

Corporate Social Responsibility (CSR) dan Profitabilitas: Pengaruh aspek ekonomi, lingkungan, dan social pada Perusahaan Manufaktur

Endrawati¹, Elfitri Santi², Velli Maita Putri³

¹Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Padang

Email: endrawati@pnp.ac.id

²Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Padang

Email: elfitrisanti.pnp@gmail.com

³Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Padang

Email: vellimaitaputri@gmail.com

ABSTRACT

This study was conducted to determine how the influence of Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure on profitability. This research uses a quantitative approach method. The data analysis technique used in this research is panel data regression analysis technique and the data is processed using STATA software version 16. Disclosure of economic, environmental, and social aspects of CSR as independent variables, company size, and sub-sector as control variables and profitability projected by Return on Asset (ROA) and Net Profit Margin (NPM) as dependent variables. This research was conducted in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2018-2021. The sample selection in this study used purposive sampling method and obtained 29 sample companies. The results of this study indicate that the disclosure of CSR in economic, environmental, and social aspects does not have a significant effect on ROA. Likewise, CSR disclosure of environmental and social aspects. The larger the size of the firm, the higher CSR disclosure carried out by the company.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Profitability, Return On Asset (ROA), Net Profit Margin (NPM), Firm Size.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap profitabilitas. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi data panel dan data diolah menggunakan software STATA versi 16. Pengungkapan aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial CSR sebagai variabel independen, ukuran perusahaan dan sub-sektor sebagai variabel kontrol dan profitabilitas yang diproyeksikan dengan Return on Asset (ROA) dan Net Profit Margin (NPM) sebagai variabel dependen. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2021. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dan diperoleh 29 perusahaan sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada pengungkapan CSR aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ROA. Begitu juga dengan pengungkapan CSR aspek lingkungan dan sosial yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap NPM. Namun, pada pengungkapan CSR aspek sosial ekonomi memiliki pengaruh signifikan terhadap NPM. Semakin besar ukuran perusahaan menunjukkan bahwa semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan,

Kata kunci: Corporate Social Responsibility (CSR), Profitabilitas, Return On Asset (ROA), Net Profit Margin (NPM), Ukuran Perusahaan.

Pendahuluan

Perusahaan cenderung mengabaikan dampak dari kegiatan perusahaan berupa dampak sosial, lingkungan, pemberdayaan dan yang lainnya. Perusahaan yang baik tidak hanya dituntut untuk menghasilkan keuntungan yang besar (*profit*), melainkan juga memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*) agar lingkungan sekitar perusahaan tidak merasakan kerugian akibat kegiatan perusahaan. Selain itu ukuran perusahaan juga akan menentukan arah serta bagaimana perusahaan memperoleh keuntungan serta tetap menjaga lingkungan.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan [1]. Profitabilitas merupakan salah satu informasi yang penting bagi investor karena investor dapat menganalisis perkembangan perusahaan. Rasio yang menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk mengukur seberapa besar tingkat keuntungan yang dapat diperoleh.

Perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang kegiatan usahanya mengelola bahan baku menjadi bahan jadi. Dalam kegiatan operasionalnya perusahaan manufaktur tidak hanya melibatkan bahan baku dalam proses produksi akan tetapi juga melibatkan tenaga kerja yang langsung terlibat dengan proses pengolahan bahan baku. Pada umumnya perusahaan manufaktur lebih banyak menyerap tenaga kerja dibandingkan perusahaan jasa dan dagang. Selain itu, perusahaan manufaktur juga merupakan perusahaan yang akan memberikan dampak langsung terhadap lingkungan sekitar. Kegiatan operasional perusahaan manufaktur dapat diketahui bahwa perusahaan memiliki kegiatan yang beragam dan akan menghasilkan limbah serta dampak dari kegiatan operasionalnya.

Berdasarkan informasi terkait dengan menurunnya laba bersih pada perusahaan PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk (JAPFA) yang bergerak di bidang pakan ternak, peternakan ayam, pengolahan unggas, dan budidaya perikanan ini mencatat membukukan laba bersih Rp1,76 triliun pada 2019. Sepanjang 2019, laba bersih turun 18,5% dibandingkan dengan pencapaian 2018 sebesar Rp2,16 triliun. Hal ini disebabkan karena beban pokok penjualan dan pemasaran yang membengkak, dimana beban pokok penjualan telah menekan perolehan laba bersih PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk (JPFA) pada 2019 yang turun 18,5%. Kendati pendapatan tumbuh 8%. Dari Laporan keuangan emiten terungkap jumlah pendapatan selama 2019 mencapai Rp34,01 triliun atau tumbuh 8%. Namun membengkaknya beban pokok penjualan yang naik 10,4% menjadi Rp 29,6 triliun, telah menghambat pertumbuhan laba bersih, bahkan turun 18,5% menjadi Rp1,76 triliun dari Rp2,16 triliun yang dicatat pada 2018 [2].

Sementara itu PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk (JPFA) juga membukukan laba bersih pada 2020 sebesar Rp916,71 miliar atau turun dibandingkan 2019. Hal ini dikarenakan melemahnya penjualan atau menurunnya permintaan barang produksi dalam negeri. Selain itu, penjualan ekspor pada kuartal I-2019 juga mengalami fluktuatif. Bahkan ketika memasuki kuartal II-2019 kinerja ekspor menurun tajam yang terjadi pada bulan Oktober 2019 menjadi pemicu tergerusnya laba, dimana laba tahun berjalan yang diatribusikan kepada pemilik entitas induk menurun 0,48% dibandingkan 2019 sebesar Rp 1,76 triliun. Penjualan turun 4,91% menjadi Rp36,96 triliun dari 2019 sebesar Rp38,87 triliun.

