

UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MEDAN-INDONESIA

Dengan ini diterangkan bahwa Skripsi Sarjana Ekonomi Program Sastra Sains (SI) dari mahasiswa:

Nama : Rupsilo Sitorus
NPM : 195101002
Program Studi : Akuntansi
Judul Skripsi : PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL KORPORAT TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB-SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR PADA BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2020-2022

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

Sarjana Ekonomi Program Studi Sastra Sains (SI)
Program Studi Akuntansi

Pembimbing Utama

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

(Dr. E. Harmonangan Siallagan, S.E., M.Si)

Pembimbing Pendamping

Ketua Program Studi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan berkembangnya jaman, perusahaan semakin berkembang pesat dan meluas ke seluruh dunia, tidak terkecuali dengan Indonesia. Dengan adanya perkembangan pelaksanaan CSR (*Corporate Social Responsibility*) di Indonesia saat ini ditandai dengan banyaknya perusahaan yang sudah mengimplementasikan CSR. Perkembangan CSR ini tidak terlepas dari upaya pemerintah yang telah menerbitkan peraturan Undang-undang tentang tanggung jawab sosial. Pada hakekatnya setiap orang, kelompok, dan organisasi mempunyai tanggung jawab sosial pada lingkungannya. Tanggung jawab sosial seseorang atau organisasi adalah etika dan kemampuan berbuat baik pada lingkungan sosial, hidup berdasarkan aturan, nilai, dan kebutuhan masyarakat.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tindakan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan sebagai wujud tanggung jawab dan kepedulian terhadap masyarakat. Perusahaan dalam mengelola usahanya tidak hanya untuk kepentingan pemegang saham (*stakeholder*) tetapi juga untuk kemaslahatan pihak *stakeholders* dalam praktek bisnis, yaitu para pekerja, komunitas lokal, pemerintah, LSM konsumen dan lingkungan. Hal tersebut sesuai dengan konsep triple bottom line Elkington (1998) dalam (Deni Purnaningsih, 2018) dimana tanggung jawab sosial perusahaan mencakup 3 dimensi utama yaitu mencari keuntungan (*profit*) bagi perusahaan, memberdayakan masyarakat (*people*), dan memelihara kelestarian alam/bumi (*planet*).

CSR telah menjadi kewajiban mutlak bagi perusahaan, bahkan pemerintah telah mengeluarkan peraturan tertulis mengenai konsep tanggung jawab sosial. Hal ini ditunjukkan dengan adanya Peraturan Undang- Undang Perseroan Terbatas (PT) No. 40 Pasal 74 Tahun 2007 yang diberlakukan pada 16 Agustus 2007. Undang-Undang Perseroan Terbatas tersebut menyatakan :

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib menjalankan Tanggung Jawab Social dan Lingkungan.
2. Tanggung Jawab Social dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajiban.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan Perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Social dan Lingkungan di atur dengan peraturan pemerintah.

Melalui Undang-Undang ini, perusahaan atau koporasi-koporasi wajib untuk melaksanakannya. Belakangan ini CSR perusahaan sering dipandang sebagaimana cerminan baik atau buruk sebuah perusahaan dalam menjalankan usahannya.

Pemilik perusahaan harus dapat menganalisa laporan keuangan perusahaannya untuk mengetahui sejauh mana kinerja keuangan perusahaannya. Salah satu alat untuk menganalisa laporan keuangan adalah menggunakan rasio profitabilitas. Dalam Anggriani (2006), menemukan bahwa investor individual

lebih tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan keuangan. Pemilik perusahaan harus dapat menganalisa laporan keuangan perusahaannya untuk mengetahui sejauh mana kinerja keuangan perusahaannya. Salah satu alat untuk menganalisa laporan keuangan adalah menggunakan rasio profitabilitas.

Pengukuran rasio profitabilitas pada suatu perusahaan dimaksudkan untuk melihat seberapa efektif pengelolaan finansial yang dilakukan oleh manajemen untuk dapat menghasilkan *return* (tingkat pengembalian) dari dana yang sudah ditanamkan oleh para investor pada perusahaan (Pamungkas et al., 2020) Rasio profitabilitas ini sangat dibutuhkan oleh para investor khususnya para investor jangka panjang. Hal itu dikarenakan profitabilitas tidak hanya digunakan oleh perusahaan untuk menjaga pertumbuhan bisnisnya tetapi juga dapat meningkatkan kondisi finansial perusahaan di masa depan (Pratiwi et al., 2020).

Rasio profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan *Net Profit Margin (NPM)*, *Return on Asset (ROA)* dan *Return on Equity (ROE)*. NPM digunakan untuk menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. *Return On Asset* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total aktiva/asset tertentu. *Return On Equity* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu.

Peneliti memilih ROE sebagai variabel pengujian profitabilitas, karena ROE merupakan rasio yang dapat digunakan untuk mengetahui tingkat pengambilan atas investasi yang ditanamkan oleh pemegang saham. ROE penting bagi investor,

sebab ROE merupakan suatu indikator penting untuk menilai prospek perusahaan dimasa yang akan datang yaitu dengan cara melihat sejauh mana perkembangan profitabilitas perusahaan dan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih yang dikaitkan dengan pembayaran deviden. Sehingga semakin tinggi nilai ROE, maka prospek perusahaan dimasa depan akan baik pula karena laba yang dihasilkan perusahaan tersebut meningkat yang akhirnya return(deviden) juga meningkat.

