	IKAN	PT. Era Mandiri Cemerlang Tbk	✓	×	✓	✓	
36	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk	✓	✓	✓	✓	18
37	IPPE	PT. Indo Pureco Pratama Tbk	✓	×	×	✓	
38	JAWA	PT. Jaya Agra Wattie Tbk	✓	×	✓	✓	
39	JPFA	PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk	✓	✓	✓	✓	19
40	KEJU	PT. Mulia Boga Raya Tbk	✓	✓	✓	✓	20
41	LSIP	PT. PP London Sumatra Indonesia Tbk	✓	✓	✓	✓	21
42	MAGP	PT. Multi Agro Gemilang Plantation Tbk	✓	×	✓	✓	
43	MAIN	PT. Malindo Feedmill Tbk	✓	×	✓	✓	
44	MGRO	PT. Mahkota Group Tbk	✓	×	✓	✓	
45	MLBI	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk	✓	✓	✓	✓	22
46	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk	✓	✓	✓	✓	23
47	NASI	PT. Wahana Inti Makmur Tbk	×	×	×	✓	
48	OILS	PT. Indo Oil Perkasa Tbk	✓	×	×	✓	
49	PALM	PT. Provident Agro Tbk	✓	×	✓	✓	
50	PANI	PT. Pratama Abadi Nusa Industri Tbk	✓	×	✓	✓	
51	PGUN	PT. Pradiksi Gunatama Tbk	✓	×	✓	✓	
52	PMMP	PT. Panca Mitra Multiperdana Tbk	×	✓	✓	✓	
53	PSDN	PT. Prashida Aneka Niaga Tbk	✓	×	✓	✓	
54	PSGO	PT. Palma Serasih Tbk	✓	×	✓	✓	
55	ROTI	PT. Nippon Indosari Corporindo Tbk	✓	✓	✓	✓	24
56	SGRO	PT. Sampoerna Agro Tbk	✓	×	✓	✓	
57	SIMP	PT. Salim Ivomas Pratama Tbk	✓	×	✓	✓	
58	SIPD	PT. Sreeya Sewu Indonesia Tbk	✓	✓	✓	✓	25
59	SKBM	PT. Sekar Bumi Tbk	✓	✓	✓	✓	26
60	SKLT	PT. Sekar Laut Tbk	✓	✓	✓	✓	27
61	SMAR	PT. SMART Tbk	✓	✓	✓	✓	28
62	SSMS	PT. Sawit Sumbermas Sarana Tbk	✓	✓	✓	✓	29
63	STTP	PT. Siantar Top Tbk	✓	✓	✓	✓	30
64	TAPG	PT. Triputra Agro Persada Tbk	×	✓	✓	✓	
65	TAYS	PT. Jaya Swarasa Agung Tbk	✓	×	×	✓	
66	TBLA	PT. Tunas Baru Lampung Tbk	✓	✓	✓	✓	31

67	TGKA	PT. Tigaraksa Satria Tbk	✓	✓	✓	✓	32
68	ULTJ	PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk	✓	✓	✓	✓	33
69	UNSP	PT. Bakrie Sumatera Plantations Tbk	✓	×	✓	✓	
70	WAPO	PT. Wahana Pronatural Tbk	✓	×	✓	✓	
71	WMPP	PT. Widodo Makmur Perkasa Tbk	×	✓	×	✓	
72	WMUU	PT. Widodo Makmur Unggas Tbk	×	✓	✓	✓	

Sumber : www.idx.co.id

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode purposive sampling. Metode purposive sampling adalah salah satu teknik pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai hubungan dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya menurut (Umar, 2004) dalam (Winardi, 2013). Dalam peneliti ini untuk menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan kriteria khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian.

Adapun kriteria-kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel yaitu :

1. Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) IDX-IC periode 2019-2021.
2. Perusahaan makanan dan minuman yang tidak mengalami kerugian selama periode 2019-2021.
3. Perusahaan yang melaporkan laporan keuangan selama periode 2019-2021.
4. Perusahaan yang melaporkan laporan tahunan (*annual report*) selama periode 2019-2021

Penentuan kriteria dapat dilihat dari tabel diatas. Jika perusahaan memenuhi kriteria diatas maka akan diberikan *checklist* (✓) pada kolom kriteria 1, 2, 3 dan 4 sedangkan pada kolom kriteria 1, 2, 3 dan 4 yang tidak memenuhi kriteria akan diberikan tanda *cross* (×). Berdasarkan kriteria diatas, maka jumlah sampel yang akan diteliti pada perusahaan makanan dan minuman adalah sebanyak 33 perusahaan yang memenuhi kriteria dari 72 perusahaan sebagai populasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) IDX-IC periode tahun 2019-2021. Adapun nama perusahaan tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3. 2 Perusahaan yang akan diteliti atau sampel

