

UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MEDAN – INDONESIA

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

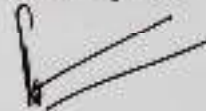
Nama : Novia Natalia
Npm : 20510140
Program Studi : Akuntansi
Judul Skripsi : Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR)
Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan
Sektor Infrastruktur Yang Terdaftar Di Bursa
Elek Indonesia Tahun 2020-2022.

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

Sarjana Ekonomi Program Studi Strata Satu (S1)

Program Studi Akuntansi

Pembimbing Utama



Dr. Adnan Silaban, S.E., M.Si., Ak., CA

Pembimbing Pendamping



Halimatu S. Sibombing, S.E., M.Si

Dekan



Dr. E. Hamrisangin Sitangkir, S.E., M.Si

Ketua Program Studi



Dr. E. Marnatap Berilana Lumban Gaol, S.E., M.Si., Ak., CA

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kinerja keuangan diartikan sebagai penentuan ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Perusahaan akan melakukan berbagai upaya agar mencapai kinerja keuangan yang baik. Salah satu cara yang dapat ditempuh oleh perusahaan agar memperoleh kinerja keuangan yang baik adalah dengan cara melakukan eksploitasi sumber daya secara besar-besaran. Namun, dengan adanya eksploitasi tersebut dapat menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat dan lingkungan. Dalam hal ini, perusahaan dapat menggunakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam mengatasi dampak negatif supaya tidak membahayakan keselamatan masyarakat dan lingkungan sekitar.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dengan memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi dan meningkatkan kualitas hidup dari para pekerja dan keluarganya. Tanggung jawab sosial korporat itu sendiri tidak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham, tetapi juga untuk pihak stakeholders dalam praktek bisnis, yaitu para pekerja, komunitas local, pemerintah, LSM konsumen dan lingkungan. Tanggung jawab sosial

perusahaan mencakup 3 dimensi utama yaitu mencari keuntungan (*profit*) bagi

perusahaan, memberdayakan masyarakat (*people*), dan memelihara kelestarian alam (*planet*). Kegiatan CSR merupakan keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat sehingga masyarakat dapat memilih produk yang baik yang dinilai tidak hanya dari barangnya saja tetapi juga dari tata kelola perusahaannya, CSR diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Jika masyarakat yang menjadi pelanggan memiliki penilaian yang positif terhadap perusahaan, mereka akan menjadi loyal terhadap produk yang dihasilkan. Ini akan mampu meningkatkan citra perusahaan melalui kinerja yang lebih baik.

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) harus diterapkan oleh semua bisnis, termasuk sektor Infrastruktur. Menurut McWilliams dan Siegel (2001) dalam penelitian (Stacia & Juniarti, 2015), dengan diterapkannya program *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan akan menciptakan nilai tambah bagi *stakeholder* sehingga hal ini dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan.

Tanggung jawab sosial itu sendiri diatur dalam Undang-undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas pada Pasal 1 ayat (3) menyatakan bahwa “Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat baik bagi perseroan/perusahaan itu sendiri, komunitas setempat, masyarakat pada umumnya”. Dalam UU No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 Bab V, disebutkan bahwa perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan

lingkungan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perusahaan. Selain itu, disebutkan juga bahwa terdapat sanksi sesuai apabila perusahaan tidak menjalankan hal tersebut.

Sejak diberlakukannya Undang-undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang Perseroan Terbatas, di Indonesia kesadaran melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lebih dikenal dengan CSR mulai berkembang. Secara implementatif, perkembangan CSR di Indonesia masih membutuhkan banyak perhatian untuk semua pihak, baik pemerintah, masyarakat dan perusahaan. Dari banyaknya perusahaan yang ada, diketahui belum semua perusahaan benar-benar menerapkan konsep CSR dalam kegiatan perusahaannya. Perusahaan yang belum menjalankan aktivitas CSR menjadi salah satu alasan pemerintah menerbitkan Peraturan Daerah. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial mereka sendiri agar mereka memiliki citra yang baik di masyarakat sekitar. Jika perusahaan masih kesulitan untuk melakukannya, pemerintah harus bertindak tegas.

Salah satu prioritas utama kinerja pemerintah Indonesia saat ini adalah pembangunan infrastruktur. Namun, karena beban ekonomi dan sosial yang masih ditanggung pemerintah di berbagai daerah, pembangunan infrastruktur belum dilakukan secara merata. Selain merupakan salah satu faktor krusial yang mempengaruhi perkembangan ekonomi, kualitas dan kuantitas infrastruktur juga berperan dalam memastikan tingkat kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini menggunakan sektor Infrastruktur disebabkan

karena perkembangan infrastruktur yang memadai, seperti pembangunan jalan yang sudah mencapai sebagian besar wilayah, diharapkan akan mempermudah pengiriman barang maupun jasa, dan kemajuan teknologi komunikasi, seperti penggunaan internet, diharapkan akan berdampak pada perkembangan ekonomi dan dapat mengeksplorasi bagaimana perusahaan ini mengelola dampak lingkungan, mengadopsi praktik-praktik berkelanjutan, dan memenuhi standar lingkungan.

Dalam konteks perusahaan infrastruktur, CSR memiliki hubungan yang signifikan dan memainkan peran penting karena perusahaan-perusahaan ini memiliki dampak langsung terhadap lingkungan fisik dan sosial. Konstruksi besar biasanya terlibat dalam proyek infrastruktur, yang dapat berdampak negatif pada lingkungan. CSR mendorong perusahaan untuk mengurangi dampak negatif ini dengan menerapkan praktik ramah lingkungan seperti penggunaan bahan bangunan berkelanjutan dan manajemen limbah yang baik. Perusahaan infrastruktur sering bekerja di daerah yang mungkin membutuhkan fasilitas umum seperti jalan, jembatan, dan layanan sanitasi yang diperbarui. Dengan menyediakan fasilitas ini dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat, perusahaan dapat membantu pembangunan komunitas lokal melalui CSR. Contohnya pada PT.Jasa Marga yang bergerak di bidang pengelolaan jalan tol ini memiliki berbagai program CSR, termasuk penghijauan disekitar tol, peningkatan fasilitas kesehatan disekitar lokasi proyek tersebut dan pendidikan untuk anak- anak di daerah terpencil.

Masalah yang dihadapi oleh negara dan bangsa semakin kompleks.