Beberapa perusahaan besar, terutama yang sudah tercatat di pasar modal (Bursa Efek Indonesia) serta mempunyai dampak signifikan terhadap lingkungan secara sukarela mengungkapkan kinerja pengelolaan lingkungan dalam berbagai spektrum, baik melalui pelaporan yang terpisah maupun menjadi bagian dari laporan tahunan. Laporan kinerja pengelolaan lingkungan yang disampaikan perusahaan kepada instansi lingkungan saat ini hanya berupa laporan penataan (*Compliance Report*) dengan format dan istilah yang sulit dimengerti oleh orang awam maupun pihak yang berprofesi non lingkungan. Oleh karena itu, adanya penyampaian informasi kinerja pengelolaan lingkungan secara informatif kepada stakeholders atau publik sangat diperlukan, sekaligus mengukur efektivitas penerapan tanggung jawab sosial korporat.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lely Dahlia, (2008), yang mengambil beberapa indikasi (1) isu mengenai tanggung jawab sosial korporat merupakan hal yang relatif baru di Indonesia dan kebanyakan investor memiliki persepsi yang rendah terhadap hal tersebut, (2) kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial korporat tidak mudah untuk di ukur; umumnya perusahaan

melakukan tanggung jawab sosial korporat hanya sebagai bagian dari iklan dan 4 menghindari untuk memberikan informasi yang relevan, dan (3) kebanyakan investor berorientasi pada kinerja jangka pendek, sedangkan tanggung jawab sosial dianggap berpengaruh pada kinerja jangka menengah dan jangka panjang. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Ayu Nikita Vira dan Made Gede Wirakusuma (2019), yang menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial korporat berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan.

Berdasarkan perkembangan tanggung jawab sosial korporat sejauh ini di Indonesia, dan untuk melihat konsistensi dari peneliti-peneliti sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian **“Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Korporat Terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah : Apakah pengungkapan tanggungjawab sosial korporat berpengaruh terhadap Kinerja keuangan perusahaan?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dalam penelitian ini akan dibahas tentang apakah variabel independen yaitu Tanggungjawab Sosial Korporat

berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Kinerja Keuangan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdapat di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022. Dalam penelitian ini, penulis tidak membahas masalah lain selain variabel-variabel yang terdapat pada penelitian ini.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian adalah untuk menganalisis pengaruh pengungkapan tanggungjawab sosial korporat terhadap kinerja keuangan perusahaan *Return on Equity (ROE)*.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi atau masukan kepada pihak-pihak yang melakukan penelitian lebih lanjut mengenai Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Korporat Terhadap Kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan ROE.

2. Manfaat Praktis

Manfaat penulisan skripsi sebagai berikut:

a) Bagi penulis

Memberikan tambahan pemahaman mengenai pengaruh tanggung jawab sosial korporat terhadap kinerja perusahaan yang diukur dengan Return on Equity (ROE), sehingga dapat membuka pengetahuan/wawasan yang lebih luas.

b) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perusahaan untuk mengetahui apa saja dampak/pengaruh dari penerapan tanggung jawab sosial korporat terhadap kinerja perusahaan, serta menjadi pertimbangan dan pendorong dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan tanggung jawab dan kepeduliannya terhadap lingkungan.

c) Bagi Investor

Penulisan penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi setiap orang yang ingin menginvestasikan sebagian kekayaannya terhadap kepemilikan sebagian saham perusahaan supaya lebih cerdas dalam memilih perusahaan tempat untuk menanamkan sahamnya.

d) Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pentingnya tanggung jawab sosial korporat, sehingga pemerintah dapat menindaklanjuti pembuatan Undang Undang tentang Perseroan Terbatas beberapa waktu lalu, tidak hanya bagi perusahaan yang berangkutan .

e) Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya yang akan sebagai referensi atau informasi tambahan untuk penelitiannya

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan teori

2.1.1 Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Stakeholder adalah semua pihak dalam masyarakat, termasuk individu atau kelompok yang memiliki kepentingan atau peran dalam suatu perusahaan atau organisasi yang saling berhubungan dan terikat.

Menurut Syahyuti (2005) Stakeholder adalah proses munculnya kesadaran terhadap keterkaitan diantara *Stakeholder* yang berbeda dalam masyarakat. *Stakeholder* mempengaruhi dan dipengaruhi oleh kegiatan perusahaan. Hal ini dapat mencapai tujuan untuk melaksanakan tanggung jawab lingkungan.

Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut. Stakeholder pada dasarnya memiliki ekspektasi yang berbeda mengenai bagaimana perusahaan dioperasikan. Perusahaan akan berusaha mencapai harapan stakeholder dengan aktivitas sosial dan lingkungan. Suatu perusahaan dapat mengelola pemangku kepentingan dengan baik agar mendapatkan imbalan baik secara financial (Phillips et al., 2019). Oleh karena itu power stakeholder ditentukan oleh besar kecilnya power yang dimiliki stakeholder.

Teori ini menyatakan bahwa kesuksesan dan hidup matinya suatu perusahaan sangat tergantung pada kemampuannya menyeimbangkan beragam kepentingan dari para stakeholder atau pemangku kepentingan. Jika mampu, maka

perusahaan akan meraih dukungan yang berkelanjutan dan menikmati pertumbuhan pangsa pasar, penjualan, dan laba.

Teori Stakeholders ini sangat tepat pada tanggung jawab sosial korporat pada penelitian ini sebab berhubungan langsung dengan para stakeholder (pemangku kepentingan) seperti pemegang saham, konsumen, masyarakat, pemerintah, kreditor, supplier hingga analisis dan pihak lainnya. Teori ini dapat digunakan untuk menemukan hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial korporat dengan kinerja perusahaan yang dapat dilihat dalam profitabilitas. Sebab itu, kekuatan stakeholder dapat ditentukan oleh besar kecilnya kekuatan yang dimiliki stakeholder atas sumber tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007).

Menurut Heal dan Garret (2004) menunjukkan bahwa aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan dapat menjadi elemen yang menguntungkan sebagai strategi perusahaan, memberikan kontribusi kepada manajemen risiko dan memelihara hubungan yang dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan, sehingga berdasarkan stakeholder theory peneliti menduga adanya pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

2.2 Kinerja Perusahaan

Kinerja merupakan kesuksesan seseorang dalam melaksanakan tugas, hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing atau tentang bagaimana seseorang diharapkan dapat berfungsi dan berperilaku sesuai dengan tugas yang telah dibebankan kepadanya serta kuantitas, kualitas, dan

waktu yang digunakan dalam menjalankan tugas (Sutrisno;2016). Kinerja perusahaan merupakan suatu ukuran tertentu yang digunakan oleh entitas untuk mengukur keberhasilan dalam menghasilkan laba. Kinerja perusahaan adalah kemampuan perusahaan untuk menjelaskan kegiatan operasionalnya (Payatma, 2001 dalam Carolina, 2007).

