

**PENGARUH PROFITABILITAS PERUSAHAAN TERHADAP *CORPORATE*  
*SOCIAL RESPONSIBILITY***

**( Studi kasus Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode  
2017-2019 )**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menyelesaikan Program Studi  
Akuntansi Jenjang Strata Satu

Disusun Oleh :

**SITI KAMILAH KHOERIAH**

**1112161076**



**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS SANGGA BUANA – YPKP**

**BANDUNG**

**2021**

## **LEMBAR PENGESAHAN**

Judul Skripsi : Pengaruh Profitabilitas Perusahaan Terhadap  
*Corporate Social Responsibility* (Studi Kasus  
Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI  
Periode 2017-2019)

Nama : Siti Kamilah Khoeriah

NPM : 1112161076

Fakultas : Ekonomi

Jenjang Program : Sarjana

Program Studi : Akuntansi

Perguruan Tinggi : Universitas Sangga Buana YPKP

Telah disetujui oleh pembimbing dibawah ini:

Bandung, 08 Oktober 2021

Menyetujui dan Mengesahkan

Pembimbing

**(Tevi Leviany SE., M.Si., Ak. CA)**

Mengetahui,

Wakil Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi Akuntansi

**(Hj. R. Aryanti, Drs., M.Si)**

**(Wiwin Sukiati, SE,M.Si.,Ak)**

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : Siti Kamilah Khoeriah

NPM : 1112161076

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul penelitian “**PENGARUH PROFITABILITAS PERUSAHAAN TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ( Studi kasus Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019 )**” adalah hasil karya sendiri, bukan merupakan duplikasi dari karya orang lain dengan pengecualian pada bagian-bagian yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Bandung, 08 Oktober 2021

Yang membuat pernyataan

Siti Kamilah K.

**PROFITABILITAS PERUSAHAAN TERHADAP CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY**

**( Studi kasus Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek  
Indonesia Periode 2017-2019 )**

**ABSTRACT**

*The aim of this research is determine how the influence profitability to corporate social responsibility in banking companies listed in IDX. Profitability is measured by ROA, and corporate social responsibility is measured by the corporate social responsibility disclosure index. The method used in this research is a causal relationship. The population in this research is banking companies listed on the IDX, and the sampling methode using purposive sampling method. Sources of data in this research is secondary data gathered by technical documentation, which is derived from the Indonesian Stock Exchange (IDX) or website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Analysis of the data using panel data regression analysis with random effect model. Based on analysis of panel data regression model with random effect using Eviews 11 application, it can be seen that profitability has no effect on corporate social responsibility disclosure in banking companies listed in IDX.*

*Keywords: Corporate Social Responsibility, Profitability.*

**PENGARUH PROFITABILITAS PERUSAHAAN TERHADAP  
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY  
( Studi kasus Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek  
Indonesia Periode 2017-2019 )**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI. Profitabilitas diukur dengan ROA, dan *Corporate Social Responsibility* diukur dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu hubungan kausal. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI, dan metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Sumber data pada penelitian ini yaitu data sekunder yang dikumpulkan dengan teknik dokumentasi, yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) atau website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi data panel dengan model *random effect*. Berdasarkan hasil analisis regresi data panel dengan model *random effect* dengan menggunakan aplikasi Eviews 11, maka dapat diketahui bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas.

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Profitabilitas Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019”. Shalawat serta salam tidak lupa penulis curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan umatnya hingga akhir zaman.

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Ibu Tevi Leviany SE., M.Si., Ak. CA selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan dan membimbing penulis dengan baik dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Asep Effendi, SE., M.Si., selaku Rektor Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
2. Bapak Dr. R. Didin Kusdian, Ir., MT., selaku Wakil Rektor 1 Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
3. Ibu Memi Sulaksmi, SE., M.Si., selaku Wakil Rektor 2 Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

4. Bapak Dr. H. Deni Nurdyana Hadimin, M.Si., selaku Wakil Rektor 3 Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
5. Bapak Bambang Sutanto, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
6. Ibu Hj. R. Aryanti, Drs., M.Si., selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
7. Ibu Wiwin Sukiati, SE., M.Si., Ak., selaku Ketua Program Studi Jurusan S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
8. Bapak Erik Nugraha, SE., M.Ak., selaku Sekretaris Program Studi Jurusan S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
9. Para Dosen Universitas Sangga Buana YPKP Bandung yang telah memberikan bekal ilmu yang tak ternilai harganya dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
10. Kaka ku tersayang serta seluruh keluarga terima kasih atas do'a dan dukungannya selama ini.
11. Sahabatku Tania dan Evi yang selalu memberikan semangat dan support hingga terselesaikannya skripsi ini.
12. Teman-teman satu angkatan terima kasih telah membantu selama perkuliahan, memberikan do'a dan dukungan hingga terselesaikannya skripsi ini.

13. Semua pihak yang telah membantu, memberikan semangat serta do'anya kepada penulis, yang tidak dapat penulis sampaikan satu per satu. Terima kasih banyak.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan memiliki banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan penulis. Dengan demikian, penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun sehingga skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak terutama penulis.