Penurunan penjualan dikontribusikan dari segmen usaha pakan ternak, pengolahan hasil peternakan dan produk konsumen, peternakan sapi serta pembibitan ayam. Sedangkan segmen peternakan komersial, budidaya perairan, dan perdagangan lain-lain

mengalami peningkatan. Lebih lanjut, beban pokok penjualan sebesar Rp29 triliun atau turun 6,45% dari 2019 sejumlah Rp31 triliun. Laba kotor menurun 5,71% menjadi Rp7,42 triliun dari sebelumnya Rp7,87 triliun. Sementara laba usaha melemah 20,51% menjadi Rp2,48 triliun dari tahun 2019 sebesar Rp3,12 triliun. Laba sebelum pajak penghasilan hingga akhir tahun 2020 tercatat sebesar Rp1,67 triliun, menurun 32,93% dibandingkan periode sama tahun sebelumnya yang membukukan Rp2,49 triliun [3]. Fenomena-fenomena ini menunjukkan bahwa peristiwa penurunan laba yang terjadi akan berdampak pada perusahaan dimana akan terjadinya kasus manipulasi laba yang akan dilakukan oleh manajemen perusahaan [4].

Perusahaan manufaktur mempunyai kontribusi yang cukup besar dalam adanya permasalahan pencemaran lingkungan. Selain itu perusahaan tersebut adalah perusahaan yang menjual produk kepada konsumen sehingga isu keselamatan dan keamanan produk menjadi penting untuk diungkapkan. Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang pengolahan bahan baku menjadi barang jadi atau barang setengah jadi. Sektor manufaktur terus meningkat dan terus berkembang di Indonesia, hal ini dapat dilihat dari kontribusi perusahaan manufaktur terhadap produk domestik bruto (PDB) yang terus meningkatkan tiap tahunnya, pada tahun 2020 PDB mencapai Rp2.760,43 triliun, kemudian pada tahun 2021 tercatat PDB mencapai Rp2.946,9 triliun. Selain itu sepanjang tahun 2021 investasi pada sektor manufaktur mencapai Rp325,4 triliun yang melewati target pencapaian investasi manufaktur yang sebelumnya diproyeksikan Kemenperin berkisar antara Rp280 triliun sampai Rp290 triliun.

Sedangkan pada 2019 realisasi investasi sektor manufaktur sebesar Rp215,9 triliun. Selain itu nilai ekspor manufaktur pada 2021 menyumbang 76,49% dari total ekspor nasional, dan penyerapan tenaga kerja pada tahun 2021 18,7 juta orang dari tahun 2021 sebanyak 17,48 juta orang [5]. Industri manufaktur merupakan perusahaan yang dominan terdaftar di BEI. Selain itu industri manufaktur memberikan kontribusi terbesar atas kenaikan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang mencapai 7,07% pada triwulan II tahun 2021. Sektor ini merupakan sumber pertumbuhan tertinggi, yaitu sebesar 1,35%. Di periode ini, sektor manufaktur sendiri mencatatkan pertumbuhan sebesar 6,91% meskipun mengalami tekanan akibat pandemi Covid-19 [6].

Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah memberikan atau mengungkapkan suatu informasi yang dapat menambah nilai dari perusahaan yang bisa saja tidak dimiliki oleh perusahaan yang lain dengan cara mengungkapkan tanggung jawab sosial. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah pendekatan bisnis atau komitmen yang dilakukan perusahaan dengan memberikan kontribusi terkait dengan pembangunan yang berkelanjutan dan memberikan manfaat yang menitikberatkan pada keseimbangan ekonomi, sosial dan lingkungan bagi kesejahteraan seluruh pemangku [7]. Persaingan usaha yang semakin ketat yang disebabkan oleh dampak globalisasi, dan mulai diberlakukannya perdagangan bebas, telah menggeser paradigma bisnis dari *Comparative Advantage*, menjadi *Competitive Advantage*, yang akhirnya memaksa setiap kegiatan bisnis yang dilakukan perusahaan harus memilih strategi yang tepat dan efektif. Strategi yang dimaksud adalah dimana perusahaan harus berada dalam posisi yang strategis dan dapat beradaptasi dengan baik dengan lingkungan di sekitar perusahaan.

Standar yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk menjalankan CSR antara lain dengan menggunakan pedoman yang dirumuskan dalam GRI (*Global Reporting Initiative*). GRI berperan sebagai sebuah organisasi yang mendukung penerapan pelaporan

keberlanjutan dengan membuat sebuah standarisasi atau pedoman pelaporan. Untuk mengukur pengungkapan dapat diketahui dengan menggunakan proksi *CSR indeks* (CSRI) berdasarkan indikator GRI [8]. Selain itu, *national center for sustainability reporting* (NCSR) di Indonesia yang merupakan organisasi independen yang bertujuan untuk membantu, mengembangkan, mengukur dan melaporkan CSR juga menggunakan GRI untuk mengukur CSR [9]. CSRI dinilai dengan membandingkan jumlah pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan dengan jumlah pengungkapan yang terdapat dalam GRI 4.0 yang berisi 91 item pengungkapan.

Kasus terkait dengan *CSR* yaitu PT Indominco Mandiri di Kalimantan Timur, yang terbukti bersalah melanggar UU Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Pembuangan limbah PLTU batubara PT Indominco Mandiri (Indominco), anak usaha PT Indo Tambangraya Megah (ITM) berupa *fly ash* dan *bottom ash* batubara ini merupakan rentetan penghancuran alam sejak dari penambangan di Sungai Santan, Kutai Kartanegara hingga intimidasi kepada warga. Pada kasus ini, pidana penjara terhadap pimpinan perusahaan juga lenyap. Pidana denda Rp 2 miliar kepada Indominco dapat ditebus hanya mengapalkan seperempat tongkang batubara volume 8.000 ton. Hitungan itu, didapat dari harga batubara acuan saat ini, dikalikan satu tongkang batubara [10].