Anggaran yang kecil dan konsentrasi pemerintah menyebabkan sejumlah masalah muncul, yang membuat pemerintah tidak dapat menyelesaikannya sendiri. Oleh karena itu kemitraan dan Kerjasama antara pemerintah dengan berbagai elemen khususnya dunia usaha melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau bisa disebut tanggung jawab sosial sangat diperlukan. Pemerintah sendiri menghadapi banyak tantangan saat menjalankan programnya, salah satunya adalah keterbatasan pendanaan. Di sisi lain, perusahaan dapat membantu pemerintah melalui program CSR-nya dalam hal pembangunan infrastruktur dan kegiatan lainnya. Namun, bantuan pendanaan dari program CSR hanya berfungsi sebagai pendukung program pemerintah, bukan untuk mengambil alih tugas pemerintah. Didasarkan pada fenomena ini, peneliti ingin melakukan penelitian tentang peningkatan pertumbuhan sektor infrastruktur, melihat dari kinerja keuangan perusahaan tersebut, dan menentukan apakah peningkatan ini sejalan dengan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengungkapan CSR dapat digunakan sebagai salah satu cara untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan. Menurut Adam dan Zutshi dalam Rahmawati (2012) dalam penelitian Suciwati et al., (2016) menjelaskan bahwa pengungkapan CSR akan memberikan manfaat seperti meningkatkan reputasi perusahaan yang dapat dipandang sebagai sosial marketing bagi perusahaan. Jika suatu perusahaan memiliki komitmen yang tinggi terhadap lingkungan dan menyediakan barang-barang berkualitas tinggi, pemasaran sosial dapat membantu dalam pembentukan *image* pada suatu perusahaan. Hal ini pasti

akan meningkatkan volume unit produksi yang terserap pasar, yang pada akhirnya akan menghasilkan peningkatan laba perusahaan yang signifikan. Dengan meningkatnya laba dapat menarik investor, karena profitabilitas menjadi pertimbangan investor dalam keputusan berinvestasi. Hal tersebut berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Kinerja keuangan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) saling berkaitan hal ini sama dengan *legitimasi theory* yang mendeskripsikan perusahaan mempunyai kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatan operasionalnya berdasarkan nilai-nilai hukum. Perusahaan akan kehilangan keabsahannya dan legitimasi jika nilai perusahaan tidak sejalan dengan nilai masyarakat. Dimana kedepannya dapat mengancam keberlangsungan adanya perusahaan itu sendiri. Karena itu program CSR diharapkan bisa menghasilkan hubungan positif yang searah dengan tingkat kinerja keuangan perusahaan. Menurut Sartono (2010) dalam penelitian Suciwati et al., (2016) mengukur kinerja keuangan perlu dikaitkan antara perusahaan dengan pusat pertanggungjawaban. Salah satu kinerja keuangan yang digunakan oleh perusahaan adalah rasio profitabilitas.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam hubungan dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Rasio profitabilitas memberikan gambaran tentang tingkat efektivitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya. Profitabilitas dari perusahaan dapat diukur menggunakan berbagai cara, seperti *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE) dan dapat diukur dengan menggunakan *Earning Per*

Share (EPS). Dalam penelitian ini rasio profitabilitas yang digunakan adalah alat ukur ROA, dikarenakan ROA dapat memperhitungkan bagaimana kemampuan manajemen dan efisiensi dengan pemanfaatan keseluruhan aset perusahaan untuk menghasilkan keuntungan serta melaporkan total pengembalian yang diperoleh untuk semua penyedia modal. Jika ROA meningkat dalam suatu perusahaan itu berarti menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dalam laba yang diperoleh untuk lebih mengetahui permasalahan yang terjadi pada perusahaan sektor Infrastruktur tersebut. Berikut ini sebagai contoh fenomena peneliti dengan membandingkan 4 (empat) perusahaan yang di ambil dari sampel penelitian yaitu Adhi Karya (Persero) Tbk (ADHI), Inti Bangunan Sejahtera Tbk (IBST), Jasa Armada (Persero) Tbk (IPCM), Kencana Energi Lestari Tbk (KEEN).

Tabel 1.1 Data Return On Asset (ROA)

No	Perusahaan	Tahun	Total Aset	Laba Setelah Pajak	ROA
1	ADHI	2020	36,449,413,839,781,000	9,189,590,095,000	0.03
		2021	37,544,007,546,784,000	5,837,514,366,000	0.02
		2022	38,949,980,364,604,000	17,200,900,881,000	0.04
2	IBST	2020	10,412,826,253,217	67,204,167,744	0.65
		2021	9,547,133,662,297	63,351,210,259	0.66
		2022	9,431,928,852,947	41,526,767,474	0.44
3	IPCM	2020	1,394,498,738,000	32,349,660,000	2.32

		2021	1,363,567,402,000	33,010,420,000	2.42
		2022	1,508,666,325,000	37,702,580,000	2.50
4	KEEN	2020	259,355,934	8,127,990	3.13
		2021	292,937,562	1,958,411	0.67
		2022	304,929,538	5,268,918	1.73

Sumber : Bursa Efek Indonesia (Data Diolah)

Berdasarkan tabel diatas, terlihat perubahan-perubahan nilai ROA yang terjadi pada masing-masing perusahaan di setiap periodenya. Jika dilihat dari besaran ROA pertahunnya, terdapat beberapa dari perusahaan-perusahaan tersebut mengalami peningkatan nilai ROA. Hal ini berarti bahwa semakin besar nilai ROA menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin baik karena tingkat pengembalian yang semakin besar.

1. Nilai ROA pada Adhi Karya (Persero) Tbk (ADHI) berfluktuasi (mengalami kenaikan dan penurunan) di setiap periode. ROA tertinggi terjadi pada tahun 2022 sebesar 0,04 dan terendah pada tahun 2021 0,02. Hal ini disebabkan kurangnya kemampuan suatu perusahaan dalam menggunakan aktiva secara efektif dan efisien untuk menghasilkan laba.
2. Pada tahun 2020 ROA Inti Bangunan Sejahtera Tbk. (IBST) memperoleh 0,65, pada tahun 2021 sebesar 0,66 dan pada tahun 2022 sebesar 0,44. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ROA Inti Bangunan Sejahtera Tbk (IBST) menunjukkan berfluktuasi (mengalami kenaikan dan penurunan) di setiap periode. Hal ini disebabkan kurangnya kemampuan suatu perusahaan dalam menggunakan aktiva secara efektif dan efisien untuk menghasilkan laba.