Bandung, Oktober 2021

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>ABSTRACT</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Rumusan Masalah .....	8
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	8
1.4.1 Maksud penelitian .....	8
1.4.2 Tujuan penelitian.....	8
1.5 Kegunaan Penelitian .....	9
1.5.1 Kegunaan Teoritis .....	9
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	9
1.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis .....	9
1.6.1 Landasan Teori.....	9
1.6.2 Studi Empiris.....	13
1.6.3 Hipotesis.....	15
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	16
2.1 Profitabilitas Perusahaan .....	16
2.1.1 Pengertian Profitabilitas Perusahaan.....	16

2.1.2	Tujuan dan Manfaat Profitabilitas Perusahaan .....	16
2.1.3	Jenis-jenis Rasio Profitabilitas .....	17
2.2	<i>Corporate Social Responsibility</i> .....	19
2.2.1	Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	19
2.2.2	Dimensi <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	21
2.2.3	Prinsip – prinsip <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	22
2.2.4	Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	22
2.3	Landasan Teori <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	24
2.4	Dasar Hukum <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	26
2.5	Perusahaan Perbankan .....	27
2.5.1	Pengertian Perusahaan Perbankan.....	27
2.5.2	Sistem Perbankan di Indonesia .....	28
2.5.3	Fungsi Utama Perbankan .....	29
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>31</b>
3.1	Objek Penelitian .....	31
3.2	Metode yang Digunakan .....	31
3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian .....	31
3.3.1	Jenis Penelitian .....	31
3.3.2	Sumber Data Penelitian.....	32
3.4	Populasi dan Sampel .....	32
3.4.1	Populasi .....	32
3.4.2	Sampel.....	34
3.5	Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	36
3.5.1	Definisi Variabel .....	36
3.5.2	Operasionalisasi Variabel.....	37
3.6	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	38
3.6.1	Analisis Regresi Data Panel .....	39
3.6.2	Metode Estimasi Model Regresi Data Panel.....	39
3.6.3	Uji Spesifikasi Model.....	40
3.6.4	Uji Asumsi Klasik .....	41
3.6.5	Pengujian Hipotesis.....	43

3.6.6	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	43
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>44</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	44
4.1.1	Tingkat Profitabilitas Perusahaan .....	44
4.1.2	Tingkat Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	45
4.1.3	Pengujian Asumsi Klasik .....	46
4.1.4	Analisis Data .....	49
4.1.5	Hasil Persamaan Regresi Data Panel.....	53
4.1.6	Pengujian Hipotesis.....	55
4.1.7	Koefisien Determinasi.....	55
4.2	Pembahasan .....	55
4.2.1	Pengaruh <i>Profitabilitas</i> Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> 55	
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>57</b>
5.1	Kesimpulan.....	57
5.2	Saran .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		

## DAFTAR TABEL

3.1	Daftar Populasi Penelitian.....	33
3.2	Teknik Pengambilan Sampel .....	35
3.3	Daftar Sampel Penelitian .....	35
3.4	Operasionalisasi Variabel .....	37
4.1	Perkembangan Profitabilitas Perusahaan Perbankan .....	44
4.2	Perkembangan Pengungkapan CSR Perusahaan Perbankan.....	45
4.3	Uji Normalitas.....	47
4.4	Uji Heteroskedastisitas.....	47
4.5	Uji Auto Korelasi .....	48
4.6	Uji Autokorelasi Setelah Dilakukan Perbaikan .....	48
4.7	<i>Common Effect Model</i> .....	49
4.8	<i>Fixed Effect Model</i> .....	50
4.9	<i>Random Effect Model</i> .....	51
4.10	Hasil Uji Chow.....	52
4.11	Hasil Uji Hausman .....	52
4.12	Uji <i>Langrange Multiplier</i> .....	53
4.13	Hasil Persamaan Regresi.....	54

## **DAFTAR GAMBAR**

1.1 Kerangka Penelitian .....	13
-------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Indikator GRI G4	
Lampiran 2. Hasil Pengukuran ROA Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2017 – 2019	
Lampiran 3. Hasil Pengukuran Pengungkapan CSR Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2017 – 2019	

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

*Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan tanggung jawab sosial perusahaan merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk didalamnya adalah pelanggan atau *customer*, pegawai, komunitas, pemilik atau *investor*, pemerintah, *supplier* dan kompetitor. CSR memberikan implikasi positif bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat, meringankan beban pembiayaan, pembangunan pemerintah, memperkuat investasi perusahaan, serta memperkuat jaringan kemitraan antara masyarakat, pemerintah, dengan perusahaan (Wahyudi dan Azheri, 2008:15).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring, 2005). Pengungkapan *CSR* biasanya dilaporkan dalam laporan terpisah yaitu laporan keberlanjutan atau *Sustainability Report*. Standar pembuatan laporan keberlanjutan atau *Sustainability Report* di Indonesia sendiri berpedoman pada *Global Reporting Initiative (GRI)*.

*Global Reporting Initiative (GRI)* merupakan jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia (Purnasiwi, 2011). Dalam *GRI* di jelaskan indikator-indikator tentang *CSR*

*disclosure* yang terbagi dalam 6 indikator seperti indikator kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, kinerja praktik tenaga kerja dan pekerja yang layak, kinerja hak asasi manusia, kinerja kemasyarakatan serta kinerja tanggung jawab terhadap produk. Keenam indikator – indikator tersebut kemudian terbagi lagi menjadi 91 item *CSR disclosure*. Untuk mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan dengan teknik *content analysis*, teknik *content analysis* dilaksanakan dengan cara yang *replicable* salah satunya dilakukan dengan cara *checklist*. *Checklist* dilakukan dengan melihat pengungkapan sosial perusahaan dalam 6 indikator tersebut. Kemudian, apabila item *disclosure* yang telah ditentukan tidak ada atau tidak diungkapkan dalam laporan keberlanjutan maka diberi skor 0, jika item *disclosure* yang telah ditentukan tersebut diungkapkan pada laporan keberlanjutan maka akan diberi skor 1. Item *disclosure* tersebut kemudian dinyatakan dalam bentuk indeks pengungkapan sosial atau *CSR disclosure Index (CSRDI)*.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia telah diatur dalam UU No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang dimuat dalam pasal 74 ayat (1), PP No.47 Tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas dan UU No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Dalam Pasal 34 UU No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dijelaskan sanksi bagi perusahaan yang tidak melaksanakan program CSR, yaitu berupa pembatasan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha dan pencabutan

izin kegiatan usaha yang mengakibatkan perusahaan tidak bisa beroperasi kembali.