Kasus pencemaran lingkungan akibat pertambangan juga dilakukan oleh PT Freeport Indonesia (PTFI), Jayapura. Pelanggaran PTFI sepanjang 2013-2015 berupa penggunaan hutan lindung seluas 4.535,93 hektar tanpa Izin Pinjam Pakai Kawasan Hutan (IPPKH) dari KLHK dan pembuangan limbah yang mengakibatkan kerusakan ekosistem. Imbas dari pelanggaran yang mengakibatkan kerusakan lingkungan tersebut, KLHK menjatuhkan denda kepada PTFI sebesar Rp 460 miliar. Pada kasus tersebut dijelaskan bahwa PTFI melanggar Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 2 Tahun 2008 tentang Jenis dan Tarif Atas Jenis PNPB yang Berasal dari Penggunaan Kawasan Hutan Berlaku pada Departemen Kehutanan untuk Kepentingan Pembangunan di Luar kegiatan Kehutanan. Sanksi yang diberikan berupa denda tersebut akibat penggunaan kawasan hutan tanpa izin [11].

Kesimpulan dari kasus tersebut adalah masalah lingkungan dan sosial yang tidak diatur dengan baik oleh perusahaan serta memberikan dampak negatif yang besar. Oleh sebab itu, masalah pengelolaan lingkungan dan sosial menjadi aspek yang penting dalam mengoperasikan perusahaan. Penerapan CSR wajib dilaksanakan perusahaan supaya perusahaan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat sekitar. Ukuran perusahaan merupakan skala besar atau kecilnya perusahaan yang dapat dikelompokkan berdasarkan total aset dan total ekuitas. Perusahaan yang berukuran relatif besar cenderung mempunyai kestabilan yang lebih baik dan operasional yang dapat diprediksi, oleh karena itu tingkat kesalahan estimasi akan semakin kecil, semakin besar ukuran perusahaan diharapkan juga mempunyai pertumbuhan laba yang semakin besar pula. Apabila laba perusahaan selalu meningkat akan menunjukkan semakin kuatnya hubungan antara perusahaan dengan investor dengan semakin meningkatnya return bagi para investor, hal inilah yang menjadikan investor lebih tertarik pada perusahaan besar, karena dianggap mampu meningkatkan kinerjanya serta meningkatkan persistensi laba perusahaan tersebut.

Stakeholder Theory

Teori *stakeholder* merupakan suatu teori yang mengatakan bahwa keberlangsungan suatu perusahaan tidak terlepas dari adanya peranan *stakeholders* baik dari internal maupun eksternal dengan berbagai latar belakang kepentingan yang berbeda dari setiap *stakeholders* yang ada [12]. Teori *stakeholders* adalah teori manajemen organisasi dan etika bisnis yang membahas moral dan nilai-nilai dalam mengelola organisasi, seperti yang terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan, ekonomi pasar dan lainnya [13]. Dari pengertian teori *stakeholders* yang dijelaskan oleh peneliti tersebut, teori *stakeholders* juga dapat diartikan sebagai tanggung jawab yang dimiliki perusahaan tidak hanya kepada pemilik atau *shareholders*, tetapi juga mencakup kepada masyarakat atau *stakeholders*.

Perusahaan sebagai entitas harus menjaga hubungan dengan *stakeholders* dengan memenuhi keinginan dan kebutuhan para *stakeholders*. Perusahaan harus bisa menjaga komunikasi yang baik dengan cara mengungkapkan informasi yang diperlukan oleh *stakeholders*. Hal ini menunjukkan bahwa *stakeholders* merupakan komponen penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Perhatian yang dapat diberikan perusahaan kepada *stakeholders* adalah dengan cara memenuhi informasi yang dibutuhkan agar mendapat dukungan dari *stakeholders* yang mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Praktik dan pengungkapan CSR memerlukan biaya yang tidak sedikit sehingga perusahaan perlu meningkatkan labanya supaya CSR dapat terlaksana dan dilaporkan. Laba yang dihasilkan oleh perusahaan sebagian akan dialokasikan untuk kepentingan *stakeholders* sehingga keberlangsungan perusahaan tetap terjaga.

Berdasarkan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi akan mengungkapkan CSR yang tinggi pula karena sebagai bagian dari timbal balik atau hasil dari hubungan saling menguntungkan antara perusahaan dan *stakeholdernya*. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan mudah menyampaikan informasi sosialnya karena biaya yang diperlukan akan tercukupi dengan adanya laba tersebut. Hal ini menjelaskan bahwa dengan adanya pengungkapan CSR akan memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak.

Legitimacy Theory

Teori legitimasi dianggap sebagai usaha untuk menyamakan persepsi atau asumsi tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas (perusahaan) merupakan tindakan yang diinginkan, pantas atau sesuai dengan norma, nilai dan kepercayaan [14]. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat yang akan memberikan manfaat bagi perusahaan untuk terus tetap beroperasi. Teori legitimasi mengungkapkan bahwa perusahaan secara berkelanjutan berusaha untuk meyakini kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan telah sesuai dengan aturan dan batasan yang ada [15].

Teori legitimasi membahas mengenai organisasi secara berkelanjutan dalam melakukan kegiatan untuk memberikan jaminan, bahwa semua kegiatan operasionalnya masih berada dalam Batasan yang ditekankan oleh norma dan peraturan yang berlaku di masyarakat. Organisasi yang dalam menjalankan kegiatannya sesuai dengan norma yang berlaku di masyarakat dengan memperhatikan lingkungan sekitar akan memberikan pengaruh terhadap kelangsungan hidup organisasi tersebut, hal ini akan mendorong organisasi untuk memperhatikan lingkungan sekitar dalam menjalankan kegiatan operasionalnya guna mendapatkan kepercayaan dari para *stakeholders*.