Menurut Febryani dan Zulfadin (2003) kinerja perusahaan merupakan hal penting yang harus dicapai oleh setiap perusahaan dimana pun, karena kinerja merupakan cerminan dari kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber daya-nya. Dapat disimpulkan bahwa kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Hendaknya kinerja perusahaan merupakan hasil yang dapat diukur dan menggambarkan kondisi empiris suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati. Untuk mengetahui kinerja yang telah dicapai maka dilakukan penilaian kinerja.

Penilaian kinerja adalah penentuan secara periodik efektivitas operasional suatu organisasi, bagian organisasi dan karyawan yang berdasar pada sasaran, standar dan kinerja yang telah ditentukan. Penilaian kinerja perusahaan dapat dilihat dari segi analisis laporan keuangan dan dari segi perubahan harga sahamnya (Fama, 1978 dalam Carolina, 2007). Tujuan dari penilaian kinerja adalah untuk memotivasi para karyawan dalam mencapai sasaran organisasi dan dalam mematuhi standar perilaku yang telah ditetapkan sebelumnya agar membuahkan hasil dan tindakan yang diinginkan. Penilaian kinerja juga digunakan untuk menekan perilaku yang tidak semestinya dan untuk merangsang

dan menegakkan perilaku yang semestinya melalui reward yang diberikan oleh perusahaan dan hasil kinerja.

Menurut **Adiyatna dan Marimin (2001)**, efektivitas berkaitan dengan kinerja dalam pencapaian tujuan, sedangkan efisiensi berkaitan dengan penggunaan sumber daya. Penilaian kinerja perusahaan dapat diukur dengan ukuran keuangan dan non keuangan. Ukuran kinerja non keuangan meliputi kepuasan customer, produktivitas dan cost effectiveness proses bisnis atau intern serta produktivitas dan komitmen personnel yang akan menentukan kinerja keuangan masa yang akan datang. Sehingga kata lain kinerja perusahaan juga dilakukan untuk memantau hal pencapaian tujuan yang sudah ditetapkan dalam periode tertentu.

Menurut Muliady (2001:416), Penilaian kinerja adalah enentuan secara periodik efektivitas operasional suatu organisasi, bagian organisasi, karyawannya berdasarkan sasaran, standar dan kriteria yang telah ditetapkan. Penilaian kinerja dimanfaatkan oleh manajemen untuk :

1. Mengelola operasi organisasi secara efektif dan efisien melalui pemberian motivasi kepada karyawan secara maksimum.
2. Membantu pengambilan keputusan yang berkaitan dengan karyawan, seperti promosi, transfer hingga pemberhentian.
3. Mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan pengembangan karyawan dan untuk menyediakan kriteria seleksi dan evaluasi program pelatihan karyawan.
4. Menyediakan umpan balik bagi karyawan mengenai bagaimana atasan mereka menilai kinerja mereka.

5. Menyediakan suatu dasar bagi distribusi penghargaan.

Menurut Balabanis, phillips, dan Lyal (1988), aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja ekonomi perusahaan, baik positif maupun negatif. Menurut mereka, pengaruh negatif disebabkan karena adanya pengurangan laba yang cukup besar dari perusahaan. Sedangkan pengaruh disebabkan karena tanggung jawab sosial dapat meningkatkan citra/reputasi perusahaan sehingga dapat menarik minat lebih banyak para investor, selain itu dapat juga meningkatkan hubungan baik antara perusahaan dengan para investor, pemerintah, masyarakat hingga lembaga yang ada di tengah masyarakat. Perbaikan hubungan tersebut akan tercermin pada keuntungan ekonomi perusahaan.

Ada beberapa faktor penting yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan yaitu efektivitas dan efisiensi, otoritas atau wewenang, disiplin atau taat terhadap hukum dan peraturan yang berlaku dan inisiatif yang berkaitan dengan daya pikir dan kreativitas dalam pengembangan perusahaan. Analisis yang sering digunakan untuk menilai kinerja suatu perusahaan adalah dengan menggunakan pendekatan di mana informasi keuangan diambil dari laporan keuangan atau laporan keuangan lainnya.

Rasio keuangan digunakan sebagai salah satu alat ukur untuk mengetahui posisi keuangan dan keberhasilan suatu perusahaan yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan. Ada 4 indikator rasio keuangan yang digunakan untuk menilai kinerja perusahaan, yaitu :

a. Rasio Likuiditas

- b. Rasio Profitabilitas
- c. Rasio Solvabilitas
- d. Rasio Aktivitas

2.2.1 ROE Sebagai Pengukur Kinerja Keuangan perusahaan

Return Of Equity (ROE) Adalah salah satu rasio profitabilitas yang membandingkan nilai pendapatan bersih dengan ekuitas pemegang saham. Dengan kata lain, ROE merupakan metrik untuk profitabilitas modal yang diberikan pemegang saham menurut Sherman (2015). ROE merupakan rasio antara laba bersih dengan ekuitas pada saham biasa atau tingkat pengembalian investasi pemegang saham (*rate of return on stakeholder's investment*). Sedangkan Harahap (1999) dalam Febryani dan Zulfadin (2003), menyebutkan bahwa ROE merupakan indikator kemampuan perbankan dalam mengelola modal yang tersedia untuk mendapatkan laba bersih. ROE dapat diperoleh dengan cara menghitung rasio antara laba setelah pajak dengan total ekuitas.

2.3 Tanggung Jawab Sosial Korporat

2.3.1 Pengertian Tanggung Jawab Sosial Korporat

Tanggung jawab sosial perusahaan diartikan sebagai tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan, dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Dari beberapa kesimpulan tersebut dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab sosial korporat merupakan kegiatan pertanggungjawaban atas aktivitas/operasional sebuah perusahaan yang berdampak maupun tidak

berdampak pada lingkungan untuk keberlanjutan usaha. Menurut WBCSD (*The World Business Council for Sustainable Development*) (2000), Tanggung jawab sosial korporat diartikan sebagai komitmen bisnis pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan. Sedangkan menurut Wibosono (2007),

Jadi tanggung jawab sosial korporat adalah kegiatan pertanggungjawaban atas aktivitas/operasional sebuah perusahaan yang berdampak maupun tidak berdampak pada lingkungan untuk keberlanjutan usaha.