Perusahaan dalam melakukan aktivitas operasionalnya, tidak terlepas dari dampak yang akan ditimbulkan, salah satunya pencemaran terhadap lingkungan. Perusahaan harus melakukan pengelolaan atas dampak negatif yang ditimbulkan dari aktivitas operasionalnya, salah satunya dengan melakukan pengungkapan CSR. Perusahaan biasanya akan mengalokasikan laba yang dimilikinya untuk mendanai program kegiatan CSR nya. Seperti terlihat dibawah ini ditampilkan presentase CSR dari laba pada perusahaan jasa.

**Tabel 1.1 Presentasi CSR dari laba pada perusahaan jasa**

<b>Sub sektor</b>	<b>CSR 2017</b>	<b>Laba 2016</b>	<b>CSR dari Laba (%)</b>
Perdagangan, jasa dan investasi	Rp 1.629.065.636	Rp 546.941.959.319	0,31
Properti, Real estate, dan konstruksi bangunan	Rp 3.101.362.646	Rp 1.091.379.021.299	0,28
Transportasi , infrastruktur dan utilitas	Rp 942.946.863	Rp 345.615.544.117	0,27

**Sumber: data diolah penulis (2021)**

Dalam tabel 1.1 terlihat bahwa penyaluran dana CSR pada perusahaan jasa termasuk didalamnya adalah perusahaan perbankan. Hal tersebut dikarenakan belum adanya peraturan yang jelas dalam menentukan besarnya dana CSR yang harus di keluarkan oleh perusahaan, sehingga pemberian dana untuk program CSR masih bersifat sukarela. Dalam kontan.co.id Sekjen Kemsos Hartono Laras menuturkan bahwa walaupun saat ini ada beberapa peraturan yang bersinggungan dengan CSR, seperti UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan UU No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, namun undang-undang tersebut



tidak membahas secara detail mengenai jumlah dana CSR yang harus diberikan perusahaan (www.kontan.co.id,2018).

Adapun regulasi yang secara jelas memandatkan persentase tertentu untuk dana CSR adalah Peraturan Menteri BUMN Nomor 236/MBU/2003 yang direvisi melalui Per-05/ MBU/2007 tentang pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan. Dalam regulasi ini alokasi dana PKBL 4 persen dari laba, 2 persen untuk kemitraan dan 2 persen untuk bina lingkungan. Akan tetapi, regulasi ini hanya berlaku untuk perusahaan yang berstatus BUMN.

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimiliki perusahaan baik dari kegiatan penjualan, total aset yang dimiliki dan penggunaan modal (Hery,2015:227). Rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasio *Return On Assets* (ROA). Rasio *Return On Assets* (ROA) merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar laba yang dihasilkan dari total aset yang dimiliki perusahaan (Hery,2015:228). Rasio *Return On Assets* (ROA) digunakan karena rasio ini telah banyak digunakan dalam berbagai literatur, sehingga penulis menganggap rasio *Return On Assets* (ROA) merupakan rasio yang paling tepat digunakan untuk menggambarkan tingkat profitabilitas perusahaan.

Profitabilitas memberikan keleluasaan bagi manajemen untuk mengungkapkan pelaksanaan program CSR. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar kemungkinan perusahaan untuk mengungkapkan pelaksanaan kegiatan CSR. Biaya pelaksanaan CSR sendiri berasal dari

keuntungan perusahaan. Keuntungan perusahaan dapat diketahui dari tingkat profitabilitas perusahaan tersebut, sehingga dapat dikatakan profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Perusahaan harus memberikan sebagian keuntungannya untuk program *corporate social responsibility*. Akan tetapi, dalam kenyataannya keuntungan tidak selalu berpengaruh terhadap CSR karena dana CSR yang diberikan jumlahnya tidak sesuai dengan keuntungan perusahaan, seperti yang terlihat dalam tabel 1.1 besarnya dana CSR yang dikeluarkan perusahaan rata-rata kurang dari satu persen, hal ini tidak sesuai dengan Per-05/ MBU/2007 yang mengharuskan perusahaan mengalokasikan laba sebesar 4 persen untuk kegiatan CSR.

Perusahaan perbankan merupakan lembaga perantara keuangan bagi masyarakat dengan cara menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana, kemudian menyalurkannya kepada masyarakat yang membutuhkan dana (Ismail,2010:5). Meskipun aktivitas perusahaan perbankan tidak memiliki dampak langsung terhadap lingkungan dan masyarakat, namun pada umumnya perusahaan perbankan tetap harus melaksanakan program CSR karena hampir seluruh kegiatan perusahaan diminta untuk tetap memiliki kepedulian terhadap lingkungan (komunitas) sebagai wujud *Corporate Social Responsibility* ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)). Peraturan CSR perbankan dipertegas dengan adanya arahan Gubernur Bank Indonesia pada pertemuan tahunan perbankan pada tanggal 18 Januari 2008, yang menyatakan adanya kewajiban untuk menerapkan program *Corporate Social Responsibility* bagi setiap bank.

Perusahaan perbankan melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada para *stakeholder* (pemangku kepentingan). Perusahaan perbankan dituntut untuk memanfaatkan sumber daya ekonomi dalam kegiatan operasionalnya dengan menyediakan dan memberikan kontribusi kepada para pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal. Pelaksanaan CSR pada perusahaan perbankan tidak hanya untuk mematuhi peraturan dan regulasi dari pemerintah, melainkan untuk ikut membantu mensejahterakan masyarakat.

Adapun contoh kegiatan program CSR yang dilakukan oleh perusahaan perbankan antara lain, seperti yang dilakukan oleh Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat yang secara rutin setiap tahun dilakukan adalah program bjb *green school* yang bekerja sama dengan Universitas Padjajaran dalam mengembangkan teknologi biodigester pada pengelolaan sampah di sekolah, yaitu dengan mengelola sampah menjadi sumber energi dari sistem penerangan dan gas sekolah ([www.liputan6.com](http://www.liputan6.com)).