Upaya yang dapat dilakukan oleh pihak perusahaan untuk meyakinkan *stakeholders* adalah dengan cara perusahaan harus memiliki inisiatif dan insentif untuk melakukan kegiatan sosial. Kegiatan sosial ini merupakan harapan dari para *stakeholders* yang harus dilaksanakan oleh perusahaan, adanya kegagalan perusahaan dalam memenuhi harapan ini akan mengakibatkan hilangnya legitimasi yang akan berdampak terhadap dukungan yang diberikan oleh masyarakat kepada perusahaan. Hal ini menjadi ancaman karena dapat mengancam keberlanjutan suatu organisasi yang merupakan salah satu faktor penting bagi suatu organisasi. Sehingga berdasarkan teori legitimasi tersebut yang menyatakan bahwa perusahaan yang mempunyai sumber daya yang besar akan berusaha untuk memperoleh legitimasi dari seluruh pemangku kepentingan.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Tujuan adanya CSR adalah untuk memberikan kontribusi terhadap pengembangan lingkungan dan masyarakat sekitar, mengurangi resiko kerugian, menjalin hubungan baik dengan masyarakat, dan menjalin hubungan baik dengan para pemegang kepentingan diluar perusahaan. *Corporate Social Responsibility* dipahami sebagai cara perusahaan dalam mencapai keseimbangan atau integrasi dari ekonomi, lingkungan, dan sosial dalam waktu yang sama bisa memenuhi harapan *shareholders* maupun *stakeholders*. Pada implementasinya sendiri, CSR dinyatakan sebagai bagian dari etika bisnis yang dilakukan dengan tujuan saling memberi manfaat kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan disusun berfokus pada konsep *Triple Bottom Line* (TBL) tersebut yang menyatakan bahwa perusahaan akan tumbuh berkelanjutan jika perusahaan tidak hanya memperhatikan aspek profit saja, tetapi juga harus memperhatikan aspek lainnya seperti lingkungan masyarakat dan lingkungan fisik tempat perusahaan berdiri.

Pemahaman terkait dengan penerapan CSR pada umumnya berkisar antara tiga hal pokok, yaitu peran yang bersifat sukarela yang bersifat membantu perusahaan untuk mengatasi permasalahan sosial dan lingkungan, kemudian perusahaan yang merupakan institusi profit menyisihkan sebagian keuntungannya untuk tujuan pemberdayaan sosial dan perbaikan kerusakan lingkungan akibat eksploitasi dan eksplorasi perusahaan, dan sebagai bentuk kewajiban perusahaan terhadap kepedulian untuk mengentaskan krisis kemanusiaan dan lingkungan yang terus meningkat.

Untuk mengukur pengungkapan dapat diketahui dengan menggunakan proksi *Corporate Social Responsibility Indeks* (CSRI) berdasarkan indikator *global reporting initiative* atau GRI [16]. Selain itu, *national center for sustainability reporting* (NCSR) di Indonesia yang merupakan organisasi independen yang bertujuan untuk membantu, mengembangkan, mengukur dan melaporkan CSR juga menggunakan GRI untuk mengukur CSR [17]. CSRI dinilai dengan membandingkan jumlah pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan dengan jumlah pengungkapan yang terdapat dalam GRI 4.0 yang berisi 91 item pengungkapan.

GRI Sustainability Reporting Guidelines membagi aspek-aspek yang perlu dilaporkan dalam tanggung jawab sosial perusahaan ke dalam tiga kategori, yaitu: kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Ketiga aspek ini diharapkan dapat dilaporkan oleh perusahaan setiap tahunnya. Laporan ini memberikan informasi mengenai kontribusi perusahaan terhadap pengembangan ekonomi yang berkelanjutan. Namun, karena masih adanya perusahaan yang belum berpengalaman, GRI memberikan pilihan dan fleksibilitas

bagi penggunaanya dalam membuat laporan pertanggungjawaban sosial yang lengkap dan ideal.

CSR tidak hanya mengindikasikan kepedulian perusahaan terhadap persoalan sosial dan lingkungan saja, namun merupakan pendukung terwujudnya pembangunan yang berkesinambungan dengan menyeimbangkan aspek ekonomi, sosial serta perlindungan terhadap lingkungan hidup. Dalam rangka turut merespon perubahan serta menciptakan hubungan saling percaya, sehingga upaya yang tengah dilaksanakan oleh perusahaan adalah merancang serta mengembangkan program yang berorientasi pada bentuk tanggungjawab sosial [18]. Dalam rangka melaksanakan kegiatan CSR, perusahaan seharusnya melakukan penganggaran serta memperhitungkan sebagaimana biaya perseroan yang dilaksanakan dengan memperhatikan aspek kepatuhan serta kewajiban, serta kegiatan tersebut harus dimuat dalam laporan tahunan perusahaan [19].

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan merupakan suatu proses pengkomunikasian kepada kelompok khusus tertentu yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan mengenai dampak sosial dan lingkungan yang diakibatkan dari kegiatan operasional perusahaan. Pengungkapan ini harus memuat informasi yang diperlukan dan bermanfaat bagi para *stakeholder*. Oleh karena itu, pengungkapan harus dilakukan seluas-luasnya mengingat keluasan pengungkapan menentukan legitimasi perusahaan.

Profitabilitas

Profitabilitas tidak dapat dilihat ataupun diartikan pada satu periode saja, melainkan harus dilihat dari waktu yang cukup panjang berkaitan dengan satu tahun operasional berdasarkan siklus normal perusahaan dalam melakukan kegiatan produksinya, dimulai dari aktivitas pembelian bahan baku, pengolahan dan produksi, penjualan sampai pada penagihan piutang. Profitabilitas mampu menggambarkan bagaimana perusahaan dalam menghasilkan laba melalui sumber daya yang ada pada perusahaan, hal ini dapat dilihat dari perbandingan antara laba dan aset perusahaan.

Profitabilitas menggambarkan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh profit (laba). Rasio ini memberikan informasi mengenai ukuran tingkat efektifitas manajemen perusahaan. Rasio ini digunakan untuk mengukur perbandingan antar komponen yang ada dalam laporan keuangan antara neraca dan laba rugi.