3. Pada tahun 2020 ROA Jasa Armada (Persero) Tbk (IPCM) sebesar 2,32, pada tahun 2021 sebesar 2,42 dan pada tahun 2022 sebesar 2,50. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Jasa Armada (Persero) Tbk (IPCM) menunjukkan peningkatan di setiap periode. Hal ini menunjukkan bahwa Jasa Armada (Persero) Tbk (IPCM) dapat memanfaatkan asset perusahaan dengan baik untuk menghasilkan keuntungan.
4. Pada tahun 2020 ROA Kencana Energi Lestari Tbk (KEEN) memperoleh 3,13, pada tahun 2021 sebesar 0,67 dan pada tahun 2022 sebesar 1,73. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ROA Kencana Energi Lestari Tbk (KEEN) menunjukkan berfluktuasi (mengalami kenaikan dan penurunan) di setiap periode. Hal ini disebabkan kurangnya kemampuan suatu perusahaan dalam menggunakan aktiva secara efektif dan efisien untuk menghasilkan laba.

Perusahaan yang menjalankan kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan sehingga reputasi perusahaan juga meningkat dimata masyarakat. Hal ini mengakibatkan masyarakat semakin mengenal produk perusahaan dan memiliki keinginan untuk menggunakan produknya. Semakin banyak produk yang terjual dipasaran maka laba perusahaan akan semakin meningkat. Laba yang meningkat akan mempengaruhi *Return On Asset* (ROA) suatu perusahaan. Semakin tinggi *Return On Asset* (ROA) maka semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih. Hal ini dapat mengakibatkan meningkatnya daya tarik investor untuk berinvestasi.

Berbagai penelitian mengenai pengaruh yang ditimbulkan oleh penerapan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah banyak

diteliti. Hubungan CSR dengan kinerja keuangan sudah banyak diteliti oleh peneliti terdahulu antara lain salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Asmeri et al., (2022) yang menguji Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019). Hasil penelitian tersebut menunjukkan CSR berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan.

Pada tahun 2022, (Yuliasari, 2022) melakukan pengujian yang berjudul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2019. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan serta dipaparkan dalam latar belakang masalah tersebut, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul skripsi **“PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR INFRASTRUKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2020-2022.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah yaitu bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, maka yang menjadi tujuan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan.

1.4 Ruang Lingkup/Batasan Penelitian

Penelitian ini mengolah data dari perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia. Dari banyaknya perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia maka penulis memilih objek penelitian dari perusahaan sektor infrastruktur. Penelitian ini hanya berfokus pada apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun secara praktis, diantaranya:

1. Manfaat teoritis

a. Bagi Penulis

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat meningkatkan dan memperdalam pengetahuan tentang bagaimana *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempengaruhi kinerja keuangan.

b. Bagi Peneliti Lain

Diharapkan dari hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi dan melengkapi temuan empiris di bidang manajemen untuk kemajuan dan pengembangan ilmiah di masa mendatang.

c. Bagi Khalayak Umum

Diharapkan penelitian ini bermanfaat sebagai bahan referensi perpustakaan dan sebagai rekomendasi untuk penelitian masa depan di Indonesia. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi dan bahan teori untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan dan penentuan kebijakan yang bertujuan untuk meningkatkan nilai Perusahaan dan mempertahankan eksistensinya, terutama dalam hal *Corporate Social Responsibility* (CSR). Selain itu penelitian ini diharapkan dapat memberikan Gambaran dan informasi kepada Perusahaan sektor infrastruktur sebagai alat untuk menentukan apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempengaruhi kinerja keuangan.

b. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Stakeholder Theory dan Legitimacy Theory

2.1.1 Stakeholder Theory

Teori *stakeholder* adalah perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun memberikan manfaat bagi *stakeholders*, dalam Ghazali & Chariri (2007) dalam penelitian Sakti (2017). Tujuan dari teori ini adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam menciptakan nilai tambah dari aktivitas operasional yang mereka lakukan dan meminimalkan kemungkinan kerugian bagi pemangku kepentingan perusahaan, Ratri dan Murdiyati (2017) dalam penelitian Mariani & Suryani (2018). *Stakeholder* dianggap penting dan sangat berpengaruh terhadap jalannya aktivitas karena perusahaan tentu akan berhubungan dengan banyak *stakeholder* karena luasnya operasi perusahaan. Perusahaan memerlukan hubungan dan komunikasi yang baik dengan para *stakeholder* agar bisnis dapat berjalan sesuai harapan. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder*, yang menyatakan bahwa *stakeholder* menentukan eksistensi perusahaan, dan pada akhirnya perusahaan akan memenuhi kebutuhan *stakeholder* untuk mendapatkan dukungan yang diharapkan.

Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan *stakeholder* perusahaan adalah dengan melakukan CSR, diharapkan keinginan stakeholder dapat dipenuhi, yang akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara

perusahaan dan stakeholdernya. Hubungan yang harmonis akan berakibat pada perusahaan yang dapat mencapai keberlanjutan dan kelestarian perusahaannya

Pengungkapan CSR perusahaan memberikan informasi yang lebih dan lengkap berkaitan dengan kegiatan dan pengaruhnya terhadap kondisi sosial masyarakat dan lingkungan. Dengan memenuhi harapan dari para stakeholder, perusahaan akan mampu mendapatkan dukungan dari para stakeholder yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan khususnya kelompok aktivis-aktivis yang sangat memperhatikan isu-isu yang sedang terjadi (Sembiring, 2003) dalam penelitian (Putri, 2010).

2.1.2 Legitimacy Theory

Teori Legitimasi menyatakan bahwa perusahaan terikat dalam kontrak sosial. Pemerintah dan dewan legislatif yang mewakili masyarakat mendukung dan menjamin perusahaan. Legitimasi adalah cara perusahaan memperhatikan lingkungan sekitarnya baik secara fisik maupun non fisik. Teori legitimasi didasarkan pada kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dan masyarakat di mana perusahaan beroperasi dan memanfaatkan kekayaan ekonominya.

Legitimasi organisasi dapat dianggap sebagai sesuatu yang diinginkan perusahaan dari masyarakat dan sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan. Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan harus mengikuti norma-norma yang berlaku di masyarakatnya agar bisnisnya dapat berjalan lancar dan tidak mengganggu masyarakat sekitar. Untuk hal ini, perusahaan dapat menyesuaikan diri dengan cara mengembangkan program *Corporate*

Social Responsibility (CSR). Perusahaan dapat memberikan kontribusi positif kepada masyarakat sekitar dengan adanya program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Ini memungkinkan perusahaan untuk menerima keberadaan perusahaan dengan baik di lingkungannya.

Legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk mempertahankan hidup (*going concern*). Praktik pengungkapan sosial dan lingkungan dapat dipandang sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik untuk menjelaskan berbagai dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan baik dalam pengaruh yang baik atau buruk.

2.2 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah salah satu cara untuk mengukur seberapa baik suatu perusahaan menghasilkan laba. Menurut Cahyaningtyas & Canggih, (2020) dalam penelitian (Pratiwi et al., 2021) pada aspek keuangan, perusahaan dapat menggunakan rasio keuangan yang ada di laporan finansial, terdapat rasio likuiditas, rasio aktivitas, rasio profitabilitas, rasio solvabilitas dan rasio pasar.

Kinerja keuangan merupakan indikator untuk menunjukkan kualitas keputusan manajemen. Dalam laporan keuangan perusahaan, informasi ini digunakan oleh manajemen untuk berinteraksi dengan lingkungan internal dan eksternal. Laporan keuangan merupakan hasil dari proses akuntansi yang digunakan sebagai alat komunikasi antara data keuangan atau aktivitas perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan. Laporan keuangan yang

akurat sangat dibutuhkan oleh perusahaan dalam bisnis apa saja. Laporan keuangan yang akurat akan meningkatkan kepercayaan investor.

Laporan keuangan yang akurat dapat memberikan gambaran yang sesungguhnya terkait prestasi dan kemajuan yang dicapai oleh perusahaan dalam periode tertentu, keadaan ini bisa dijadikan sebagai acuan untuk menilai kinerja perusahaan. Laporan keuangan yang disusun secara periodik oleh pihak manajemen harus bersifat historis dan menyeluruh sebagai gambaran *financial progress report*.

Rasio keuangan diukur dengan membandingkan data keuangan yang ada pada laporan keuangan yang bersifat historis. Meskipun menggunakan data keuangan yang bersifat historis, sebenarnya rasio keuangan bertujuan untuk menilai kondisi keuangan pada saat ini dan masa yang akan datang.

Penilaian kinerja keuangan dapat diukur dengan menggunakan rasio profitabilitas, yaitu :

1. *Return On Asset* (ROA) mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat asset tertentu.
2. *Return On Equity* (ROE) mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan modal tertentu.
3. *Net Profit Margin* (NPM) menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu.
4. *Earning Per Share* (EPS) ukuran keuntungan perusahaan yang dihitung dengan membagi laba bersih perusahaan dengan jumlah saham yang beredar.

2.2.1 *Return On Asset (ROA)*

Return On Assets (ROA) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen perusahaan dalam memperoleh keuntungan dengan memanfaatkan seluruh total asset yang dimiliki perusahaan. ROA mengukur seberapa efektif perusahaan dapat mengubah pendapatan dari pengembalian investasinya menjadi asset. Semakin tinggi ROA perusahaan, semakin baik. Beberapa perusahaan menekankan net margin yang tinggi untuk meningkatkan ROA mereka, sehingga akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Meningkatnya permintaan akan saham tersebut akan dapat meningkatkan harga saham perusahaan tersebut di pasaran.

Menurut Fahmi (2012) dalam penelitian Nurmiati & Pratiwi, (2022) *Return On Assets (ROA)* sering juga disebut sebagai *return on investment*, dikarenakan ROA melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan dan investasi tersebut sebenarnya sama dengan asset perusahaan yang ditanamkan. Rasio ini paling sering disoroti saat menganalisis laporan keuangan karena dapat menunjukkan seberapa baik bisnis menghasilkan keuntungan. Kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan di masa lalu dapat diukur dengan melihat *Return on Assets (ROA)*. Assets atau aktiva yang dimaksud adalah semua harta yang dimiliki oleh perusahaan, baik dari modal sendiri maupun modal asing, yang telah

diubah menjadi aktiva yang digunakan oleh perusahaan untuk menjalankan bisnis. Adapun rumus *Return On Asset* (ROA) yaitu :

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

2.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

2.3.1 Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan. Secara koseptual, CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (stakeholders) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan (Nuryana, 2005) dalam Wibowo & Paradize. S. Akrom (2014). Ini berarti bahwa perusahaan harus mempertimbangkan CSR sebagai bentuk kesetiakawanan terhadap sesama manusia, bukan program pemaksaan. Sebaliknya, CSR harus membantu pihak-pihak yang mengalami kesulitan untuk mengurangi dampak negatif bagi perusahaan.

Menurut UU No. 44 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan

sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Menurut ISO (*International Standard Organization*) memaparkan CSR adalah sikap pertanggung jawaban korporasi terhadap akibat yang timbul dari aktivitas perusahaan. Keputusan yang dibuat tentang bagaimana menjalankan bisnisnya harus sesuai dengan pembangunan berkelanjutan, yang berarti bertanggung jawab secara sosial, memenuhi harapan para pemangku kepentingan yang dipertimbangkan, sesuai dengan peraturan yang ditetapkan oleh standar internasional, dan mematuhi prinsip organisasi secara keseluruhan.

CSR adalah proses penting dalam pengelolaan biaya dan keuntungan kegiatan bisnis dengan pihak *stakeholder* baik secara internal maupun dengan pihak eksternal. CSR adalah konsep yang luas, tidak statis dan pasif, dan merupakan hak dan kewajiban yang dimiliki bersama oleh semua stakeholder. CSR memiliki banyak definisi yang berkembang seiring perkembangan global. Salah satu definisi paling terkenal adalah yang diberikan oleh World Bank, yang menyatakan sebagai berikut: „CSR adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan bekerja dengan karyawan dan perwakilan mereka, komunitas lokal dan masyarakat luas untuk meningkatkan kualitas hidup, cara-cara yang baik, baik untuk bisnis dan baik untuk pembangunan“. Sementara itu *world Business Council For Sustainability Development* mendefinisikan komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan

keluarga, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya.

Definisi mengenai CSR diungkapkan oleh Kotler dan Nancy yakni CSR adalah komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagai sumber daya perusahaan lebih lanjut. Ada dua kesimpulan yang dapat dibuat yaitu CSR dilakukan oleh perusahaan secara sukarela dan melampaui kewajibannya menurut peraturan negara. Dari kedua definisi tersebut memandang CSR sebagai komponen inti dari aktivitas bisnis perusahaan dan melihatnya sebagai alat untuk terlibat dalam pemangku kepentingan. Di dalam konsep *Triple Bottom Line*, Jhon Elkington mengatakan bahwa orang, profit, dan planet adalah tiga komponen utama operasi perusahaan dalam kaitannya dengan lingkungan dan manusia.