Penulis berfokus pada perusahaan perbankan karena dalam menjalankan aktivitas operasionalnya tidak memanfaatkan sumber daya alam secara langsung. Penelitian mengenai pengaruh profitabilitas terhadap CSR telah banyak dilakukan sebelumnya, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Dini Andriyani dkk (2017), Christa Evandini dan Darsono (2014) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan menurut Nuraprianti (2019) dan Wulandari (2017) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*. Penelitian yang dilakukan

oleh Andriyani dkk (2017), Evandini dan Darsono (2014) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* dapat diukur menggunakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility Disclosure* dalam laporan tahunan perusahaan, sedangkan penelitian Nuraprianti (2019) dan Wulandari (2017) menyatakan *Corporate Social Responsibility* dapat diukur dengan besaran uang, dilihat dari biaya CSR yang dikeluarkan perusahaan. Dalam penelitian ini *Corporate Social Responsibility* diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Profitabilitas Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Perbankan Periode 2017-2019**”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Penyaluran dana *Corporate Social Responsibility* belum maksimal.
2. Program *Corporate Social Responsibility* diwajibkan bagi setiap perusahaan.
3. Keuntungan perusahaan tidak selalu berpengaruh terhadap besarnya dana CSR yang dikeluarkan perusahaan.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan profitabilitas pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2019?
2. Bagaimana perkembangan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2019?
3. Bagaimana pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2019?

### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.4.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi mengenai perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk kemudian diolah dan dikaji sesuai dengan permasalahan yang telah disebutkan dalam bentuk skripsi, yang diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi akuntansi jenjang strata satu pada Fakultas ekonomi Universitas Sangga Buana-YPKP.

#### **1.4.2 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perkembangan profitabilitas pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2019.
2. Untuk mengetahui perkembangan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2019.
3. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2019.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Adapun kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu akuntansi keuangan khususnya mengenai profitabilitas dalam hubungannya dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi manajemen dalam merumuskan kebijakan mengenai *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan yang disajikan dan dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi investor dalam menentukan keputusan investasi.

## **1.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis**

### **1.6.1 Landasan Teori**

Beberapa perspektif teori yang mendasari pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, yaitu:

## 1. Teori *Stakeholder*

Menurut Ghozali dan Chariri (2007:409), Teori *Stakeholder* merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain). Kelompok *stakeholder* inilah yang menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengungkap atau tidak suatu informasi di dalam laporan perusahaan tersebut.

Tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam meningkatkan penciptaan nilai sebagai dampak dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan dan meminimalkan kerugian yang mungkin muncul bagi *stakeholder*.

## 2. Teori Legitimasi

Teori legitimasi (*Legitimacy theory*) berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi terus menerus mencoba untuk memastikan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat (Deegan (2002), dalam Nor Hadi (2014).

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Nor Hadi, 2011).

Menurut The World Business Council of Sustainable Development dalam Rahman (2009:10) disebutkan bahwa:

“*Corporate Social Responsibility* adalah suatu komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka memperbaiki kualitas hidup dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan”.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diukur dengan menggunakan *CSRDI* (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index*) berdasarkan indikator *GRI* (*Global reporting initiative*) yaitu dengan rumus (Barbara Gunawan dan Suharti Sri Utami, 2008):

$$CSRDI = \frac{\sum SDCi}{\sum SDCpn}$$

Keterangan :

SDCi = jumlah item *social disclosure* yang diungkap di laporan tahunan.

SDCpn = jumlah semua item yang mungkin di untkapan perusahaan ( 91=skor maksimal)

Indonesia telah menentukan kebijakan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate social Responsibility* yang diatur dalam UU No.40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas. Berdasarkan pasal 1 ayat (1) UUPT Perseroan terbatas adalah suatu badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan suatu perjanjian, serta dalam melakukan kegiatan usahanya menggunakan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham dan



memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam Undang-Undang serta peraturan pelaksanaannya.

Berdasarkan pasal 1 ayat (3) UUPT Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

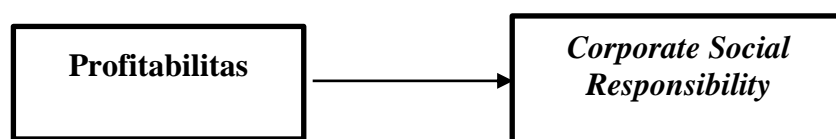
Dalam Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 pasal 4 disebutkan bahwa Tanggung Jawab Sosial dan lingkungan dilaksanakan oleh Direksi berdasarkan rencana kerja tahunan perseroan setelah mendapat persetujuan Dewan Komisaris atau Rapat Umum Pemegang saham (RUPS) sesuai dengan anggaran dasar perseroan. Rencana kerja tahunan perseroan memuat rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Sedangkan untuk pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan dimuat dalam laporan tahunan perseroan dan dipertanggungjawabkan kepada RUPS (Pasal 6 PP No. 47/2012).

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Menurut Heinze (1976) dalam Mahdiyah (2008) profitabilitas membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham, sehingga diasumsikan semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin besar pengungkapan informasi sosial perusahaan.

Rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan penggunaan aset, maupun penggunaan modal (Hery,2015:227). Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan menggunakan Rasio *Return on Assets* yang di lihat dari laporan keuangan tahunan perusahaan.. *Return on Assets* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang dapat dihasilkan dari total aset yang dimiliki. Profitabilitas perusahaan dapat dihitung menggunakan rumus (Hery,2015:228):

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}}$$

Berdasarkan pemaparan di atas maka dibuat kerangka penelitian seperti terlihat pada gambar berikut:



**Gambar 1.1 Kerangka Penelitian**

### 1.6.2 Studi Empiris

Penelitian ini tidak terlepas dari penelitian yang telah banyak dilakukan sebelumnya. Penelitian terdahulu disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama Dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Christa Evandini dan Darsonno (2014)	Faktor – faktor yang berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI	Kepemilikan saham oleh publik, pertumbuhan perusahaan dan <b>profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, leverage</b> berpengaruh negatif signifikan, ukuran dewan komisaris dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
2	Sari Wulandari (2017)	Pengaruh profitabilitas terhadap <i>corporate social responsibility</i> pada perusahaan manufaktur dan jasa yang terdaftar di BEI	<b>profitabilitas berpengaruh terhadap corporate social responsibility.</b>
3	Diny Andriany dkk (2017)	Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage dan pengungkapan media terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap CSR, pengungkapan media, ukuran perusahaan dan <b>profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap CSR.</b>
4	Neng Riyanti Nuraprianti (2019)	Pengaruh profitabilitas, ukuran dewan komisaris, dan ukuran perusahaan terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>	<b>Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSRD,</b> ukuran dewan komisaris berpengaruh negatif terhadap CSRD.