Profitabilitas perusahaan merupakan salah satu dasar penilaian kondisi suatu perusahaan [20]. Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui sumber daya yang dimiliki yaitu dari kegiatan penjualan, penggunaan aset dan penggunaan modal [21]. Rasio profitabilitas mengukur efektifitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Rasio profitabilitas dapat dijadikan alat evaluasi kinerja manajemen, apakah bekerja secara efektif atau tidak. Menurut Sartono [22], ada beberapa jenis rasio profitabilitas yaitu : *Gross Profit Margin* (GPM), *Net Profit Margin* (NPM), *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE).

ROA merupakan ukuran yang memberikan informasi terkait dengan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang

tersedia dalam perusahaan, semakin tinggi nilainya maka semakin baik pula kondisi perusahaan tersebut. Nilai ini memberikan informasi sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan yang sesuai dengan yang diharapkan. Kemudian investasi tersebut sebenarnya sama dengan asset perusahaan yang ditanamkan. Semakin tinggi nilai ROA tersebut mengindikasikan bahwa semakin baik produktifitas asset dalam memperoleh keuntungan bersih, sehingga akan meningkatkan daya tarik investor kepada perusahaan karena tingkat pengembalian atau deviden akan semakin besar pula.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan data sekunder dengan kategori data panel, dimana data panel merupakan kombinasi antara data *cross section* dan *time series* 23]. Penentuan sampel perusahaan dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan diperoleh 29 perusahaan yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Analisis regresi berganda didefinisikan sebagai model regresi linier yang melibatkan beberapa variabel independen, serta digunakan untuk menganalisis besarnya hubungan atau pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen [24].

Terdapat indikator yang digunakan dalam pengungkapan CSR menurut GRI *Standards* versi G4 berjumlah 91 item yang terdiri dari CSR Ekonomi 9 item, CSR Lingkungan 34 item, dan CSR Sosial 48 item. Dinilai 1 jika diungkapkan dan dinilai 0 apabila tidak diungkapkan. Kemudian nilai dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh besarnya CSR per indikator dari suatu perusahaan. Rumus untuk menghitung indikator ekonomi, adalah $CSRI = \frac{\sum X_e}{n}$, indikator lingkungan adalah $CSRI = \frac{\sum X_l}{n}$, dan indikator sosial adalah $CSRI = \frac{\sum X_s}{n}$. Dimana CSRI = *Corporate Social Responsibility Index* ', X_e, l, s = Jumlah item indikator yang diungkapkan, n = Total item indikator yang diungkapkan.

Hasil

Characteristics of the Research Sample

Perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2021 berjumlah 166 perusahaan terdiri dari tiga sektor yaitu industri barang konsumsi, industri dasar dan kimia, dan aneka industri dengan 21 sub-sektor turunannya. Berdasarkan kriteria pemilihan sampel yang dilakukan dengan metode *purposive sampling*, maka diperoleh 29 sampel perusahaan yang akan diobservasi. Berdasarkan 29 sampel tersebut berikut rata-rata ukuran perusahaan berdasarkan sub-sektor perusahaan yang menjadi sampel:

Tabel 1
Karakteristik Sampel Berdasarkan Ukuran Perusahaan

SUB SEKTOR	UKURAN PERUSAHAAN
FARMASI	29,59
KABEL	29,07
KIMIA	27,41
MAKANAN DAN MINUMAN	29,32
OTOMOTIF DAN KOMPONEN	33,49
PAKAN TERNAK	31,06
PERALATAN RUMAH TANGGA	29,36
PLASTIK DAN KEMASAN	28,11
PULP DAN KERTAS	28,53

ROKOK	30,01
SUB SEKTOR LAINNYA PADA SEKTOR BARANG KONSUMSI	28,52
TOTAL	29,27

Sumber: Data Diolah, 2022

Ukuran perusahaan yang didasarkan dengan menggunakan informasi dari total aset disebabkan karena anggapan manajer bahwa perusahaan yang memiliki total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut relatif stabil dan mampu memperoleh laba yang besar. Ukuran perusahaan pada penelitian ini diukur menggunakan logaritma natural dari total aset perusahaan. Berdasarkan tabel diatas, total rata-rata ukuran perusahaan pada sampel penelitian ini adalah sebesar 29,27. Nilai terbesar dari rata-rata ukuran perusahaan terdapat pada sub-sektor otomotif dan komponen yaitu sebesar 33,49. Nilai terkecil dari rata-rata ukuran perusahaan terdapat pada sub-sektor kimia yaitu sebesar 27,41. Secara keseluruhan nilai terbesar dari rata-rata ukuran perusahaan terdapat pada sektor barang konsumsi yang terdiri dari sub-sektor farmasi, makanan dan minuman, peralatan rumah tangga dan rokok dimana nilai rata-rata ukuran perusahaannya besar dari nilai total rata-rata ukuran perusahaan yaitu 29,27. Nilai terkecil secara keseluruhan dari rata-rata ukuran perusahaan terdapat pada sektor industri dan kimia yang terdiri dari sub-sektor kimia, plastik dan kemasan, dan pulp dan kertas dimana nilai rata-rata ukuran perusahaannya kecil dari nilai total rata-rata ukuran perusahaan yaitu 29,27.

Perusahaan yang berskala besar lebih mudah untuk memperoleh pinjaman dibandingkan dengan perusahaan yang relatif kecil, hal ini disebabkan karena perusahaan besar mempunyai jaminan aset yang lebih besar pula sehingga para kreditur secara tidak langsung menganggap perusahaan tersebut mampu untuk membayar pinjaman. Selain para kreditur, pihak investor juga lebih yakin bahwa perusahaan yang berskala besar juga mempunyai pertumbuhan laba yang besar pula sehingga memperoleh deviden yang besar. Perusahaan besar juga akan mengeluarkan laporan keuangan yang lebih berkualitas karena perusahaan besar mempunyai kestabilan operasi yang lebih baik sehingga adanya kesalahan dalam pengelolaan diestimasikan lebih kecil.

