

## Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan Food And Beverage

Nikmatul Jannah <sup>a\*</sup> Fidyah Arini Kusuma Wardhani<sup>b</sup>

<sup>ab</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gempol

\*Corresponding author: Ima.Martak97@gmail.com

### ABSTRAK

Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas. Variabel independen digunakan adalah Corporate Social Responsibility yang diproksikan sosial dan lingkungan dan variable dependen adalah profitabilitas yang diukur dengan ROA. Sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah Perusahaan Makanan dan Minuman sebanyak 10 dalam periode 2016-2018. Uji analisisnya menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan Food and Beverage.

**Kata kunci:** CSR, lingkungan, profitabilitas, ROA, sosial.

### ABSTRACT

The study was conducted to determine the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure on Profitability. The independent variable used is Corporate Social Responsibility which is proxied socially and environmentally and the dependent variable is profitability as measured by ROA. The sample used in this study was 10 Food and Beverage Companies in the 2016-2018 period. Test the analysis using a simple linear regression analysis. The results showed that CSR disclosure had a significant effect to the profitability of Food and Beverage companies.

**Keywords:** CSR, environment, profitability, ROA, social

### Pendahuluan

Keberlangsungan perusahaan dapat tercapai dengan baik apabila ditunjang oleh pencapaian tingkat profitabilitas yang diharapkan tercapai dengan maksimal. Industri makanan dan minuman di proyeksi masih menjadi salah satu sektor andalan penopang pertumbuhan manufaktur dan ekonomi nasional. Peran penting sektor strategis ini terlihat dari kontribusinya yang konsisten dan signifikan terhadap Produk Domestic Bruto (PDB) industry non-migas serta peningkatan realisasi investigasi.

Kunci utama pencapaian keberlangsungan adalah adanya penerimaan publik akan kehadiran perusahaan. Bentuk tanggung jawab yang diinginkan publik tidak hanya berupa keterlibatan perusahaan dalam kegiatan-kegiatan sosial seperti mendanai kegiatan masyarakat, melainkan dalam bentuk suatu pengintegrasian kegiatan bisnis dan operasional dengan aspek sosial seperti penerapan kode etik karyawan dan manajemen dalam perusahaan, publikasi dan promosi produk di media massa yang menghormati norma-norma setempat yang berlaku atau penerbitan laporan keuangan di media massa. Untuk menjamin keberlangsungan tersebut, lahirlah suatu konsep yang dikenal sebagai Corporate Social Responsibility (CSR).

Menurut (Nurjanah et al., 2013) kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) ke masyarakat dan lingkungan perusahaan agar citra perusahaan semakin baik sehingga kepercayaan masyarakat ke perusahaan semakin bertambah. perusahaan pun sebaiknya melakukan program Corporate Social Responsibility (CSR) untuk menarik simpati masyarakat dengan membangun image positif bagi perusahaan yang tujuan akhirnya tetap pada peningkatan profit, bahwa biaya sosial juga dapat meningkatkan image, karena citra

perusahaan yang baik akan lebih diminati oleh para investor karena semakin baik citra perusahaan, maka semakin tinggi juga loyalitas konsumen.

Pelaksanaan CSR pun beragam jika dilihat dari segi dimensinya, ada perusahaan yang pelaksanaan CSR nya sudah mencakup semua dimensi tetapi ada juga yang hanya terkonsentrasi pada dimensi-dimensi tertentu (Amar, 2018). Profitabilitas dan pengungkapan CSR terkait dengan erat, karena jika profitabilitas yang tinggi memicu keinginan para stakeholder untuk transparansi yang memang seharusnya dilakukan oleh perusahaan. Oleh karena itu jika profitabilitas tinggi maka pengungkapan CSR semakin besar. Perusahaan makanan dan minuman saat ini sudah berkembang dan berusaha memenuhi kebutuhan para konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dengan ini, peneliti melakukan penelitian dengan judul “Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan Food and Beverage Yang Terdaftar Di BEI”.