2.3.2 Tanggung Jawab Sosial Korporat Di Indonesia

Di antara negara-negara di Asia, penerobosan di Indonesia dapat dikatakan masih tergolong rendah. Pada tahun 2005 baru ada 27 perusahaan yang memberikan laporan mengenai aktivitas tanggung jawab sosial yang dilaksanakannya dan pada tahun 2007 terdapat 27 perusahaan yang membuat laporan dalam bentuk *sustainability reporting* (Darwin, 2007). Tanggung jawab sosial korporat di Indonesia muncul pada tahun 1980, namun penggunaan lebih luas sejak tahun 1990 dimulai dengan adanya suatu gerakan sosial dan juga kesadaran perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial korporat di Indonesia semakin tersebar ke seluruh Indonesia seiring dengan disahkannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dan Peraturan

Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-5/MBU/2007 tentang Program Bina Lingkungan, khusus untuk perusahaan-perusahaan BUMN.

Pelaksanaan tanggung jawab sosial korporat di Indonesia masih berada pada tahap pembagian keuntungan yang dipergunakan untuk menjawab keinginan daripada kebutuhan masyarakat, hal tersebut disebabkan perusahaan belum memahami pentingnya mengetahui dan memfasilitasi kebutuhan nyata masyarakat melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial yang tepat. Jika dalam penanganan yang kurang tepat, maka hal tersebut akan menimbulkan sebuah masalah baru lagi, karena permasalahan yang seharusnya diselesaikan dalam masyarakat. Hal ini memperlihatkan bahwa Indonesia belum siap terhadap permasalahan mengenai tanggung jawab sosial. Pada akhirnya pelaksanaan tanggung jawab sosial tidak hanya semata-mata untuk mencari nama baik dengan membangun sebuah reputasi, namun perlu membangun hal yang lebih baik untuk masyarakat luas dan penentuan yang tepat agar lebih tetap sasaran. Maka pada akhirnya aktivitas tanggung jawab sosial tersebut akan terwujud dalam tindakan nyata yang tulus dari perusahaan. Komitmen untuk melakukan tanggung jawab sosial bukan semata-mata untuk investasi sebuah organisasi, namun sudah merasuk pada nafas kehidupan dan keberlanjutan organisasi (Marnelly, 2012).

Lemahnya Undang-Undang (UU) yang mengatur kegiatan CSR di Indonesia mengakibatkan tidak sedikit pelanggaran-pelanggaran terjadi dan mengakibatkan kerusakan lingkungan hidup yang ada. Sebagai contoh UU Nomor 23 tahun 1997 Pasal 41 ayat 1 tentang pengelolaan lingkungan hidup menyatakan” barang siapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan

pencemaran dan/atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda lima ratus juta rupiah”. Pengaturan pencemaran lingkungan hidup tidak langsung mengikat sebagai tanggung jawab pidana mutlak, dan tidak menimbulkan jera bagi para pelaku tindakan ilegal yang merugikan masyarakat dan menimbulkan kerusakan lingkungan.

Pelaksanaan tanggung jawab sosial yang pada awalnya merupakan kegiatan berdasarkan kerelaan (*voluntary disclosure*) dan bukan berdasarkan paksaan, kegiatan yang awalnya bersifat filantropis namun dengan adanya undang-undang mewajibkan perusahaan yang terkait dengan sumber daya alam untuk memasukkan perhitungan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai biaya yang telah dianggarkan secara patut dan wajar. PT. Indocement Tunggal Prakasa, Tbk. adalah salah satu contoh perusahaan yang sangat peduli pada kelestarian lingkungan hidup. Dalam rangka pelaksanaan CSR perusahaan melakukan kegiatan Program *Clean Development Mechanism* (CDM).

Program ini merupakan program kerjasama antara Negara maju dan Negara berkembang dalam penandatanganan Protokol Kyoto untuk menurunkan emisi gas rumah kaca untuk mendukung pembangunan berkelanjutan. PT. Indocement Tunggal Prakasa, Tbk. menerapkan Program CDM dengan melakukan Proyek Pemanfaatan Bahan Bakar dan Material Alternatif (BBMA). Proyek ini melibatkan beberapa pihak seperti kementerian lingkungan hidup yang bertanggung jawab dalam pengadaan aturan untuk pemanfaatan BBMA, pihak akademisi dari Teknik Lingkungan Institut Teknologi Bandung sebagai pihak yang bertanggung jawab memantau efek proses dengan pemanfaatan BBMA

secara berkelanjutan, pihak industri semen lain sebagai penghasil limbah yang dapat dimanfaatkan sebagai BBMA, dan komunitas sekitar perusahaan sebagai masyarakat binaan untuk mensosialisasikan proyek pemanfaatan BBMA sehingga tidak menimbulkan efek negative.

2.3.3 Prinsip Tanggung Jawab Sosial Korporat

Ranah tanggung jawab sosial mengandung dimensi yang cukup luas dan kompleks. Di samping itu, tanggung jawab sosial juga mengandung interpretasi yang sangat berbeda, terutama dikaitkan dengan kepentingan para pemangku kepentingan (Stakeholders). Karena itu dalam rangka memudahkan pemahaman dan penyederhanaan, para ahli mencoba menggaris bawahi prinsip dasar yang terkandung dalam tanggung jawab sosial korporat.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya (namun tidak terbatas) perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya yang meliputi konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan sebagainya dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan Firmansyah dan Mahardhika (2018).