Pengelolaan modal yang dilakukan oleh pihak agen menjadi pihak yang diberi kepercayaan untuk melakukan pengelolaan terhadap perusahaan, agen sebagai pengelola akan melakukan serangkaian tindakan yang mendukung kegiatan produktivitas perusahaan agar dapat memberikan return yang maksimal terhadap principal. Ukuran perusahaan yang semakin besar maka biaya yang dikeluarkan untuk operasionalnya juga semakin besar, semakin besar ukuran perusahaan berbanding lurus dengan jumlah aktiva yang dimiliki, aset yang semakin besar akan turut meningkatkan *public demand* terhadap laporan yang dikeluarkan manajemen oleh principal atas semua tindakan yang dilakukan terutama dalam pemanfaatan aset

Tabel 2
Karakteristik Subsektor Berdasarkan Variabel yang Diteliti

Sub Sektor	CSRI1	CSRI2	CSRI3	ROA	NPM
Farmasi	0,22	0,24	0,22	0,10	0,10
Kabel	0,28	0,08	0,16	0,06	0,05
Kimia	0,17	0,21	0,09	0,05	0,05
Makanan dan Minuman	0,29	0,16	0,19	0,10	0,09
Otomotif dan Komponen	0,33	0,30	0,24	0,07	0,12
Pakan Ternak	0,17	0,14	0,21	0,14	0,09
Peralatan Rumah Tangga	0,11	0,12	0,13	0,066	0,11

Plastik dan Kemasan	0,29	0,20	0,23	0,09	0,08
Pulp dan Kertas	0,11	0,17	0,15	0,07	0,06
Rokok	0,39	0,30	0,21	0,08	0,07
Sub sektor lainnya pada sektor barang konsumsi	0,17	0,11	0,21	0,07	0,04
Total rata-rata sub sektor terhadap variabel	0,25	0,18	0,19	0,09	0,08

Sumber: Data Diolah, 2022

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini, variabel independen yaitu CSR Ekonomi, CSR Lingkungan dan CSR Sosial. Profitabilitas menjadi variabel dependen penelitian ini. Profitabilitas diukur dengan rasio *Return on Asset* (ROA) dan *Net Profit Margin* (NPM). Semakin besar nilai CSR berarti semakin banyak pula item dalam indikator CSR yang diungkapkan. Semakin besar nilai ROA, berarti semakin besar tingkat laba perusahaan yang dihasilkan melalui alokasi sumber daya perusahaan. Semakin besar nilai NPM, berarti semakin besar tingkat laba perusahaan yang dihasilkan dari setiap penjualan.

Nilai maksimum dari pengungkapan CSRI1 terdapat pada sektor rokok dengan nilai sebesar 0,39. Hal ini menunjukkan bahwa banyaknya jumlah item CSR Ekonomi yang diungkapkan oleh sub-sektor rokok. Nilai minimum dari pengungkapan CSRI1 terdapat pada sub-sektor peralatan rumah tangga dan sub-sektor pulp dan kertas dengan nilai 0,11. Hal ini menunjukkan bahwa sedikitnya jumlah item CSR Ekonomi yang diungkapkan oleh sub-sektor peralatan rumah tangga dan pulp dan kertas.

Nilai maksimum dari CSRI2 terdapat pada sub-sektor otomotif dan komponen dan sub-sektor rokok dengan nilai sebesar 0,30. Hal ini menunjukkan bahwa banyaknya jumlah item CSR Lingkungan yang diungkapkan oleh sub-sektor otomotif dan sub-sektor rokok. Nilai minimum dari pengungkapan CSRI2 terdapat pada sub-sektor kabel dengan nilai 0,08. Hal ini menunjukkan bahwa sedikitnya jumlah item CSR Lingkungan yang diungkapkan oleh sub-sektor kabel.

Nilai maksimum dari CSRI3 terdapat pada sub-sektor otomotif dan komponen dengan nilai sebesar 0,24. Hal ini menunjukkan bahwa banyaknya jumlah item CSR Sosial yang diungkapkan oleh sub-sektor otomotif. Nilai minimum dari pengungkapan CSRI3 terdapat pada sub-sektor kimia dengan nilai 0,09. Hal ini menunjukkan bahwa sedikitnya jumlah item CSR Sosial yang diungkapkan oleh sub-sektor kimia.

Nilai maksimum dari ROA terdapat pada sub-sektor pakan ternak dengan nilai sebesar 0,14. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat laba perusahaan yang dihasilkan melalui alokasi sumber daya perusahaan oleh sub-sektor pakan ternak yang tinggi. Nilai minimum dari ROA terdapat pada sub-sektor kimia dengan nilai 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat laba perusahaan yang dihasilkan melalui alokasi sumber daya perusahaan oleh sub-sektor kimia masih rendah. Nilai maksimum dari NPM terdapat pada sub-sektor otomotif dan komponen dengan nilai sebesar 0,12. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat laba perusahaan yang dihasilkan melalui penjualan oleh sub-sektor otomotif dan komponen yang tinggi. Nilai minimum dari NPM terdapat pada sub-sektor lainnya pada sektor barang konsumsi dengan nilai 0,04. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat laba perusahaan yang dihasilkan melalui penjualan oleh sub-sektor lainnya sektor barang konsumsi masih rendah.

Statistik Deskriptif

Pada tabel 3 dapat dilihat hasil uji statistik deskriptif hasil observasi data penelitian ini.