No	KODE	PERUSAHAAN
1	AALI	PT. Astra Agro Lestari Tbk
2	ADES	PT. Akasha Wira International Tbk
3	AISA	PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk
4	BISI	PT. Bisi International Tbk
5	BUDI	PT. Budi Starch & Sweetener Tbk
6	CAMP	PT. Campina Ice Cream Industry Tbk
7	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
8	CLEO	PT. Sariguna Primatirta Tbk
9	COCO	PT. Wahana Interfood Nusantara Tbk
10	CPIN	PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk
11	CSRA	PT. Cisadane Sawit Raya Tbk
12	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk
13	DSNG	PT. Dharma Satya Nusantara Tbk
14	FISH	PT. FKS Multi Agro Tbk
15	GOOD	PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk
16	HOKI	PT. Buyung Poetra Sembada Tbk
17	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
18	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk
19	JPFA	PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk
20	KEJU	PT. Mulia Boga Raya Tbk

21	LSIP	PT. PP London Sumatra Indonesia Tbk
22	MLBI	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk
23	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk
24	ROTI	PT. Nippon Indosari Corporindo Tbk
25	SIPD	PT. Sreeya Sewu Indonesia Tbk
26	SKBM	PT. Sekar BumiTbk
27	SKLT	PT. Sekar Laut Tbk
28	SMAR	PT. SMART Tbk
29	SSMS	PT. Sawit Sumbermas Sarana Tbk
30	STTP	PT. Siantar Top Tbk Tbk
31	TBLA	PT. Tunas Baru Lampung Tbk
32	TGKA	PT. Tigaraksa Satria Tbk
33	ULTJ	PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk

Sumber : www.idx.co.id

3.3 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional

3.3.1 Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (Variabel Independen) dan Variabel terikat (Variabel Dependen)

a. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Return On Asset* (ROA). *Return On Asset* (ROA) merupakan rasio profitabilitas perusahaan yang dibutuhkan oleh investor sebagai informasi dari kinerja perusahaan, semakin besar ROA semakin baik penilaian investor terhadap kinerja keuangan perusahaan. Rumus perhitungan ROA menurut Wijayanti et al (2011) dalam Fatah dan Haryanto (2016) yaitu :

$$\text{Return On Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

b. Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial korporat atau *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Dalam penelitian ini pengungkapan tanggung jawab sosial korporat akan dihitung dengan menggunakan indeks dalam *Global Reporting Initiative* (GRI) dengan 91 item. Ada 3 fokus indikator pengungkapan tanggung jawab sosial korporat di dalam *Global Reporting Initiative* (GRI) diantaranya : pengungkapan kinerja ekonomi, pengungkapan kinerja lingkungan dan pengungkapan kinerja sosial. Ketiga fokus pengungkapan tersebut menjadi variabel independen dalam penelitian ini. pengungkapan kinerja ekonomi sebanyak 9 item, kinerja lingkungan sebanyak 34 item dan kinerja sosial sebanyak 48 item. Penelitian ini menggunakan 3 fokus indikator pengungkapan tanggung jawab sosial korporat (CSR) GRI sebagai *proxy* variabel CSR. Pengungkapan kinerja ekonomi diukur dengan jumlah item pengungkapan kinerja ekonomi yang dilakukan perusahaan dibagi dengan total item pengungkapan kinerja ekonomi, apabila terdapat pengungkapan kinerja ekonomi didalam laporan tahunan (*annual report*) maka akan diberi nilai 1 dan apabila tidak ada maka diberi nilai 0. Pengungkapan kinerja lingkungan diukur dengan jumlah item pengungkapan kinerja lingkungan yang dilakukan perusahaan dibagi dengan total item pengungkapan kinerja lingkungan, apabila terdapat pengungkapan kinerja lingkungan didalam laporan tahunan (*annual report*) maka akan diberi nilai 1 dan apabila tidak ada maka diberi nilai 0. Dan pengungkapan kinerja sosial diukur dengan jumlah item pengungkapan kinerja sosial yang dilakukan perusahaan dibagi dengan

total item pengungkapan kinerja sosial, apabila terdapat pengungkapan kinerja sosial di dalam laporan tahunan (*annual report*) maka akan diberi nilai 1 dan apabila tidak ada maka diberi nilai 0. 3 fokus indikator pengungkapan tersebut diperoleh dari laporan tahunan perusahaan yang menjadi sampel penelitian.