### 1.6.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang dibuat oleh peneliti. Peneliti membuat dugaan sementara sebelum melakukan analisis berdasarkan teori yang telah ada sebelumnya.

Menurut **Sugiyono (2017) Hipotesis adalah:**

“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data”.

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pemikiran di atas, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

**“ Profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan  
*Corporate Social Responsibility* ”**

### 1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan data sekunder dari laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa efek Indonesia tahun 2017-2019, data diperoleh dari website resmi BEI : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan website resmi masing-masing perusahaan. Adapun waktu penelitian dimulai dari bulan Februari 2020 sampai dengan selesai.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Profitabilitas**

##### **2.1.1 Pengertian Rasio Profitabilitas**

Rasio profitabilitas merupakan salah satu rasio yang dapat digunakan untuk mengetahui kinerja keuangan suatu perusahaan. Rasio profitabilitas dapat digunakan untuk membandingkan posisi laba perusahaan pada tahun ini dan tahun sebelumnya. Semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan dapat dikatakan semakin baik perusahaan tersebut.

Menurut **Hery (2015:227)**:

“Rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan penggunaan aset, maupun penggunaan modal”.

Menurut **Irham Fahmi (2018:80)**:

“Rasio profitabilitas mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka menggambarkan tingginya keuntungan yang diperoleh perusahaan”.

Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam periode tertentu dari adanya kegiatan penjualan, penggunaan aset, maupun dari investasi.

##### **2.1.2 Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas**

Rasio profitabilitas tidak hanya berguna bagi perusahaan saja, melainkan juga bagi pihak luar perusahaan. Dalam praktiknya rasio profitabilitas memiliki

banyak manfaat baik bagi pemilik perusahaan, manajemen perusahaan, maupun bagi pemangku kepentingan lainnya yang terkait dengan perusahaan.

Adapun tujuan dan manfaat rasio profitabilitas menurut Hery (2015:227) adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari total aset yang dimiliki.
5. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari total ekuitas yang dimiliki.
6. Untuk mengukur margin laba kotor atas penjualan bersih.
7. Untuk mengukur margin laba operasional atas penjualan bersih.
8. Untuk mengukur margin laba bersih atas penjualan bersih.

### **2.1.3 Jenis – jenis Rasio Profitabilitas**

Menurut **Hery (2015:228)** terdapat lima jenis rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, yaitu *Return on Assets*, *Return on Equity*, *Gross profit Margin*, *Operating Profit margin* dan *Net Profit Margin*.

### 1. *Return on Assets*

*Return on Assets* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang dapat dihasilkan dari total aset yang dimiliki.

Rumus yang digunakan untuk menghitung *Return on Assets*:

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}}$$

### 2. *Return on Equity*

*Return on equity* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari total ekuitas yang dimiliki.

Rumus yang digunakan untuk menghitung *Return on Equity*:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

### 3. *Gross Profit margin*

*Gross Profit margin* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur presentase laba kotor atas penjualan bersih. Laba kotor dihitung sebagai hasil pengurangan antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan.

Rumus yang digunakan untuk menghitung *Gross Profit margin*:

$$\text{Gross Profit margin} = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Penjualan bersih}}$$

#### 4. *Operating Profit Margin*

*Operating Profit Margin* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur presentase laba operasional atas penjualan bersih. Laba operasional dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba kotor dengan beban operasional.

Rumus yang digunakan untuk menghitung *Operating Profit margin*:

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Laba operasional}}{\text{Penjualan bersih}}$$

#### 5. *Net Profit Margin*

*Net profit margin* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur presentase laba bersih atas penjualan bersih. Laba operasional dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba sebelum pajak penghasilan dengan beban pajak penghasilan.

Rumus yang digunakan untuk menghitung *Net Profit margin*:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan bersih}}$$

## 2.2 *Corporate Social Responsibility*

### 2.2.1 *Pengertian Corporate Social Responsibility*

*Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu upaya perusahaan dalam mengatasi dampak yang ditimbulkan dari kegiatan operasional perusahaan, serta telah menjadi kewajiban bagi setiap perusahaan dalam rangka turut serta berkontribusi dalam pembangunan berkelanjutan dengan cara meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sosial.



Menurut *World bank* dalam **Danang dan Wika (2016:106)**:

“*Corporate social responsibility* merupakan suatu komitmen bisnis untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, bekerja dengan karyawan dan perwakilan masyarakat lokal serta masyarakat luas untuk meningkatkan kualitas hidup dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis maupun pembangunan”.

Sedangkan menurut **Nor Hadi (2014:48)**:

“*Corporate Social Responsibility* merupakan satu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang di arahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang di barengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas.”

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* merupakan komitmen perusahaan untuk ikut berkontribusi dalam pembangunan berkelanjutan, salah satunya melalui program kesejahteraan sosial dan kesejahteraan masyarakat.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diukur dengan menggunakan CSRDI (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index*) berdasarkan indikator GRI (*Global reporting initiative*) yang diperoleh dari *website* [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org), yaitu dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{index social disclosure} = \frac{\sum SDCi}{\sum SDCpn}$$

Keterangan :

SDCi = jumlah item *social disclosure* yang diungkap di laporan tahunan.