Karena keuntungan perusahaan bergantung pada masyarakat dan lingkungan, penting bagi perusahaan untuk menerapkan program CSR. Profit, berarti memastikan bahwa perusahaan tetap dapat memenuhi permintaan dengan harga murah dan berkualitas tinggi sebagai sebuah perusahaan yang kompetitif. Konsep kedua yaitu planet memastikan bahwa upaya untuk melindungi keanekaragaman hayati dan menurunkan kualitas lingkungan terus dilakukan. Konsep ketiga adalah menyediakan peluang pekerjaan dan kesempatan untuk berpartisipasi dalam pengentasan kemiskinan.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah komitmen perusahaan untuk membangun ekonomi secara berkelanjutan dengan memperhatikan

kepentingan stakeholder yang terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan. CSR juga menekankan keseimbangan ekonomi, sosial, dan lingkungan.

$$CSDI = \frac{\sum_{ij} X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

CSDI : Corporate Social Disclosure Index Perusahaan

n_j : Jumlah item untuk perusahaan j

X_{ij} : 1 = jika item I diungkapkan, 0 = jika tidak diungkapkan

2.3.2 Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Perusahaan yang melakukan tindakan tanggung jawab sosial (CSR) diharapkan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungannya dalam jangka panjang, selain menghasilkan keuntungan jangka pendek. Terdapat berbagai manfaat yang diperoleh dari menjalankan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR), yaitu :

1. Mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan yang tidak pantas yang diterima perusahaan
2. Sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis
3. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan, karena karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi yang baik, yang secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan

kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya

4. CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para stakeholder-nya.
5. Meningkatkan penjualan seperti yang terungkap dalam riset *Roper Search Worldwide*, yaitu bahwa konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan tanggung jawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik.

2.3.3 Tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Tujuan CSR adalah sustainability development (pembangunan berkelanjutan) yang dibangun di atas tiga pilar yang berhubungan dan saling mendukung satu dengan lainnya. Ketiga pilar tersebut adalah : ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dalam pelaksanaannya dengan penekanan dapat memenuhi kebutuhan saat ini dengan memberikan kesempatan yang sama bagi generasi mendatang untuk mempunyai kemampuan dalam memenuhi kebutuhan sendiri.

2.3.4 Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility* (CSR)

CSR pada dasarnya adalah nilai atau jiwa perusahaan (korporasi), dan itu mencakup ruang lingkup yang luas, meliputi: CSR bukanlah entitas departemen atau divisi bisnis yang bersifat parsial yang hanya berfungsi untuk meningkatkan citra perusahaan di mata stakeholder, meliputi :

1. Aspek Ekonomi
 - a. Kinerja keuangan berjalan baik
 - b. Investasi modal berjalan sehat

- c. Tidak terdapat praktik suap/korupsi
- d. Tidak ada konflik kepentingan
- e. Tidak dalam mendukung rezim yang korup
- f. Menghargai hak atas kemampuan intelektual/paten
- g. Tidak melakukan sumbangan politis

2. Aspek Lingkungan Hidup

- a. Tidak melakukan pencemaran
- b. Tidak berkontribusi dalam perubahan iklim
- c. Tidak berkontribusi atas limbah
- d. Tidak melakukan pemborosan air
- e. Tidak melakukan praktik pemborosan energi
- f. Tidak melakukan penyerobotan lahan
- g. Tidak berkontribusi dalam kebisingan
- h. Menjaga keanekaragaman hayati

3. Aspek Sosial

- a. Menjamin kesehatan karyawan atau masyarakat
- b. Memberikan dampak positif terhadap masyarakat
- c. Melakukan proteksi konsumen
- d. Menjunjung keaneka ragaman

4. Aspek Kesejahteraan

- a. Memberikan konvensasai terhadap karyawan
- b. Memanfaatkan subsidi dan kemudahan yang diberikan pemerintah

- c. Menjaga kesehatan karyawan
- d. Menjaga keamanan kondisi tempat kerja
- e. Menjaga kesehatan dan keselamatan kerja

2.3.5 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Rahmah (2016) Pengungkapan CSR merupakan media komunikasi antara Perusahaan dengan stakeholder. Pengungkapan ini sebagai salah satu cara untuk mendapatkan, mempertahankan, dan memberikan legitimasi kepada pihak yang bertanggung jawab. Pengungkapan CSR adalah istilah yang mengacu pada penilaian kinerja perusahaan dalam praktik pertanggungjawaban perusahaan yang mencakup kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Pada tanggal 23 September 2007, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mulai diwajibkan melalui UU Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007. Dalam pasal 74 UU tersebut diatur tentang kewajiban pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Sehingga tidak ada lagi sebutan untuk pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sukarel, namun pengungkapan yang wajib hukumnya. Pengungkapan yang diharuskan oleh standar akuntansi yang berlaku disebut pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*). Pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan secara sukarela tanpa diharuskan oleh Undang-undang yang berlaku disebut Pengungkapan Sukarela (*voluntary disclosure*).

Peraturan Pemerintah No.47/2012 Tentang "Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) Perseroan Terbatas" telah memperkuat istilah CSR di

Indonesia. Peraturan ini untuk melengkapi peraturan yang tidak diatur dalam UU. No 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas dalam Pasal 74 ayat (1). Perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial memaksimalkan dampak positif pada masyarakat dan meminimalkan dampak negatifnya.

Perusahaan harus mengungkapkan praktik CSR-nya agar para *stakeholder* mengetahuinya. Pengungkapan praktik-praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan menyebabkan perlunya memasukkan unsur sosial dalam pertanggung jawaban ke dalam akuntansi. Pertimbangan aspek sosial ke dalam akuntansi telah dilakukan oleh *Trueblood Committee*. *Trueblood committee* dalam Anggara (2010), menyatakan bahwa tujuan sosial perusahaan tidak kalah penting daripada tujuan ekonomi. Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah bagian dari tujuan laporan keuangan.