### **Literatur Review dan Pengembangan Hipotesis**

CSR adalah konsep luas yang berhubungan dengan kewajiban organisasi untuk memaksimalkan pengaruh positifnya pada masyarakat dan pada saat yang bersamaan meminimalkan pengaruh negatifnya (Probosiwi, 2016).

Hal tersebut senada dengan yang diungkapkan (Wulandari & Zulhaimi, 2017) yang menyatakan bahwa CSR merupakan suatu bentuk kepedulian perusahaan yang tidak hanya berupa sumbangan finansial kepada masyarakat yang bersifat sesaat melainkan terhadap semua stakeholders termasuk lingkungan dan masyarakat disekitarnya, dengan cara perusahaan menyisihkan sebagian keuntungannya yang digunakan untuk kepentingan pembangunan manusia dan lingkungan secara berkelanjutan berdasarkan prosedur yang tepat dan profesional sehingga tercipta keseimbangan dan kesejahteraan bersama.

Menurut Mahoney dalam (Amar, 2018) menegaskan bahwa melalui praktek etis dunia usaha modern, ruang lingkup CSR dapat dibedakan menjadi atas empat, yaitu:

1. Keterlibatan perusahaan dalam kegiatan-kegiatan sosial yang berguna bagi kepentingan masyarakat luas.
2. Keuntungan ekonomis yang diperoleh perusahaan.
3. Memenuhi aturan hukum yang berlaku, baik yang berkaitan dengan kegiatan dunia usaha maupun kehidupan sosial masyarakat pada umumnya.
4. Menghormati hak dan kepentingan stakeholders atau pihak yang terkait yang mempunyai kepentingan langsung maupun tidak langsung.

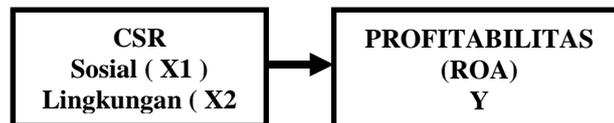
Profitabilitas menurut (Amar, 2018) adalah kemampuan suatu perusahaan dalam mencari keuntungan dari penggunaan modalnya serta kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dari modal yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut. Dalam hal tersebut, disimpulkan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menciptakan laba dengan menggunakan modal yang cukup tersedia.

Rasio-rasio profitabilitas diperlukan untuk pencatatan transaksi keuangan sebagai dasar bagi investor dan kreditur (bank) untuk menilai jumlah laba investasi yang akan diperoleh oleh investor dan besaran laba perusahaan untuk menilai kemampuan perusahaan membayar utang kepada kreditur berdasarkan tingkat pemakaian aset dan sumber daya lainnya sehingga terlihat tingkat efisiensi perusahaan.

Kasmir dalam (Amar, 2018) menjelaskan bahwa “hasil pengukuran dapat dijadikan sebagai alat evaluasi kinerja manajemen selama ini, apakah mereka telah bekerja secara efektif atau tidak. Kegagalan atau keberhasilan dapat dijadikan sebagai bahan acuan untuk perencanaan laba ke depan, sekaligus kemungkinan untuk menggantikan manajemen yang baru terutama setelah manajemen lama mengalami kegagalan. Oleh karena itu, rasio profitabilitas ini sering disebut sebagai salah satu alat ukur kinerja keuangan Perusahaan.

Return on Asset (ROA) menurut Hanafi dalam (Wulandari & Zulhaimi, 2017) digunakan untuk mengukur seberapa efektif dan efisien perusahaan menghasilkan keuntungan dengan aset yang dimilikinya. ROA juga dapat menggambarkan sejauh mana kemampuan aset-aset yang dimiliki perusahaan dapat menghasilkan laba. ROA bisa diinterpretasikan sebagai hasil serangkaian kebijakan perusahaan (strategi) dan pengaruh dari beberapa faktor. Dengan mengetahui rasio ini, dapat dinilai apakah perusahaan telah efisien dalam memanfaatkan asetnya dalam kegiatan operasional perusahaan. Rasio ini juga memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan, karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aset untuk memperoleh pendapatan.