3.3.2 Defenisi Operasional

Untuk lebih jelasnya, maka definisi operasional, indikator, dan skala pengukuran setiap variabel disajikan pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>Return On Asset</i> (ROA) (Y)	Rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang berasal dari aktivitas investasi	$\frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$	Rasio
Kinerja Ekonomi (X1)	Kinerja ekonomi adalah indikator pengungkapan CSR yang menganalisis dampak ekonomi dalam perusahaan yang berhubungan secara langsung dengan sistem ekonomi lokal, nasional bahkan global	$\text{CSR} = \frac{X \text{ Eco}}{n}$	Rasio
Kinerja Lingkungan (X2)	Kinerja lingkungan merupakan mekanisme bagi perusahaan untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan ke dalam aktivitas operasinya dan interaksinya dengan <i>stakeholders</i> .	$\text{CSR} = \frac{X \text{ Env}}{n}$	Rasio

Kinerja Sosial (X3)	Kinerja sosial ini adalah indikator yang menganalisis sosial perusahaan yang terdiri dari tenaga kerja, hak asasi manusia, tanggung jawab produk dan masyarakat	$\text{CSR D} = \frac{X_{\text{Soc}}}{n}$	Rasio
---------------------	---	---	-------

Sumber : Google Scholar

Keterangan :

$X_{\text{Eco, Env, Soc}}$ = Jumlah item indikator yang diungkapkan

n = Total item indikator pengungkapan

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1. Metode studi pustaka adalah metode yang menggunakan berbagai jurnal, buku ilmiah dan juga artikel yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini.
2. Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data dari perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia IDX-IC dari laporan keuangan perusahaan dan menelusuri laporan tahunan yang telah terpilih menjadi sampel dari situs Bursa Efek Indonesia IDX-IC, yaitu www.idx.co.id.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sinambela (2014) dalam Rosdwianti, AR, & Z.A (2016) mengemukakan bahwa :

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.¹⁷

Statistik deskriptif adalah proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi sehingga mudah dipahami, tabulasi menyajikan ringkasan, pengaturan, atau penyusunan data dalam bentuk tabel numerik dan grafik (Puspitasari dan Asyik, 2018). Secara khusus, statistik deskriptif digunakan untuk menunjukkan nilai maksimum, nilai minimum, nilai rata-rata, dan nilai standar deviasi dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian menurut (Ghozali, 2011) dalam (Rosdewanti, AR, & Z.A, 2016)

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik sering dikatakan sebagai kriteria ekonometrika untuk melihat apakah ada hasil estimasi memenuhi dasar linier atau tidak dan pengujian ini dilakukan untuk memperoleh persamaan yang baik dan mampu memberikan estimasi yang handal. Pengujian ini dilakukan untuk pengujian terhadap 4 uji asumsi klasik dengan menggunakan *software* SPSS diantaranya :

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian antara data yang akan diteliti dengan data berdistribusi berdasarkan mean dan standar deviasi dengan cara membandingkan. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model

¹⁷ Mega Karunia Rosdewanti, Moch Dzulkrirom AR & Zahroh Z.A, **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2014**, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 38, No. 2, 2016, Hal 19.

regresi linier, variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) terdapat variabel yang dapat mempengaruhi atau residual memiliki distribusi normal. Regresi akan dikatakan baik jika model regresi menghasilkan distribusi normal. Untuk menguji apakah residual berdistribusi bersifat normal atau tidak dengan menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogrow-Smirnov* (KS) menurut (Ghozali, 2011) dalam (Rahmadiyahanti & Priyadi, 2020) dengan menggunakan kriteria:

1. Bila nilai signifikan $> 0,05$ maka berdistribusi normal
2. Bila nilai signifikan $< 0,05$ maka berdistribusi tidak normal

3.5.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terdapat korelasi, maka dinamakan terdapat *problem* multikolinearitas. Untuk menemukan ada tidaknya multikolinearitas yaitu dengan melihat *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *Tolerance*. Didalam kedua ukuran ini dapat menunjukkan tiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai *tolerance* ini mengukur variabilitas variabel independen terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dasar pengambilan keputusan dari kedua ukuran ini menurut (Ghozali, 2011) dalam (Rahmadiyahanti & Priyadi, 2020) sebagai berikut :

1. Jika nilai *Tolerance* dibawah 0,1 dan nilai VIF diatas 10, maka terjadi masalah multikolinearitas yang artinya model regresi tidak baik.