2.4 Telaah Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu sebelumnya telah dilakukan oleh akademisi dan peneliti untuk mengevaluasi bagaimana tanggung jawab sosial perusahaan berdampak pada kinerja keuangan perusahaan. Studi ini menggunakan beberapa variabel, antara lain sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian
1	(Anastasya Butar Butar et al., 2024)	Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022.	<ol style="list-style-type: none"> 1. CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Return On Assets</i> (ROA) 2. CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Return On Equity</i> (ROE) 3. CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Earning Per Share</i> (EPS)
2	(Pamungkas & Winarsih, 2020)	Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020-2021	<ol style="list-style-type: none"> 1. CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Return On Assets</i> (ROA) 2. CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Return On Equity</i> (ROE) 3. CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Earning Per Share</i> (EPS)
3	(Maharani &	Pengaruh <i>Corporate</i>	1. CSR tidak berpengaruh

	Murniati, 2024)	<i>Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Semen dan Beton di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022.</i>	terhadap <i>Return On Assets (ROA)</i> 2. CSR tidak berpengaruh terhadap <i>Return On Equity (ROE)</i> 3. CSR berpengaruh terhadap <i>Earning Per Share (EPS)</i>
4	(Yuliasari, 2022)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2017-2019</i>	1. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan
5	(Munawaroh et al., 2023)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Return On Asset (ROA) dan Return On Equity (ROE) Pada Perusahaan Pertambangan Batubara Yang Terdaftar di BEI Tahun 2019-2021</i>	1. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> berpengaruh signifikan terhadap ROA 2. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> berpengaruh signifikan terhadap ROE
6	(S & Sudjiman, 2022)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di BEI Periode 2016-2020</i>	1. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA 2. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE
7	(Hidayah & Wijaya, 2022)	Pengaruh Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	1. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> tidak berpengaruh signifikan

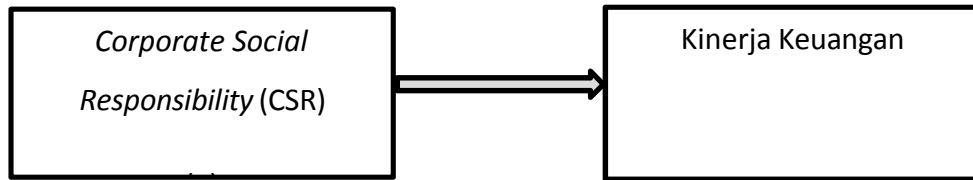
		Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pertambangan Batu Bara Yang Terdaftar Di BEI Periode 2017-2019	terhadap ROA 2. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE
8	Asmeri et al., (2022)	Pengaruh Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019)	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.
9	Melania & Tjahjono, (2022)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan dan Board Size Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Kasus Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar Di BEI Tahun 2016-2020)	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan dan Board Size berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

Sumber: Diolah Penulis (2024)

2.5 Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya dan landasan teori, maka variabel yang terkait dalam penelitian ini dirumuskan melalui suatu kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir



Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. *Dependent variable* (Y) yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel X. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kinerja Keuangan pada perusahaan sektor Infrastruktur yang diteliti.
2. *Independent variable* (X) yaitu variabel-variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel (Y) Kinerja Keuangan pada perusahaan sektor Infrastruktur yang diteliti. Variabel bebas tersebut yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Penelitian ini ingin menjelaskan tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan. Kinerja keuangan dapat dijadikan tolak ukur untuk menilai baik atau tidaknya nilai perusahaan tersebut melalui laporan keuangan suatu perusahaan. Dalam penelitian ini kinerja keuangan merupakan variabel dependen dimana variabel ini dipengaruhi hubungan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini yang menjadi dasar peneliti untuk menjadikan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel yang berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

2.6 Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan perusahaan dapat dilihat dengan cara melakukan penilaian terhadap kinerja keuangan. Dengan menetapkan kebijakan CSR, manajer ingin perusahaan mereka mendapatkan legitimasi masyarakat. Menurut teori legitimasi, perusahaan selalu berusaha untuk memastikan bahwa mereka beroperasi sesuai dengan norma dan standar yang ada di lingkungan atau masyarakat mereka. Mereka juga berusaha untuk memastikan bahwa tindakan mereka diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang sah.

Selain legitimasi, aktivitas CSR juga sangat membantu dalam membangun citra positif di antara para stakeholder. Citra positif ini dapat meningkatkan reputasi perusahaan di pasar modal karena dapat membantu mereka menegosiasikan kontrak yang menarik dengan supplier dan pemerintah, menetapkan harga premium untuk barang dan jasa, dan mengurangi biaya modal, sehingga perusahaan dapat memperoleh peraturan pemerintah yang lebih menguntungkan dan pengawasan.

Sesuai dengan teori stakeholder, yang menyatakan bahwa setiap orang berpartisipasi. Pengungkapan tanggung jawab sosial adalah bagian penting dari kinerja perusahaan. Semakin banyak pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan tentang tanggung jawab sosialnya, semakin banyak investor yang akan mengetahui tentang kepedulian perusahaan terhadap lingkungan. Kondisi lingkungan perusahaan akan menjadi lebih baik di masa depan, dan perusahaan

akan lebih siap untuk menambah investasi, meningkatkan nilai pasarnya.

Penelitian tentang CSR terhadap Kinerja Keuangan yang dilakukan oleh Asmeri et al., (2022) serta Melania & Tjahjono, (2022) mengemukakan jika CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel Penelitian

3.1.1 Populasi

Menurut Rukminingsih et al., (2020) populasi adalah kumpulan (jumlah keseluruhan) individu yang memiliki karakteristik yang diperlukan di dalam suatu penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan infrastruktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2022. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 62 perusahaan.

Tabel 3.1 Tabel Daftar Populasi

NO	KODE	NAMA PERUSAHAAN	KRITERIA			
			1	2	3	4
1	CASS	Cardig Aero Services Tbk. [S]	√	√	×	√
2	CMNP	Citra Marga Nusaphala Persada Tbk. [S]	√	√	√	√
3	GMFI	Garuda Maintenance Facility Aero Asia Tbk.	√	√	×	√
4	IPCC	Indonesia Kendaraan Terminal Tbk. [S]	√	√	×	√
5	IPCM	Jasa Armada (Persero) Tbk. [S]	√	√	√	√
6	JSMR	Jasa Marga (Persero) Tbk.	√	√	×	√
7	KARW	ICTSI Jasa Prima Tbk. [S]	√	√	×	√
8	META	Nusantara Infrastructure Tbk. [S]	√	√	√	√

9	PORT	Nusantara Pelabuhan Handal Tbk. [S]	√	√	×	√
10	ACST	Acset Indonusa Tbk. [S]	√	√	×	√
11	ADHI	Adhi Karya (Persero) Tbk.	√	√	√	√
12	BUKK	Bukaka Teknik Utama Tbk. [S]	√	√	√	√
13	DGIK	Nusa Konstruksi Enjiniring Tbk. [S]	√	√	×	√
14	FIMP	Fimperkasa Utama Tbk.	×	√	√	√
15	IDPR	Indonesia Pondasi Raya Tbk. [S]	√	√	√	√
16	JKON	Jaya Konstruksi Manggala Pratama Tbk. [S]	√	√	×	√
17	KRYA	Bangun Karya Perkasa Jaya Tbk. [S]	×	√	√	√
18	MTPS	Meta Epsi Tbk. [S]	√	√	×	√