Tabel 3
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
ROA	116	.086003	.036422	.0289433	.1822644
NPM	116	.0813471	.0388924	.0156721	.1929669
CSRI1	116	.2480843	.1504031	.1111111	.6666667
CSRI2	116	.1820487	.1088055	.0294118	.4411765
CSRI3	116	.1919899	.0738134	.0833333	.375
SS	116	.0344828	.1832572	0	1
SIZE	116	29.26629	1.644203	27.07	33.54

Sumber: *Output STATA 16, 2022*

Keterangan:

ROA : *Return on Asset*

NPM : *Net Profit Margin*

CSRI1 : *Corporate Social Responsibility Index* Ekonomi

CSRI2 : *Corporate Social Responsibility Index* Lingkungan

CSRI3 : *Corporate Social Responsibility Index* Sosial

Size : *Ukuran Perusahaan*

SS : *Sub-sektor*

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif diatas jumlah observasi data penelitian ini sebanyak 116 data dengan 3 variabel independen dan 2 variabel dependen. Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa *mean* dari variabel dependen Profitabilitas yang diukur dengan *Return on Asset* (ROA) sebesar 0,086003 dengan standar deviasi sebesar 0,036422. Nilai minimum ROA terdapat pada PT. Nippon Indosari Corporindo Tbk pada tahun 2018 sebesar 0,0289433 yang mengindikasikan tingkat laba yang dihasilkan dari pemakaian aset perusahaan masih rendah. Nilai maksimum ROA terdapat pada PT. Siantar Top Tbk pada tahun 2020 sebesar 0,1822644 yang mengindikasikan tingkat laba yang dihasilkan dari pemakaian aset perusahaan yang tinggi.

Profitabilitas yang diukur dengan *Net Profit Margin* (NPM) sebagai variabel dependen menunjukkan nilai *mean* sebesar 0,0813471 dengan standar deviasi sebesar 0,0388924. Nilai minimum NPM terdapat pada PT. Wismiliak Inti Makmur Tbk pada tahun 2019 sebesar 0,0156721 yang mengindikasikan tingkat penjualan yang akan menghasilkan keuntungan bersih masih rendah dan daya tarik masyarakat terhadap produk yang dihasilkan perusahaan yang masih rendah. Nilai maksimum NPM terdapat pada PT. Ultrajaya Milk Industry dan Trading Company Tbk pada tahun 2021 sebesar 0,1929669 yang mengindikasikan tingkat penjualan yang menghasilkan keuntungan bersih yang tinggi serta tingginya daya tarik masyarakat terhadap produk yang dihasilkan perusahaan.

Corporate Social Responsibility Index Ekonomi (CSRI1). Nilai minimum CSRI1 sebesar 0,1111111 pada beberapa perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2021. Nilai maksimum CSRI1 terdapat pada PT. Sariguna Primatirta Tbk pada tahun

2021 sebesar 0,6666667 yang mengindikasikan tingkat pengungkapan CSR pada indikator ekonomi yang tinggi. Nilai minimum CSRI1 yang rendah mengindikasikan tingkat pengungkapan CSR pada indikator ekonomi masih rendah pada beberapa perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode tahun 2018-2021.

Variabel independen selanjutnya adalah CSRI2. Nilai minimum CSRI2 terdapat pada PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk pada tahun 2018-2019 sebesar 0,0294118 yang mengindikasikan tingkat pengungkapan CSR pada indikator lingkungan masih rendah. Nilai maksimum CSRI2 sebesar 0,4411765 yang mengindikasikan tingkat pengungkapan CSR pada indikator lingkungan yang tinggi.

Variabel independen yang terakhir pada penelitian adalah CSRI3. Nilai minimum CSRI3 sebesar 0,0833333. Semakin kecil nilai CSRI3 mengindikasikan tingkat pengungkapan CSR pada indikator sosial masih rendah. Nilai maksimum CSRI3 terdapat pada PT. Sekar Laut Tbk pada tahun 2021 sebesar 0,375. Semakin tinggi nilai CSRI3 mengindikasikan tingkat pengungkapan CSR pada indikator sosial yang tinggi.

Variabel kontrol pada penelitian ini adalah sub sektor dan ukuran perusahaan. Rata-rata ukuran perusahaan pada sampel penelitian ini yaitu sebesar 29.26629. Nilai minimum ukuran perusahaan adalah 27,07 yang terdapat pada sub sektor kabel yang mengindikasikan bahwa sub sektor kabel berada dibawah ukuran rata-rata perusahaan yang terdapat di dalam sampel penelitian. Nilai maksimum ukuran perusahaan adalah 33,54 yang terdapat pada sub sektor otomotif dan komponen, hal ini menunjukkan bahwa sub sektor otomotif dan komponen berada di atas rata-rata ukuran perusahaan yang terdapat didalam penelitian ini.

Kesimpulan dan Saran

Penelitian yang ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Ekonomi, *Corporate Social Responsibility* (CSR) Lingkungan, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sosial terhadap profitabilitas yang diukur dengan rasio *Return on Asset* (ROA) dan *Net Profit Margin* (NPM) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2021. Data sampel dalam penelitian ini sebanyak 29 perusahaan dengan waktu observasi selama 4 tahun yaitu 2018-2021, sehingga total sampel yang digunakan adalah 116 sampel.

Pengungkapan CSR indikator ekonomi dalam suatu perusahaan tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap kenaikan atau penurunan ROA. Perubahan tingkat pengungkapan CSR indikator ekonomi berupa peningkatan atau penurunan item yang diungkapkan maka akan meningkatkan atau mengurangi nilai rasio NPM. Pengungkapan CSR indikator lingkungan dalam suatu perusahaan tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap kenaikan atau penurunan ROA. Pengungkapan CSR indikator lingkungan dalam suatu perusahaan tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap kenaikan atau penurunan NPM. Pengungkapan CSR indikator sosial dalam suatu perusahaan tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap kenaikan atau penurunan ROA.

Semakin besar ukuran perusahaan maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan juga akan semakin tinggi. Semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, maka profit perusahaan juga akan meningkat. Secara keseluruhan, nilai terbesar dari rata-rata ukuran perusahaan terdapat

pada sektor barang konsumsi yang terdiri dari sub-sektor farmasi, makanan dan minuman, peralatan rumah tangga dan rokok.