**Gambar 1.** Kerangka berfikir



Berdasarkan uraian diatas hipotesis untuk penelitian ini adalah pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas yang diukur dengan ROA pada perusahaan industri makanan yang terdaftar di BEI. Rumusan hipotesis dalam pengujian ini, yaitu:

H<sub>0</sub> = Pengungkapan CSR tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.

H<sub>a</sub> = Pengungkapan CSR mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, lebih berdasarkan pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan penaksiran kuantitatif yang kokoh dan data yang di ambil dari web [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Data laporan Corporate Social Responsibility dan laporan keuangan tahun 2016 – 2018 pada perusahaan Food and Beverage yang terdaftar di BEI.

Adapun sampel penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan pada perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia, selama tahun 2016 sampai dengan tahun 2018. Pemilihan sampel dengan menggunakan teknik random sampling atau sampel secara acak. Variabel Dependen dalam penelitian ini menggunakan penilaian kinerja keuangan profitabilitas yang di proxikan menggunakan rasio Return on Asset (ROA).

Sedangkan Variabel Independen yang digunakan yaitu Corporate Social Responsibility. Peneliti mengamati dari sisi Respon terhadap kegiatan sosial (X1) dan perhatian terhadap lingkungan (X2). Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Pengujian terhadap model penelitian terlebih dahulu menggunakan Uji Asumsi Klasik yaitu Uji Normalitas, Uji Homoskedastisitas, Uji Autokorelasi dan Uji Multikolinieritas.

### Hasil dan Pembahasan

Dari hasil pemilihan sampel dengan menggunakan metode purposive judgement sampling maka terpilih 10 perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

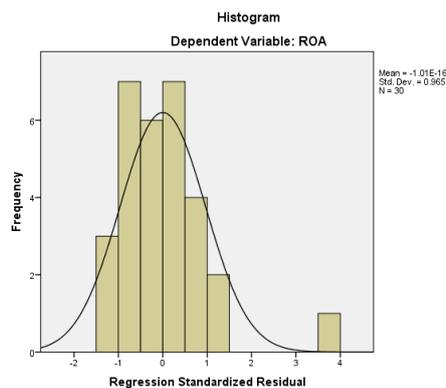
**Tabel 1.** Perusahaan Food and Beverage

No	Nama Perusahaan	Kode Perusahaan
1	PT. TIGA PILAR SEJAHTERAH FOOD TBK	AISA
2	PT. WILMAR CAHAYA INDONESIA TBK	CEKA
3	PT. SARIGUNA PRIMATIRTA	CLEO
4	PT. DELTA DJAKARTA TBK	DLTA
5	PT BUYUNG POETRA SEMBADA TBK	HOKI
6	PT PRIMA CAKRAWALI ABADI TBK	PCAR
7	PT PRASISHA ANEKA NIAGA TBK	PSDN
8	PT NIPPON INDOSARI COPINDO TBK	ROTI
9	PT ULTRAJAYA MILK INDUSTRY & TRADING COMPANY TBK	ULTJ
10	PT SIANTAR TOP TBK	STTP

CSR merupakan komitmen perusahaan untuk mengembangkan ekonomi dengan memperhatikan tanggung jawab social perusahaan dan menitikberatkan pada aspek sosial dan lingkungan. Pendekatan ini pada dasarnya menggunakan pendekatan dummy variable, yaitu setiap kategori informasi pengungkapan CSR dalam instrumen penelitian diberi skor 1 jika informasi yang diungkapkan ada dalam laporan tahunan, dan nilai 0 jika kategori informasi tidak diungkapkan di dalam laporan tahunan.

Hasil analisis deskriptif dengan menggunakan SPSS. Model regresi yang baik adalah data distribusi normal atau mendekati normal, untuk mendeteksi normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik.

**Gambar 2.** Histogram Dependent Variable ROA



Terlihat bahwa data terdistribusi secara normal dan berbentuk simetris tidak menceng (skewness) ke kanan atau ke kiri, maka dapat dikatakan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hasil output SPSS grafik heteroskedastisitas, tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas. Berdasarkan tabel autokorelasi DW, angka DW (1,554) berada di antara -2 sampai dengan +2 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi.