Salah seorang pakar tanggung jawab sosial perusahaan CSR yaitu Alyson Warhurst dari University Of Bath Inggris, pada tahun 1998, menyatakan ada 16 prinsip tanggung jawab sosial korporat yaitu:

1. Prioritas korporat. Mengakui tanggung jawab sosial sebagai prioritas tertinggi korporat dan penentu utama pembangunan berkelanjutan,

dengan begitu korporat bisa membuat kebijakan, program, dan praktek dalam menjalankan operasi bisnisnya dengan cara yang bertanggung jawab secara sosial.

2. Manajemen terpadu. Mengintegrasikan kebijakan, program dan praktek ke dalam setiap kegiatan bisnis sebagai satu unsur manajemen dalam semua fungsi manajemen.
3. Proses perbaikan. Secara bersinambungan memperbaiki kebijakan, program dan kinerja sosial korporat, berdasar temuan riset mutakhir dan memahami kebutuhan sosial serta menerapkan kriteria sosial tersebut secara internasional.
4. Pendidikan karyawan. Menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan serta memotivasi karyawan.
5. Pengkajian. Melakukan kajian dampak sosial sebelum memulai kegiatan atau proyek baru dan sebelum menutup satu fasilitas atau meninggalkan lokasi pabrik.
6. Produk dan jasa. Mengembangkan produk dan jasa yang tak berdampak negatif secara sosial.
7. Informasi publik. Memberi informasi dan bila diperlukan mendidik pelanggan, distributor, dan publik tentang penggunaan yang aman.
8. Fasilitas dan operasi. Mengembangkan, merancang dan mengoperasikan fasilitas serta menjalankan kegiatan yang mempertimbangkan temuan kajian dampak sosial.

9. Penelitian. Melakukan atau mendukung penelitian dampak sosial bahan baku, produk, proses, emisi dan limbah yang terkait dengan kegiatan usaha dan penelitian yang menjadi sarana untuk mengurangi dampak negatif.
10. Prinsip pencegahan. Memodifikasi manufaktur, pemasaran atau penggunaan produk atau jasa, sejalan dengan penelitian mutakhir, untuk mencegah dampak sosial yang bersifat negatif.
11. Kontraktor dan pemasok. Mendorong penggunaan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial korporat yang dijalankan kalangan kontraktor dan pemasok, disamping itu bila diperlukan mensyaratkan perbaikan dalam praktik bisnis yang dilakukan kontraktor dan pemasok.
12. Siaga menghadapi darurat. Menyusun dan merumuskan rencana menghadapi keadaan darurat, dan bila terjadi keadaan berbahaya bekerja sama dengan layanan gawat darurat, instansi berwenang dan komunitas lokal. Sekaligus mengenali potensi bahaya yang muncul.
13. Transfer best practice. Berkontribusi pada pengembangan dan transfer praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial pada semua industri dan sektor publik.
14. Memberi sumbangan. Sumbangan untuk usaha bersama, pengembangan kebijakan publik dan bisnis, lembaga pemerintah dan lintas departemen pemerintah serta lembaga pendidikan yang akan meningkatkan kesadaran tentang tanggung jawab sosial.

15. Keterbukaan. Menumbuhkembangkan keterbukaan dan dialog dengan pekerja dan publik, mengantisipasi dan memberi respons terhadap potensial hazard, dan dampak operasi, produk, limbah atau jasa.
16. Pencapaian dan pelaporan. Mengevaluasi kinerja sosial, melaksanakan audit sosial secara berkala dan mengkaji pencapaian berdasarkan kriteria korporat dan peraturan perundang-undangan dan menyampaikan informasi tersebut pada dewan direksi, pemegang saham, pekerja dan public.

2.3.4 Manfaat Tanggungjawab Sosial Korporat

Menurut Elkington dalam (Nurhidayat et al., 2020) “Tanggungjawab Sosial Korporat merupakan bentuk kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip yang dikenal dengan *Triple Bottom Line*” yaitu *profit*, *people* dan *planet*. Masing-masing maksudnya adalah sebagai berikut :

1. *Profit*

Perusahaan harus tetap berorientasi untuk terus beroperasi dan berkembang.

2. *People*

Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia.

3. *Planet*

Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan kelanjutan keragaman hayati.

Sehingga dalam prakteknya fokus tanggung jawab perusahaan adalah kepada ketiga hal tersebut. Dengan profitabilitas yang memadai, tentu perolehan

laba menjadi hal yang utama dan penting karena laba merupakan salah satu alat ukur perusahaan untuk dapat berkembang dan memanfaatkan eksistensinya. Pencapaian laba yang optimal akan menunjang operasional perusahaan dan pemenuhan kewajiban perusahaan. Perhatian bagi masyarakat pun menjadi hal yang tidak kalah penting bagi perusahaan. Perusahaan dapat berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat. Kebijakan-kebijakan peningkatan kualitas hidup, kesejahteraan dan kompetensi perlu dibuat. Selanjutnya perusahaan dalam pelestariannya lingkungan pun juga menjadi hal yang penting mengingat perusahaan telah memperoleh manfaat atas penggunaan lahan yang ada. Dengan pelestarian lingkungan, perusahaan berarti juga mencegah terjadinya dampak negatif lingkungan yang mungkin timbul sebagai akibat kerusakan lingkungan dan juga mencegah adanya pembengkakan biaya penanggulangan bencana dimasa yang akan datang.

Menurut (A Yunita, 2023) mengemukakan alasan perlunya perusahaan memerlukan etika dan tanggung jawab sosial yaitu :

1. Keterlibatan sosial merupakan respon terhadap keinginan dan harapan masyarakat terhadap peranan perusahaan. Dalam jangka panjang, hal ini sangat menguntungkan perusahaan.
2. Keterlibatan sosial mungkin akan mempengaruhi perbaikan lingkungan masyarakat yang mungkin akan menurunkan biaya produksi.
3. Meningkatkan nama baik perusahaan akan menimbulkan simpati langganan, simpati karyawan, investor dan lain-lain.