SDCpn = jumlah semua item yang mungkin di ungkapkan perusahaan ( 91= skor maksimal)

### 2.2.2 Dimensi *Corporate Social Responsibility*

*Corporate Social Responsibility* berarti melakukan bisnis dengan cara yang etis dan untuk kepentingan masyarakat luas, menanggapi dengan positif dan mengutamakan harapan prioritas sosial yang muncul, menyeimbangkan kepentingan pemegang saham terhadap kepentingan masyarakat luas serta menjadi warga negara yang baik di masyarakat, sehingga dapat dikatakan bahwa CSR adalah tentang kewajiban organisasi untuk kepentingan semua *stakeholder*, bukan hanya pada pemegang saham.

Menurut **Totok (2014:142)** Dimensi *Corporate Social Responsibility* terbagi menjadi empat, yaitu sebagai berikut:

1. Tanggung jawab ekonomi, untuk mendapatkan keuntungan bagi pemilik.
2. Tanggung jawab hukum, untuk mematuhi hukum.
3. Tanggung jawab etis, yang tidak hanya mencari keuntungan, tetapi melakukan yang benar, wajar, dan adil.
4. Tanggung jawab filantropis, untuk mempromosikan kesejahteraan manusia dan berniat baik.

Apabila ke empat dimensi tersebut dapat dilakukan dengan baik, maka perusahaan dapat mencapai *Corporate Citizenship* yang berkontribusi terhadap kualitas hidup masyarakat. *Corporate Citizenship* merupakan cara pandang perusahaan dalam bersikap dan berperilaku ketika berhadapan dengan pihak lain seperti, pelanggan, pemasok, masyarakat, pemerintah dan pemangku kepentingan (*stakeholders*) lainnya.

### **2.2.3 Prinsip – prinsip *Corporate Social Responsibility***

Menurut **Crowther David (2008)** dalam **Nor Hadi (2014:59)** terdapat tiga prinsip utama dari *Corporate Social Responsibility* yaitu:

1. *Sustainability*

Berkaitan dengan upaya perusahaan dalam melakukan aktivitas dan tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan.

2. *Accountability*

Setiap organisasi adalah bagian dari masyarakat luas, sehingga tanggung jawab suatu organisasi atau korporasi tidak hanya sebatas pada pemilik semata melainkan juga kepada seluruh pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal.

3. *Transparency*

Setiap tindakan organisasi atau korporasi yang berdampak dan berpengaruh terhadap lingkungan eksternal harus dikomunikasikan kepada masyarakat secara detail. Informasi tersebut dianggap penting sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada pemangku kepentingan eksternal secara terbuka.

### **2.2.4 Manfaat *Corporate Social Responsibility***

Apabila perusahaan melaksanakan program *corporate social responsibility* (CSR) dengan baik, maka perusahaan akan mendapatkan dampak positif bagi keberlangsungan aktivitas operasionalnya.

Menurut Sedang Muljati (2011) dalam Totok Mardikanto (2014:137), manfaat CSR bagi perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan citra perusahaan. Dengan melakukan kegiatan CSR, konsumen dapat lebih mengenal perusahaan sebagai perusahaan yang selalu melakukan kegiatan yang baik bagi masyarakat.
2. Memperkuat brand perusahaan. Melalui kegiatan membagikan produk secara gratis akan membuat konsumen menyadari keberadaan produk perusahaan, sehingga dapat meningkatkan posisi brand perusahaan.
3. Mengembangkan kerja sama dengan para pemangku kepentingan. Dalam melaksanakan kegiatan CSR, tentunya perusahaan akan memerlukan bantuan dari para pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, masyarakat, dan universitas lokal. Dengan begitu perusahaan dapat membuka relasi dengan para pemangku kepentingan.
4. Membedakan perusahaan dengan para pesaingnya. Jika program CSR dilakukan sendiri oleh perusahaan, maka perusahaan mempunyai kesempatan menonjolkan keunggulan komparatifnya sehingga dapat membedakan dengan pesaing yang menawarkan produk atau jasa yang sama.
5. Menghasilkan inovasi dan pembelajaran untuk meningkatkan pengaruh perusahaan. Dengan melaksanakan CSR secara konsisten dan berkala dapat memicu inovasi dalam perusahaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan posisi dan peran perusahaan dalam bisnis global.
6. Membuka akses investasi dan pembiayaan bagi perusahaan. Para investor saat ini lebih tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang telah melakukan CSR. Demikian juga penyedia dana, seperti perbankan akan lebih

memprioritaskan pemberian dana pada perusahaan yang telah melakukan CSR.

7. Meningkatkan harga saham. Jika perusahaan melaksanakan CSR dengan konsisten dan rutin sesuai dengan bisnis utamanya, maka investor, pemerintah, maupun konsumen akan semakin mengenal perusahaan, sehingga permintaan terhadap saham perusahaan akan naik dan otomatis harga saham akan meningkat.

Esensi CSR merupakan wujud *giving back* dari perusahaan kepada komunitas atau masyarakat sekitar yang dapat dilakukan untuk menghasilkan bisnis dengan niat tulus guna memberi kontribusi yang paling positif pada masyarakat sekitar (Tanaya:2004 dalam Mardikanto,2014:).

Dengan memperhatikan masyarakat, perusahaan dapat berkontribusi dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Bentuk kontribusi terhadap masyarakat dapat dilakukan dengan melakukan aktivitas serta pembuatan kebijakan yang dapat meningkatkan kesejahteraan, kualitas hidup, dan kompetensi masyarakat dalam berbagai bidang.

### **2.3 Landasan Teori *Corporate Social Responsibility***

Beberapa teori yang mendasari *Corporate Social Responsibility*, yaitu:

1. Teori *Stakeholder*

Menurut Ghazali dan Chariri (2007:409), Teori Stakeholder merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder*-nya. Kelompok

*stakeholder* inilah yang menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengungkap atau tidak suatu informasi di dalam laporan perusahaan.