Referensi

- [1] Kasmir. (2015). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Prenadamedia Group
- [2] [www.Indopremier.Com](http://www.indopremier.com), 2020, Diambil Dari [Financial Statements Full Year 2019 Of JPFA \(Indopremier.Com\)](http://www.indopremier.com)
- [3] Alfaruq, M. Nabil, 2021, [Japfa Comfeed Torehkan Laba Rp 916,7 Miliar \(Beritasatu.Com\)](http://beritasatu.com), Diakses Pada Situs [Www.Beritasatu.Com](http://www.beritasatu.com)
- [4] Yusuf, M., Sari, L., Septiano, R., N., S., Lestari, I. D., Arief, Z., Hernawan, M., & A., Nurhayati, S., & Azizah, K. (2022). Financial Ratio Model And Application Of Good Corporate Governance To Npl With Inflation As A Moderate Variable. *Journal Of Management Information And Decision Sciences*, 25, 1–12.
- [5] [Www.Finansialku.Com](http://www.finansialku.com). (N.D.). [Https://Www.Finansialku.Com/Perusahaan-Manufaktur-Yang-Terdaftar-Di-Bei/](https://www.finansialku.com/Perusahaan-Manufaktur-Yang-Terdaftar-Di-Bei/)
- [6] Kemenperin. (2021). *Sektor Manufaktur Tumbuh Agresif Di Tengah Tekanan Pandemi*. [Https://Kemenperin.Go.Id/Artikel/22681/Sektor-Manufaktur-Tumbuh-Agresif-Di-Tengah-Tekanan-Pandemi](https://kemenperin.go.id/artikel/22681/sektor-manufaktur-tumbuh-agresif-di-tengah-tekanan-pandemi)
- [7] Ruroh, I. N., & Latifah, S. W. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Risk Minimaztion Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Jurnal Akademi Akuntansi*, 1(1), 1–15. [Https://Ejournal.Umm.Ac.Id/Index.Php/Jaa/Article/View/6952/5933](https://ejournal.umm.ac.id/index.php/jaa/article/view/6952/5933)
- [8] Ibrohim, A. M., Darmansyah, & Yusuf, M. (2019). Persistensi Laba Dimediasi *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Insustri Konsumsi Makanan Dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Perpajakan*. [Https://Doi.Org/Doi: Https://Doi.Org/10.35838/Jrap.2019.006.02.20](https://doi.org/10.35838/jrap.2019.006.02.20)
- [9] Wijaya, L. I., & Juniarti. (2016). Pengaruh Kinerja *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Persistensi Laba Pada Perusahaan Yang Bergerak Di Sektor Barang Konsumsi Dengan Sub Sektor Rokok, Makanan Dan Minuman Di Indonesia. *Business Accounting Review*, Vol. 4, No.
- [10] Apriando, Tommy, 2018, [Yogyakarta] Di 16 March 2018, [Pidana Denda Rp2 Miliar. Jatam: Cabut Izin Tambang Dan PLTU Indominco - Mongabay.Co.Id](http://pidana.denda.rp2.miliar.jatam.cabutizinambangdanpltuindominco-mongabay.co.id), Diambil Dari Halaman Situs [Www.Mongabay.Co.Id](http://www.mongabay.co.id)
- [11] Rizki, M. Januar, 2019 [Respons KLHK Soal Kerusakan Lingkungan Akibat Tambang Freeport \(Hukumonline.Com\)](http://hukumonline.com) Diambil Dari Halaman Situs [Www.Hukumonline.Com](http://www.hukumonline.com)
- [12] Lindawati, A. S. L., & Puspita, M. E. (2015). *Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder Dan Legitimacy Gap Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan*. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6, 157–174. [Https://Doi.Org/10.18202/jamal.2015.04.6013](https://doi.org/10.18202/jamal.2015.04.6013)
- [13] Yurdila, J. M., Mukhzarudfa, H., & Wiralestari. (2019). *The Effect Of Profitability, Firm Size, Board Of Commissioners, Leverage And Media Exposure Toward Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR) On The Listing And GO Public Cpmpanies Stock Exchange (ISX)*. 11–25.
- [14] Andoyono, S. W. (2013). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Dengan Infomasi Akuntansi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal TEKUN*, IV(01), 1–24.

- [15] Malino, M. R. (2017). Pengaruh Profitabilitas Dan Kepemilikan Manajerial Pada Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 21.
- [16] Ibrohim, A. M., Darmansyah, & Yusuf, M. (2019). Persistensi Laba Dimediasi *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Konsumsi Makanan Dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Perpajakan*. <https://doi.org/10.35838/jrap.2019.006.02.20>
- [17] Wijaya, L. I., & Juniarti. (2016). Pengaruh Kinerja *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Persistensi Laba Pada Perusahaan Yang Bergerak Di Sektor Barang Konsumsi Dengan Sub Sektor Rokok, Makanan Dan Minuman Di Indonesia. *Business Accounting Review*, Vol. 4, No.
- [18] Marnelly, T. R. (2012). *Corporate Social Responsibility* (CSR): Tinjauan Teori Dan Praktek Di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol. 2 No.
- [19] Marthin, Salinding, M. B., & Akim, I. (2017). Implementasi Prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. *Journal Of Private And Commercial Law*, Volume 1 N.
- [20] Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2015). *Manajemen Keuangan*. Salemba Empat.
- [21] Wilangga, I. D., Saebani, A., & Wijayanti, A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Responsibility. *KORELASI*, 161–173.
- [22] Sartono, A. (2016). *Manajemen Keuangan Teori Dan Aplikasi*. BPFE Yogyakarta.
- [23] Gujarati. (2012). *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Salemba Empat
- [24] Suryahadi, P. S. K. (2016). *STATISTIKA: Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern*. Salemba Empat.