Kotler dan Lee (2005) dalam (R. Ery Wibowo Agung Santosa, 2012) menyatakan bahwa partisipasi perusahaan dalam berbentuk tanggungjawab sosial dapat memberikan banyak manfaat bagi perusahaan antara lain:

1. Meningkatkan penjualan dan *market share*.
2. Memperkuat *brand positioning*.
3. Meningkatkan *image* dan pengaruh perusahaan.
4. Meningkatkan kemampuan mempertahankan karyawan.
5. Menurunkan biaya operasional.

2.4 Peneliti Terdahulu

Untuk membantu proses dalam pembuatan penelitian ini, penulis juga mencari beberapa informasi terkait dengan tanggung jawab sosial korporat terhadap kinerja perusahaan. Beberapa penelitian sebelumnya dikumpul dan penulis mengamati adanya hasil yang tidak konsisten karena perbedaan hasil dari penelitian antara peneliti dengan peneliti lainnya. Berikut hasil penelitian sebelumnya yang menjadi acuan penulis dalam proses penelitian ini hingga pemilihan variabel yang berkaitan dengan kinerja perusahaan.

Dalam penelitian yang dilakukan Lely Dahlia (2008), dengan sampel 77 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2005-2006. Dalam penelitian ini, tanggung jawab sosial korporat diukur dengan menggunakan CSDI berdasarkan GRI (*Global Reporting Initiative*) yang terdiri dari tiga fokus pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial.

Sedangkan kinerja perusahaan dibagi menjadi dua yaitu kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan menggunakan ROE (*Return Of Equity*) dan

kinerja pasar yaitu CAR (*Cumulative Abnormal Return*) diukur dengan menggunakan market adjusted model. Dalam penelitian tersebut terdiri dari lima variabel kontrol, yaitu *leverage*, *growth*, *beta*, *size*, dan *unexpecteds earnings*. Penelitian yang menggunakan 91 sampel perusahaan dimana terdiri dari dua model yaitu model pertama menggunakan sampel 66 perusahaan dan model kedua menggunakan 25 sampel perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial korporat berpengaruh positif terhadap ROE (kinerja keuangan perusahaan) dan berpengaruh positif juga terhadap CAR (kinerja pasar perusahaan).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hermi (2014), dengan sampel 56 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2010-2011. Dalam penelitian tersebut penulis mengambil hasil bahwa (1) pengungkapan tanggung jawab sosial korporat berpengaruh positif dan memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. (2) pengungkapan tanggung jawab sosial korporat berpengaruh negatif terhadap kinerja pasar perusahaan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Tri Cahyadi Nabila dan Dewi Sutjahyani (2023), dengan sampel sebanyak 7 perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019-2021. Dalam penelitian tersebut penulis mengambil kesimpulan bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Anik Musruroh dan Makaryanawati (2020), dengan sampel sebanyak 241 perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2011-2017.

Dari penelitian yang dilakukan, mereka mengambil kesimpulan, bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan tanggung jawab sosial berkaitan dengan keberlangsungan/sustainability perusahaan. Yang mana jika perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial dengan baik maka keberlangsungan perusahaan akan semakin terjamin dengan adanya dukungan penuh dari para pemangku kepentingan. Dari penelitian yang dilakukan oleh Danu Candra Indrawan (2011) yang menggunakan sampel sebanyak 31 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2007. Dari penelitian yang dilakukan, Danu Candra Indrawan menyimpulkan bahwa tanggung jawab sosial korporat berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Lely Dahlia, (2007)/Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2005 dan 2006).	Variabel Independen: Tanggung Jawab Sosial Korporat Variabel Dependen: Kinerja Keuangan,	Tingkat pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh positif terhadap ROE satu tahun ke depan.

		Kinerja Pasar Perusahaan Variabel KontrolSize, Leverage, Growth, Beta, Unexpected Earnings	
2	Hermi, (2014)/ Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Korporat Terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2011	Variabel Independen: Tanggung Jawab Sosial Korporat Variabel Dependen: Kinerja Keuangan, Kinerja Pasar	Tanggung jawab sosial korporat berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan dan kinerja pasar perusahaan.
3	Tri cahyadi Nabila dan Dewi Sutjahyani, (2023)/Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Korporat Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur sektor Makanan-Minuman Yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021.	Variabel Independen: Tanggung Jawab Sosial Korporat Variabel Dependen: Nilai Perusahaan.	Pengungkapan Tanggung jawab sosial korporat berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
4	Anik Musruroh dan Makaryanawati,(2020)/pengaruh Tanggung Jawab Sosial Korporat	Variabel Independen: Tanggung	Pengungkapan Tanggung jawab sosial korporat

	Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Pertambangan yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2017.	Jawab Sosial Korporat Variabel Dependen: Nilai Perusahaan.	berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
5	Danu Candra Irawan,(2011)/Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Korporat Kinerja Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2007	Variabel Independen: Tanggung Jawab Sosial Korporat Variabel Dependen: Kinerja Keuangan : ROE Kinerja Pasar Perusahaan	Tanggung jawab sosial korporat berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan Perusahaan dan kinerja pasar perusahaan

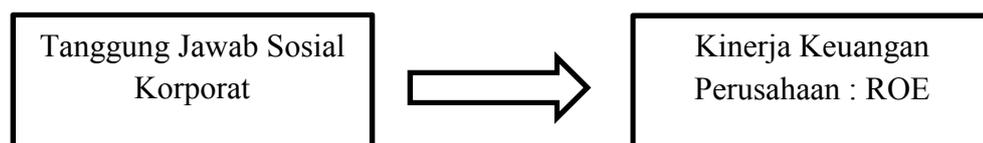
2.5 Kerangka Teoritis Dan Pengembangan Hipotesis

2.5.1 Kerangka Teoritis

Menurut Swanson (2013 : 122) mengatakan kerangka teoritis adalah struktur yang dapat menampung atau mendukung suatu teori dari suatu studi penelitian. Tujuan mengembangkan kerangka teoretis pada penelitian adalah agar memiliki landasan ilmiah dalam pemahaman makna yang terkandung dalam data penelitian (Neuman, 1997).