Freeman (1984) mengartikan stakeholder sebagai kelompok yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. Freeman menganggap model manajerial baru yang tidak terbatas pada pemegang saham tradisional tetapi melakukan penggabungan pemangku kepentingan internal dan eksternal lainnya.

Tujuan utama dari teori stakeholder adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam meningkatkan penciptaan nilai sebagai dampak dari aktivitas yang dilakukan dan meminimalkan kerugian yang mungkin muncul bagi stakeholder.

## 2. Teori *Legitimacy*

Teori legitimasi berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. *Legitimacy theory* menyatakan bahwa organisasi terus menerus mencoba untuk memastikan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat (Deegan et al., 2002).

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Nor Hadi, 2011).

## **2.4 Dasar Hukum *Corporate Social Responsibility* di Indonesia**

Indonesia telah menentukan kebijakan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate social Responsibility* yang diatur dalam UU No.40 Tahun 2007 Pasal 74 ayat 1-4 tentang Perseroan Terbatas yang berbunyi:

- (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
- (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- (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 Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Dalam Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 pasal 4 disebutkan bahwa Tanggung Jawab Sosial dan lingkungan dilaksanakan oleh Direksi berdasarkan rencana kerja tahunan perseroan setelah mendapat persetujuan Dewan Komisaris atau Rapat Umum Pemegang saham (RUPS) sesuai dengan anggaran dasar perseroan. Rencana kerja tahunan perseroan memuat rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Sedangkan untuk pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial

dan Lingkungan dimuat dalam laporan tahunan perseroan dan dipertanggung jawabkan kepada RUPS (Pasal 6 PP No. 47/2012).

Sanksi yang akan diberikan kepada perusahaan yang tidak melaksanakan CSR terdapat dalam Pasal 34 UU No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, yaitu berupa peringatan tertulis, pembatasan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha dan pencabutan izin kegiatan usaha yang mengakibatkan perusahaan tidak dapat beroperasi kembali.

## **2.5 Perusahaan Perbankan**

### **2.5.1 Pengertian Perusahaan Perbankan**

Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses pelaksanaan usahanya.

Menurut **Ismail (2010:5)**, bank adalah:

“ Lembaga perantara keuangan bagi masyarakat dengan cara menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana, kemudian menyalurkannya kepada masyarakat yang membutuhkan dana”.

### **Undang Undang RI No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan**

menyebutkan bahwa:

“ Bank adalah sebuah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lain dengan tujuan untuk meningkatkan taraf hidup orang banyak”.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa bank mempunyai fungsi yang sangat penting bagi masyarakat karena dapat sama-sama memberikan



keuntungan baik bagi masyarakat yang kelebihan dana maupun kekurangan dana serta bagi bank sendiri.

### **2.5.2 Sistem Perbankan di Indonesia**

Sistem perbankan di Indonesia terbagi menjadi dua pengertian. Pertama sistem perbankan sebagai suatu jaringan yang terintegrasi dengan lembaga-lembaga perbankan yang terdiri dari BI, Bank umum, dan BPR. Sedangkan pengertian ke dua adalah sebagai suatu jaringan yang terintegrasi dengan bank – bank deposito (Bank umum dan BPR) yang terdiri dari sejumlah bank deposito.

Sistem perbankan yang berlaku di Indonesia terdiri dari dua macam berdasarkan konteks pengertian yang kedua, yaitu:

1. *Unit Banking System*, yaitu suatu sistem yang menyebutkan bahwa operasional perbankan hanya pada ruang lingkup unit tersebut saja, berdiri sendiri dan mempunyai kewenangan yang mencakup kegiatan sebatas di bank yang bersangkutan. Pada sistem ini bank tidak membuka cabang di luar wilayah kerja atau hanya terbatas pada kota atau provinsi masing – masing.

Bank yang menganut sistem ini umumnya memiliki ciri- ciri:

- a) Organisasi yang relatif kecil.
  - b) Ruang lingkup operasi terbatas.
  - c) Delegasi wewenang masih terbatas.
  - d) Keputusan kredit bisa lebih cepat karena langsung ditangani.
2. *Branch Banking System*, yaitu sistem perbankan yang terdiri dari kantor pusat, kantor cabang, dengan manajemen modern yang terpadu, terencana,

dan ada desentralisasi kewenangan serta wilayah operasional nya tidak hanya pada wilayah tertentu saja, dengan ciri-ciri sebagai berikut:

- a) Diversifikasi produk lebih variatif.
- b) Kantor pusat membuat perencanaan jangka panjang, sedangkan cabang bank cenderung membuat rencana jangka pendek.
- c) Delegasi wewenang lebih jelas terutama dalam memutuskan kredit berdasarkan status cabang.
- d) Bank dapat melakukan ekspansi fisik ke daerah ekonomi baru sebagai pusat pertumbuhan sehingga mampu meningkatkan kemampuan ekonomi rakyat setempat.

### **2.5.3 Fungsi Utama Perusahaan Perbankan**

Dalam menjalankan usahanya sebagai lembaga keuangan, kegiatan perbankan tidak akan terlepas dari bidang keuangan. Fungsi utama perbankan adalah penghimpunan dana dari masyarakat, penyaluran dana kepada masyarakat, dan pemberian pelayanan jasa perbankan.

Menurut **Ismail (2010:4)** terdapat tiga fungsi utama perbankan adalah sebagai berikut:

1. Menghimpun dana dari masyarakat (*Funding*)

Masyarakat mempercayai bank sebagai tempat untuk melakukan investasi dan menyimpan dana. Masyarakat yang kelebihan dana sangat membutuhkan keberadaan bank untuk menyimpan dananya dengan aman. Selain itu, tujuan lainnya adalah sebagai tempat untuk melakukan investasi. Dengan menyimpan dananya di bank, nasabah akan mendapatkan keuntungan

berupa *return* atas simpanannya, baik berupa bunga simpanan untuk bank konvensional atau bagi hasil untuk bank syari'ah. Dalam menghimpun dana pihak ketiga bank menawarkan produk simpanan berupa simpanan tabungan, giro, deposito dan simpanan lain yang diperkenankan.