Teknik yang digunakan adalah teknik analisis regresi Linier Sederhana, karena variabel bebas dalam penelitian ini lebih dari satu. Berikut ini hasil pengujian regresi Linier Sederhana maka di peroleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,509 + 0,531X_1 + 0,859X_2 + e$$

Bahwa setiap perubahan variabel Sosial (X1) sebesar satu satuan maka variabel ROA (Y) akan meningkat sebesar 0,531 dengan catatan variabel independen lainnya tetap. Dan

setiap perubahan variabel Lingkungan (X<sub>2</sub>) sebesar satu satuan maka variabel ROA (Y) akan meningkat sebesar sebesar 0,859 dengan catatan variabel independen lainnya tetap.

Uji Parsial bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan Taraf signifikansi  $\alpha = 5\% = 0,05$ .

**Tabel 2.** Hasil Uji t

Variabel	t hitung	Sig	Keterangan
Sosial (X <sub>1</sub> )	2,299	0,029	Sosial (X <sub>1</sub> ) berpengaruh signifikan terhadap ROA (Y)
Lingkungan (X <sub>2</sub> )	4,112	0,000	Lingkungan (X <sub>2</sub> ) berpengaruh signifikan terhadap ROA (Y)

Nilai koefisien determinasi berganda (R-square) adalah 0,402 atau 40,2%. Nilai ini menunjukkan bahwa 40,2% ROA (Y) dipengaruhi oleh Sosial (X<sub>1</sub>), dan Lingkungan (X<sub>2</sub>), sedangkan sisanya 59,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Hasil penelitian ini mendukung dengan hasil penelitian sebelumnya, yaitu hasil penelitian dari (wahyuandari, 2015), (Rindawati & Asyik, 2013), (Apridawati & Hermanto, 2020), (Kurnianingsih, 2013), (Rukmana et al., 2020) yang merupakan penelitian sebelumnya yang mengungkapkan bahwa pengungkapan CSR terhadap profitabilitas perusahaan berpengaruh signifikan.

## Kesimpulan

Setelah melakukan analisis data perusahaan makanan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2016 – 2018 yang mengungkapkan CSR terhadap profitabilitas perusahaan sebanyak 10 perusahaan, maka dari analisis data bahwa nilai koefisien determinasi berganda (R-square) adalah 0,402 atau 40,2%. Nilai ini menunjukkan bahwa 40,2% ROA (Y) dipengaruhi oleh Sosial (X<sub>1</sub>), dan Lingkungan (X<sub>2</sub>), dapat disimpulkan bahwa CSR mempengaruhi profitabilitas perusahaan, semakin tinggi pengungkapan CSR semakin tinggi juga profitabilitas perusahaan tersebut..

## Daftar Pustaka

- Amar. (2018). Implementasi Program CSR dan Pengaruhnya Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Program CSR PT Vale Indonesia, Tbk pada Proyek Penyediaan Air Bersih). *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship*, 1(4), 1–9.
- Apridawati, N. D., & Hermanto, S. B. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility , Profitabilitas , Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, Volume 9(2460–0585).
- Kurnianingsih, H. T. (2013). Pengaruh Profitabilitas Dan Size Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 13(1), 1–14.
- Nurjanah, Salam, N. E., & Awza, R. (2013). Pengelolaan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Membangun Citra Perusahaan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 73–82.
- Probohiwi, R. (2016). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat (Corporate Social Responsibility in Public Welfare Enhancement). *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 13(2). <https://doi.org/10.21831/socia.v13i2.12256>
- Rindawati, M., & Asyik, N. (2013). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan kepemilikan publik terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR). *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 4(6), 2–5.
- Rukmana, E., Hendri, E., & Rismansyah, R. (2020). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada

- Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Media Akuntansi (Mediasi)*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.31851/jmediasi.v3i1.5216>
- wahyuandari, W. (2015). Pengaruh Tingkat Profitabilitas Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan. *Jurnal Universitas Tulungagung Bonorowo*, 2(2).
- Wulandari, S., & Zulhaimi, H. (2017). Pengaruh Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur dan Jasa yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 1477–1488.