Penelitian yang berkenaan dengan dua variabel atau lebih, biasanya dirumuskan hipotesis yang berbentuk hubungan. Oleh karena itu dalam rangka menyusun hipotesis penelitian yang berbentuk hubungan maupun komparasi, maka perlu dikemukakan kerangka berpikir. Berdasarkan latar belakang, landasan teori dan untuk tercapainya penelitian ini .dengan acuan penelitian terdahulu. Seorang peneliti harus menguasai teori-teori ilmiah sebagai dasar bagi argumentasi dalam menyusun kerangka pemikiran yang dapat membuahkan hipotesis. Kerangka pemikiran ini merupakan penjelasan sementara terhadap gejala-gejala yang menjadi objek permasalahan (Sugiyono, 2014). Sehingga secara teoritis yang menjadi variabel independen dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan perusahaan (ROE), sedangkan yang menjadi variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan Perusahaan.

Maka secara skematis kerangka teoritis dari penelitian ini digunakan sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Teoritis

2.5.2 Pengembangan Hipotesis

2.5.2.1 Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Korporat terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (ROE)

Dalam menjalankan kegiatan operasinya, perusahaan berhadapan dengan banyak stakeholders seperti karyawan, pemasok, investor, pemerintah, konsumen

serta masyarakat. Untuk mempertahankan eksistensinya perusahaan memerlukan dukungan para pemangku kepentingan. Semakin berpengaruh para stakeholder, maka perusahaan harus semakin dekat dan beradaptasi dengan para stakeholders. Berdasarkan teori stakeholders, perusahaan memilih untuk menanggapi banyak tuntutan yang dibuat oleh para pihak yang berkepentingan, yaitu setiap kelompok dalam lingkungan luar organisasi yang terkena tindakan dan keputusan organisasi. Diharapkan dengan memenuhi tuntutan para stakeholders dapat meningkatkan penghasilan perusahaan. Penelitian yang mendukung adanya hubungan antara CSR dengan kinerja perusahaan adalah penelitian yang dilakukan oleh Dahlia dan Siregar (2008) yang menunjukkan bahwa aktivitas CSR berpengaruh positif terhadap ROE.

Peneliti lain yang mendukung adalah penelitian yang dilakukan oleh Heal dan Garret (2004) menunjukkan bahwa aktivitas CSR dapat menjadi elemen yang menguntungkan sebagai strategi perusahaan, memberikan kontribusi kepada manajemen risiko dan memelihara hubungan yang dapat memberikan keuntungan jangka panjang perusahaan. Sedangkan penelitian Siegel dan Paul (2006) menyatakan bahwa aktivitas CSR memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap efisiensi, perubahan teknikal, dan skala ekonomi perusahaan. Hal ini didukung oleh Mick dalam Jalal (2007) yang menyatakan bahwa CSR sangat berpengaruh terhadap kinerja bisnis, yaitu *eco-efficiency, acces to capital, brand value and reputation, risk management, dan innovation*.

Aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan berdampak terhadap kinerja perusahaan sesuai dengan Dahlia dan Siregar (2008). Penelitian ini

meneliti pengaruh aktivitas CSR terhadap ROE satu tahun ke depan karena aktivitas CSR berdampak secara tidak langsung terhadap kinerja perusahaan. Hal ini karena diduga aktivitas CSR dapat menjadi elemen yang menguntungkan sebagai strategi perusahaan, memberikan kontribusi terhadap manajemen risiko dan memelihara hubungan yang dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan sesuai dengan penelitian Heal dan Garret (2004).

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah :

H0: Tanggung jawab sosial korporat berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan *Return on Equity* (ROE).

H1: Tanggung jawab sosial korporat tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan *Return on Equity* (ROE).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan desain penelitian deskriptif. Menurut Purba dan Parulian Simanjuntak dalam (R. Ery Wibowo Agung Santosa, 2012) : “Penelitian deskriptif adalah suatu jenis penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran (deskripsi) dari suatu fenomena tertentu secara objektif”.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif.

Menurut R. Ery Wibowo Agung Santosa (2012), “Penelitian deskriptif kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Pengertian Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek atau benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh objek/subjek itu. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yaitu sebanyak 26 perusahaan.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014). Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti menentukan beberapa kriteria tertentu untuk dapat menentukan sampel yang diambil dari populasi yang kemudian berguna untuk mempersingkat dan mempermudah penelitian ini. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Adapun yang menjadi kriteria dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah :

- a) Perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020-2022.
- b) Perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang menerbitkan laporan keuangan secara lengkap dan jelas.
- c) Perusahaan yang mengungkapkan mengenai tanggung jawab sosialnya secara lengkap selama periode 2020-2022.
- d) Perusahaan manufaktur yang menggunakan satuan mata uang Rupiah

Berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan di atas, maka terdapat 40 perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman bagian papan utama yang dimana terdapat 10 perusahaan yang tidak melaporkan laporan keuangan dan mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosial secara lengkap sehingga tersisa 30 perusahaan yang melaporkan laporan keuangan dan mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosial secara lengkap selama periode 2020-2022 yang kemudian dijadikan sampel dalam penelitian ini.

Tabel 3.1 Populasi dan Sampel

KETERANGAN	JUMLAH
Jumlah Perusahaan Manufaktur sub-sektor makanan dan minuman papan utama yang terdaftar di BEI periode Tahun 2020-2022	40
Perusahaan yang tidak memenuhi kriteria sampel	10
Perusahaan yang memenuhi kriteria dan digunakan sebagai sampel	30

Sumber : www.idx.co.id

Tabel 3.2 Nama Perusahaan Sampel Penelitian

NO	KODE PERUSAHAAN	NAMA PERUSAHAAN
1	BUDI	PT Budi Strach & Sweetener Tbk
2	CAMP	PT Campina Ice Cream Induatry Tbk.
3	DLTA	PT Delta Djakarta Tbk.
4	GOOD	PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk.
5	HOKI	PT Buyung Poetra Sembada Tbk.
6	ICBP	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
7	INDF	PT Indofood Sukses Makmur Tbk.
8	MLB	PT Multi Bintang Indonesia Tbk.
9	MYOR	PT Mayora Indah Tbk.
10	ROTI	PT Nippon Indosari Corpindo Tbk.
11	SKLT	PT Sekar Laut Tbk.
12	ULTJ	PT Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk.
13	CINT	PT Chitose Internasional Tbk.