19	MTRA	Mitra Pemuda Tbk.	√	×	√	√
20	NRCA	Nusa Raya Cipta Tbk. [S]	√	√	√	√
21	PBSA	Paramita Bangun Sarana Tbk. [S]	√	√	√	√
22	PPRE	PP Presisi Tbk. [S]	√	√	√	×
23	PTDU	Djasa Ubersakti Tbk. [S]	√	√	×	√
24	PTPP	PP (Persero) Tbk. [S]	√	√	√	√
25	PTPW	Pratama Widya Tbk. [S]	√	√	√	√
26	RONY	Aesler Grup Internasional Tbk.	√	√	×	√
27	SMKM	Sumber Mas Konstruksi Tbk.	×	√	√	√
28	SSIA	Surya Semesta Internusa Tbk. [S]	√	√	×	√
29	TAMA	Lancartama Sejati Tbk. [S]	√	√	×	√
30	TOPS	Totalindo Eka Persada Tbk. [S]	√	√	√	√
31	TOTL	Total Bangunan Persada Tbk. [S]	√	√	√	×
32	WEGE	Wijaya Karya Bangunan Gedung Tbk. [S]	√	√	√	√
33	WIKA	Wijaya Karya (Persero) Tbk. [S]	√	√	√	√
34	WSKT	Waskita Karya (Persero) Tbk.	√	√	√	√
35	BALI	Bali Towerindo Sentra Tbk.	√	√	√	√
36	BTEL	Bakrie Teleccom Tbk.	√	√	×	√
37	CENT	Centratama Telekomunikasi Indonesia Tbk.	√	√	×	√
38	EXCL	XL Axiata Tbk. [S]	√	√	√	√
39	FREN	Smartfren Telecom Tbk. [S]	√	√	√	√
40	GHON	Gihon Telekomunikasi Indonesia Tbk. [S]	√	√	√	√
41	GOLD	Visi Telekomunikasi Infrastruktur Tbk. [S]	√	√	√	√
42	IBST	Inti Bangunan Sejahtera Tbk. [S]	√	√	√	√
43	ISAT	Indosat Tbk. [S]	√	√	√	×
44	JAST	Janita Telekomindo Tbk. [S]	√	√	×	√
45	KBLV	First Media Tbk. [S]	√	√	×	√
46	KETR	Ketrosden Triasmitra Tbk. [S]	×	√	√	√
47	LCKM	LCK Global Kedaton Tbk. [S]	√	√	√	√
48	LINK	Link Net Tbk. [S]	√	√	√	×
49	MORA	Mora Telematika Indonesia Tbk. [S]	×	√	√	√
50	MTEL	Dayamitra Telekomunikasi Tbk. [S]	×	√	√	√
51	OASA	Maharaksa Biru Energi Tbk.	√	×	×	√
52	SUPR	Solusi Tunas Pratama Tbk. [S]	√	√	√	×
53	TBIG	Tower Bersama Infrastructure Tbk	√	√	√	√
54	TLKM	Telkom Indonesia (Persero) Tbk. [S]	√	√	√	√
55	TOWR	Sarana Menara Nusantara Tbk.	√	√	√	√

56	ARKO	Arkora Hydro Tbk.	×	√	√	√
57	HADE	Himalaya Energi Perkasa Tbk.	√	√	√	√
58	KEEN	Kencana Energi Lestari Tbk. [S]	√	√	√	√
59	LAPD	Leyand Internasioanl Tbk.	√	√	×	√
60	MPOW	Megapower Makmur Tbk. [S]	√	√	×	√
61	POWR	Cikarang Listrindo Tbk. [S]	√	√	√	√
62	TGRA	Terregra Asia Energy Tbk	√	√	√	√

Sumber : Diolah Penulis (2024)

3.1.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi. Menurut Rukminingsih et al., (2020) sampel yang diambil haruslah representative mewakili seluruh populasi karena hasil analisis dari sampel akan digeneralisasikan ke dalam kesimpulan populasi. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Adapun kriteria sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan infrastruktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) secara berturut-turut dari tahun 2020-2022.
2. Perusahaan infrastruktur yang menerbitkan Laporan Keuangan tahun 2020-2022
3. Perusahaan infrastruktur yang mendapatkan laba tahun 2020-2022
4. Perusahaan infrastruktur yang menerbitkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) periode 2020-2022.

Tabel 3. 2 Kriteria Pemilihan Sampel

Keterangan	Jumlah
Populasi : Perusahaan Infrastruktur yang terdaftar di BEI	62
Pengambilan Sampel Berdasarkan Kriteria	
1. Perusahaan Infrastruktur yang terdaftar di BEI secara berturut-turut dari periode 2020-2022	55
2. Perusahaan Infrastruktur yang menerbitkan Laporan Keuangan periode 2020-2022	54
3. Perusahaan Infrastruktur yang mendapatkan laba periode 2020-2022	33
4. Perusahaan infrastruktur yang menerbitkan pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) periode 2020-2022	27
Sampel Penelitian	27
Total Sampel (n x periode penelitian) (27 x 3 tahun)	81

Sumber : Diolah Penulis (2024)

Berdasarkan kriteria yang sudah ditetapkan, maka diperoleh sampel penelitian sebanyak 27 perusahaan, yaitu :

Tabel 3. 3 Daftar Sampel

No	Kode	Nama Perusahaan
1	IPCM	Jasa Armada (Persero) Tbk. [S]
2	META	Nusantara Infrastructure Tbk. [S]
3	ADHI	Adhi Karya (Persero) Tbk.
4	PBSA	Paramita Bangun Sarana Tbk. [S]
5	PTPP	PP (Persero) Tbk. [S]
6	WIKA	Wijaya Karya (Persero) Tbk. [S]
7	EXCL	XL Axiata Tbk. [S]
8	TBIG	Tower Bersama Infrastructure Tbk
9	TLKM	Telkom Indonesia (Persero) Tbk. [S]