2. Jika nilai *Tolerance* diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi masalah multikolinearitas yang artinya model regresi baik.

3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidakserasian *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain, maka akan disebut dengan homoskedastisitas dan jika berbeda disebut dengan heteroskedastisitas (Ghozali, 2011) dalam (Rahmadiyahanti & Priyadi, 2020). Model regresi yang baik yaitu homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu cara yang digunakan adalah dengan uji Glejser. Hasil uji Glejser didasarkan pada kriteria keputusan sebagai berikut (Ghozali, 2011) dalam (Puspitasari & Asyik, 2018).

- a. Jika $\text{Sig}(\alpha) > 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas
- b. Jika $\text{Sig}(\alpha) < 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas

3.5.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah pengujian asumsi dalam regresi dimana adanya variabel terikat (dependen) tidak berkorelasi dengan dirinya sendiri. Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu periode t-1 (sebelumnya). Autokorelasi dapat timbul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu dengan lainnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang terbebas dari autokorelasi menurut (Ghozali, 2011) dalam (Rahmadiyahanti & Priyadi, 2020). Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi

adalah dengan uji *Durbin Watson* (DW). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala autokorelasi maka dapat dilihat dari tabel *Durbin Watson* (DW). Dasar untuk pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi menggunakan uji Durbin Watson yaitu :

1. Jika nilai DW terletak diantara batas atas (d_u) dan ($4-d_u$) maka koefisien autokorelasi=0, berarti tidak ada autokorelasi.
2. Jika nilai DW lebih rendah daripada batas bawah (d_l) maka koefisien autokorelasi >0 , yang arti ada autokorelasi positif.
3. Jika nilai DW lebih besar dari ($4-d_l$) maka koefisien autokorelasi < 0 , maka artinya autokorelasi negatif.
4. Jika nilai DW terletak antara batas atas (d_u) dan batas bawah (d_l) atau DW terletak antara ($4-d_u$) dan ($4-d_l$), maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda secara umum digunakan untuk menggambarkan hubungan linear dari variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) dan juga digunakan oleh peneliti untuk meramalkan bagaimana keadaan naik atau turunnya variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor yang dimanipulasi (naik turunnya nilai secara disengaja). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 (Sugiono, 2014) dalam (Puspitasari & Asyik, 2018). Untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel dan menunjukkan arah hubungan

antara variabel dependen dan variabel independen. Persamaan umum regresi linear berganda adalah :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y : *Return On Asset*

α : Kostanta yaitu besarnya nilai Y ketika nilai $X = 0$

X_1 : Kinerja Ekonomi

X_2 : Kinerja Lingkungan

X_3 : Kinerja Sosial

b_{1-3} : Koefisien regresi

e : Error

3.5.4 Pengujian Hipotesis

3.5.4.1 Uji Signifikan Parameter Parsial (Uji-t)

Uji t digunakan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan dari variabel independen secara individu terhadap variabel dependen, dimana tingkat signifikan dari masing-masing variabel diperoleh dari hasil output SPSS. Apabila nilai t lebih kecil dari nilai signifikan yang digunakan ($\alpha = 5\%$), maka secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika nilai t lebih besar dari nilai signifikan ($\alpha = 5\%$), maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011) dalam (Puspitasari & Asyik, 2018).

3.5.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan seluruh variasi variabel independen terhadap variabel dependen dapat dengan menggunakan uji koefisien. Besarnya koefisien determinasi dapat dilihat berdasarkan banyaknya *Adjusted R-Squared* (R^2) pada koefisien regresinya. Dimana koefisien determinasi (R^2) yaitu angka yang memberikan presentasi dari jumlah keseluruhan variasi pada variabel dependen (Y) yaitu dipaparkan oleh variabel independen (X). Nilai R mempunyai besaran antara 0 sampai dengan 1 atau ($0 \leq R^2 \leq 1$) menurut (Ghozali, 2011) dalam (Rahmadiyahanti & Priyadi, 2020). Jadi semakin besar nilai yang mendekati 1 maka perhitungan sudah dianggap kuat dalam mendeskripsikan variabel independen. Sebaliknya, semakin kecil nilai yang mendekati 0 maka variasi variabel independen terbatas.