14	INDS	PT Indospring Tbk.
15	TBLA	PT Tunas Baru Lampung Tbk.
16	TSPC	PT Tempo Scan Pacific Tbk.
17	KINO	PT Kino Indonesia Tbk.
18	TOTO	PT Surya Toto Indonesia Tbk.
19	TCID	PT Mandom Indonesia Tbk.
20	UNVR	PT Unilever Indonesia Tbk.
21	SKLT	PT Sekar Laut Tbk.
22	IGAR	PT Champion Pacific Indonesia Tbk.
23	ALDO	PT Alkindo Naratama Tbk.
24	CPIN	PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk.
25	MARK	PT Mark Dynamics Indonesia Tbk.
26	KBLM	PT Kabelindo Murni Tbk.
27	INTP	PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk.
28	INAI	PT Indah Alluminium Industry Tbk.
29	KLBF	PT Kalbe Farma Tbk.
30	FASW	PT Fajar Surya Wisesa Tbk.

Sumber : www.idx.co.id

3.3 Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Sugiyono (2014:137) mengatakan bahwa “data sekunder

merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen”. Dalam penelitian ini data yang digunakan bersumber dari publikasi laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id)

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan desain penelitian deskriptif. Menurut Purba dan Parulian Simanjuntak dalam (R. Ery Wibowo Agung Santosa, 2012) : “Penelitian deskriptif adalah suatu jenis penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran (deskripsi) dari suatu fenomena tertentu secara objektif”.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif.

Menurut (R. Ery Wibowo Agung Santosa, 2012) “Penelitian deskriptif kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

3.4 Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.4.1 Variabel Dependen

3.4.1.1 Kinerja Keuangan

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan. Variabel ini diukur dengan menggunakan ROE. Return on Equity merupakan rasio profitabilitas yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mengelola modal untuk mendapatkan laba bersih (Almira dan Wiagustini,2020).

Dalam penelitian ini ROE yang diukur dengan menggunakan rumus:

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

3.4.2 Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah Tanggung Jawab Sosial Korporat. Variabel ini diukur berdasarkan GRI (Global Reporting Initiative) yang dalam penelitian hanya mengangkat tiga aspek pengungkapan, yaitu aspek ekonomi, aspek sosial dan aspek lingkungan yang terdapat 59 item sebagai dasar sustainability reporting. Menurut Mohammad Hanim (2020) mengatakan tanggung jawab sosial korporat merupakan sebuah komitmen dari sebuah bisnis atau perusahaan untuk dapat berperilaku secara etis dan berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi yang berkesinambungan.

Pendekatan untuk menghitung CSDI pada dasarnya menggunakan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan, selanjutnya skor dari setiap item dijumlahkan dan dibagi oleh jumlah seluruh item dari seluruh aspek pengungkapan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan.

Rumus perhitungan CSDI adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

CSDI_j : Corporate Social Responsibility Disclosure Index Perusahaan j

n_j : Jumlah Item untuk perusahaan j

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

Dengan demikian, $0 < CSDI_j < 1$.

3.5 Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program komputer, yaitu *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS). Data yang terkumpul dalam penelitian ini akan di analisis secara kuantitatif dengan mengolah data yang telah terkumpul agar dapat memberikan tafsiran jawaban atas hipotesis yang telah ditetapkan pada penelitian.

3.5.1 Teknik Analisis

Dalam penelitian ini digunakan uji asumsi klasik sebelum menguji hipotesis dengan menggunakan analisis regresi sederhana. Pengujian asumsi klasik ini digunakan agar variabel bebas sebagai estimator atas variabel terikat tidak bias. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk menghindari terjadinya bias, data yang digunakan harus terdistribusi dengan normal. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah One Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Dalam uji One Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Variabel yang mempunyai Asymp. Sig (2-tailed) di bawah tingkat signifikan sebesar 0,05 (probabilitas < 0,05) diartikan bahwa variabel-variabel tersebut memiliki distribusi tidak normal atau sebaliknya.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi menunjukkan bahwa variabel pada suatu observasi tertentu berkorelasi dengan variabel pengganggu pada observasi lainnya. Ghozali (2018), autokorelasi menguji

adanya koreksi kesalahan pengganggu periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t sebelumnya ($t-1$).

Metode pengujian yang sering digunakan pada penelitian skripsi kuantitatif adalah dengan uji Durbin Watson (uji DW) dengan ketentuan DW (Durbin Watson) terletak antara DU dan $4-DU$, maka hipotesis diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas.

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji Glejser. Uji Glejser dapat dilakukan dengan meregresi nilai Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji Glejser. Uji Glejser dapat dilakukan dengan meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel atau lebih yang diuji mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai syarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah ;

- Jika nilai *deviation from Linearity* Signifikan $> 0,05$, maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah linear.

- Jika nilai *deviation from Liearity* Signifikan $< 0,05$, maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah tidak linear.

3.5.2 Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah sebuah metode pendekatan untuk pemodelan hubungan antara satu variabel independen dengan variabel dependen. Dalam analisis regresi sederhana, hubungan antara variabel X akan diikuti oleh perubahan pada variabel Y secara tetap.

Tujuan utama penggunaan regresi ini adalah untuk memprediksi atau memperkirakan nilai variabel dependen dalam hubungannya dengan variabel independen dengan demikian, keputusan dapat dibuat untuk memprediksi seberapa besar perubahan nilai variabel dependen bila nilai variabel dinaikturunkan.

3.5.3 Pengujian Hipotesis

1. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji parsial dilakukan untuk menguji signifikansi antara variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila angka profitabilitas tingkat kesalahan t atau p value lebih kecil dari taraf signifikansi 5% (0,05), maka variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. Uji Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh semua variabel independen terhadap nilai variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ini mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat Y dapat diterangkan oleh variabel bebas X. Nilai koefisien determinasi antara nol dan 1.