10	KEEN	Kencana Energi Lestari Tbk. [S]
11	POWR	Cikarang Listrindo Tbk. [S]
12	IDPR	Indonesia Pondasi Raya Tbk. [S]
13	CMNP	Citra Marga Nusaphala Persada Tbk. [S]
14	BUKK	Bukaka Teknik Utama Tbk. [S]
15	NRCA	Nusa Raya Cipta Tbk. [S]
16	PTPW	Pratama Widya Tbk. [S]
17	WEGE	Wijaya Karya Bangunan Gedung Tbk. [S]
18	BALI	Bali Towerindo Sentra Tbk.
19	GHON	Gihon Telekomunikasi Indonesia Tbk. [S]
20	GOLD	Visi Telekomunikasi Infrastruktur Tbk. [S]
21	IBST	Inti Bangunan Sejahtera Tbk. [S]
22	LCKM	LCK Global Kedaton Tbk. [S]
23	TGRA	Terregra Asia Energy Tbk
24	WSKT	Waskita Karya (Persero) Tbk.
25	HADE	Himalaya Energi Perkasa Tbk.
26	TOPS	Totalindo Eka Persada Tbk. [S]
27	FREN	Smartfren Telecom Tbk. [S]

Sumber : Diolah Penulis (2024)

3.2 Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.2.1 Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan sumbernya, data penelitian dapat dikelompokkan dalam dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data sekunder atau data historis. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari laporan tahunan perusahaan infrastruktur dan secara berturut-turut terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2020-2022 atau dapat dilihat pada situs resminya yaitu www.idx.co.id.

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan mengumpulkan data data empiris dan studi pustaka. Pengumpulan data empiris dilakukan dengan mengumpulkan sumber data yang dibuat oleh perusahaan seperti laporan tahunan

(*annual report*) perusahaan yang terpilih menjadi sampel. Studi pustaka menggunakan berbagai literatur seperti jurnal, artikel, dan literatur lain yang berhubungan dengan pembahasan dalam penelitian ini.

3.3 Pengukuran Variabel dan Definisi Operasional

3.3.1 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen.

1. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Kinerja Keuangan.

3.3.2 Definisi Operasional

1. Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para stakeholders, terutama masyarakat atau komunitas di sekitar lokasi bisnis dan pengoperasiannya. Secara umum, tanggung jawab sosial perusahaan

berarti meningkatkan kualitas hidup melalui kemampuan manusia sebagai anggota masyarakat untuk menanggapi keadaan sosial yang ada dan memanfaatkan, memanfaatkan, dan memelihara lingkungan. Corporate Social Responsibility (CSR) dipandang sebagai suatu keharusan untuk membangun citra yang baik dan terpercaya bagi perusahaan.

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah CSR yang dihitung dengan *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI). *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI) adalah proksi dari laporan tanggung jawab social perusahaan. *Global reporting initiative* (GRI) menetapkan standar untuk mengukur CSDI perusahaan. Informasi CSR pada CSDI diukur dengan menggunakan variable dummy (1 dan 0), 1 diungkapkan dan 0 tidak dapat diungkapkan. Jumlah seluruh angka 1 akan menjadi total informasi CSR yang dilaporkan pada laporan tahunan. Adapun rumus perhitungan CSDI yaitu :

$$CSDI = \sum_{nj} X_{ij}$$

Keterangan :

CSDI : Corporate Social Disclosure Index Perusahaan

n_j : Jumlah item untuk perusahaan j

X_{ij} : 1 = jika item I diungkapkan, 0 = jika tidak diungkapkan

2. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Dalam pengukuran kinerja keuangan yang digunakan yaitu *Return On Asset* (ROA). ROA adalah pengukuran rasio yang digunakan perusahaan dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan total aktiva perusahaan. Adapun rumus ROA yaitu :

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

3.4 Metode Analisis

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Pengujian hipotesis dilakukan dengan bantuan program *Statistical Product and Service Solution (SPSS) for windows*. Data yang terkumpul dalam penelitian ini akan dianalisis secara kuantitatif menggunakan metode sebagai berikut:

3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan kinerja keuangan pada perusahaan sektor infrastruktur yang terdaftar di BEI. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai minimum, nilai maksimum, mean, dan standar deviasi untuk mendeskripsikan variabel ROA sehingga mudah dimengerti.

3.4.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian ini juga untuk memastikan bahwa dalam model regresi yang digunakan tidak terdapat multikolinieritas dan heteroskedastisitas serta untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan normal.

a. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika residual dari pengamatan satu ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homokedastisitas dan jika varian berbeda disebut Heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Dasar pengambilan keputusan untuk melihat hasil uji adalah jika pola yang ada seperti titik-titik membentuk pola yang teratur maka terjadi heterokedastisitas. Homokedastisitas terjadi jika pola berada diatas sumbu X dan Y serta terbentuk secara tidak jelas dan tidak teratur.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji dan melihat apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Seperti uji t (parsial) maupun uji F (simultan) mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual keliatan normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya. Oleh sebab itu dianjurkan disamping uji grafik dilengkapi dengan uji statistik. Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk uji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji K-S dapat dilakukan dengan membuat hipotesis:

Ho: Data residual berdistribusi normal.

Ha: Data residual tidak berdistribusi normal.

b. Uji Autokorelasi

Uji ini dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode kini (t_1) dengan kesalahan pada periode sebelumnya ($t-1$). Jika korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Teknik pengujian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Durbin waston*. Teknik pengujian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Durbin Waston*. Autokorelasi dikatakan bebas jika nilainya lebih besar dari 0,05.

3.4.3 Regresi Linear Sederhana

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana. Teknik ini berguna untuk menguji pengaruh satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Untuk mengetahui besarnya pengaruh

variabel independen terhadap variabel dependen digunakan model sebagai berikut:

$$Y = a+bx+e$$

Keterangan:

Y = Return On Asset (ROA)

A = Konstanta

B = Angka Arah Koefisien Regresi

X = Corporate Social Responsibility (CSR)

E = Faktor pengganggu residual

3.5 Pengujian Hipotesis

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen, dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel yang diketahui. Menurut Ghozali (2006) ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari Goodness of fitnya. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima.

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Bila koefisien determinasi mendekati 0 berarti variabel X menjelaskan dengan cukup terbatas pengaruhnya terhadap variabel Y.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai Adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

b. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- a. Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka variabel independen secara individual tidak

berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis ditolak).

- b. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis diterima).

Uji t dapat juga dilakukan dengan melihat nilai signifikansi t masing-masing variabel pada output hasil regresi menggunakan SPSS dengan significance level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Jika nilai signifikansi lebih besar dari α maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan), yang berarti secara individual variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari α maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan), berarti secara individual variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