2. Menyalurkan dana ke masyarakat (*Lending*).

Penyaluran dana merupakan aktivitas yang sangat penting bagi bank, karena bank akan mendapatkan pendapatan atas dana yang disalurkan. Pendapatan yang diperoleh dari aktivitas penyaluran dana merupakan pendapatan terbesar bagi setiap bank. Penyaluran dana kepada masyarakat sebagian besar dalam bentuk kredit dan/atau pembiayaan.

3. Pelayanan jasa perbankan.

Dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya, bank juga dapat memberikan pelayanan jasa. Produk pelayanan jasa yang diberikan oleh bank antara lain jasa pengiriman uang (transfer), pemindahbukuan, penagihan surat berharga, kliring, *letter of credit* (LC), inkaso dan pelayanan jasa lainnya.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian merupakan sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal objektif, valid, dan reliabel tentang suatu hal (variabel) tertentu (Sugiyono,2017:38).

Objek penelitian yang digunakan adalah *Corporate Social Responsibility* (Dependen) dan profitabilitas (Independen). Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari *website* Bursa Efek Indonesia: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan *website* masing-masing perusahaan.

#### **3.2 Metode Yang Digunakan**

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah adalah kegiatan penelitian didasarkan ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis (Sugiyono, 2017:2).

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kausal dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kausal merupakan penelitian yang digunakan untuk mengetahui hubungan yang bersifat sebab akibat, dimana ada variabel yang mempengaruhi (independen) dan variabel yang dipengaruhi (dependen) (Sugiyono,2017:64).

#### **3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian**

##### **3.3.1 Jenis Data Penelitian**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data panel, data panel merupakan gabungan dari data *time series* dan data *cross section*.

Menurut **Sugiyono (2017:10)** data *time series* adalah:

“Data yang dikumpulkan beberapa kali dalam interval waktu yang relatif sama, menggunakan instrumen yang sama dan obyek yang sama”.

Sedangkan data *cross section* adalah:

“ Data yang dikumpulkan dari obyek yang sama atau berbeda dengan instrumen yang sama atau berbeda dalam interval waktu yang tidak sama”.

### **3.3.2 Sumber Data Penelitian**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono:2017).

Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2017-2019, data diperoleh dari website resmi BEI: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan website resmi masing-masing perusahaan.

## **3.4 Populasi dan Sampel**

### **3.4.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:136). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 43 perusahaan perbankan yang

terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dibawah ini ditampilkan daftar populasi yang digunakan yang digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 3.1**

**Daftar Populasi Penelitian**

<b>No.</b>	<b>Kode Emitten</b>	<b>Nama Perusahaan</b>
1	AGRO	Bank Rakyat Indonesia Agro Tbk
2	AGRS	Bank Agris Tbk
3	ARTO	Bank Artos Indonesia Tbk
4	BABP	Bank MNC Internasional Tbk
5	BACA	Bank Capital Indonesia Tbk
6	BBCA	Bank Central Asia Tbk
7	BBHI	Bank Harda Internasional Tbk
8	BBKP	Bank Bukopin Tbk
9	BBMD	Bank Mestika Dharma Tbk
10	BBNI	Bank Negara Indonesia Tbk
11	BBRI	Bank Rakyat Indonesia Tbk
12	BBTN	Bank Tabungan Negara Tbk
13	BBYB	Bank Yudha Bakti Tbk
14	BCIC	Bank Jtrust Indonesia Tbk
15	BDMN	Bank Danamon Tbk
16	BEKS	Bank Pembangunan Daerah Banten Tbk
17	BGTG	Bank Ganesha Tbk
18	BINA	Bank Ina Perdana Tbk
19	BJBR	Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Tbk
20	BJTM	Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk
21	BKSW	Bank QNB Indonesia Tbk
22	BMAS	Bank Maspion Indonesia Tbk
23	BMRI	Bank Mandiri Tbk
24	BNBA	Bank Bumi Arta Tbk
25	BNGA	Bank CIMB Niaga Tbk
26	BNII	Bank Maybank Indonesia Tbk
27	BNLI	Bank Permata Tbk
28	BRIS	Bank BRI Syariah Tbk
29	BSIM	Bank Sinarmas Tbk
30	BSWD	Bank of India Indonesia Tbk
31	BTPN	Bank BTPN Tbk
32	BTPS	Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah Tbk
33	BVIC	Bank Victoria Internasional Tbk

No.	Kode Emitten	Nama Perusahaan
34	DNAR	Bank Dinar Internasional Tbk
35	INPC	Bank Arta Graha Internasional Tbk
36	MAYA	Bank Mayapada Internasional Tbk
37	MCOR	Bank China Contuctruction Bank Indonesia Tbk
38	MEGA	Bank Mega Tbk
39	NAGA	Bank Mitraiaga Tbk
40	NISP	Bank OCBC NISP Tbk
41	NOBU	Bank National Nobu Tbk
42	PNBN	Bank Pan Indonesia Tbk
43	PNBS	Bank Panin Dubai Syariah Tbk
44	SDRA	Bank Woori Saudara Indonesia Tbk

Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) (2020)

### 3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan digunakan dalam penelitian, yang diperoleh melalui teknik sampling atau teknik pengambilan sampel.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Non probability sampling*. Teknik *NonProbability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017:142).

Jenis teknik *Non probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel dengan kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti (Sugiyono,2017:144).

Adapun kriteria sampel yang ditentukan dalam penelitian ini adalah:

- (1). Perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2017-2019.
- (2). Perusahaan perbankan yang bukan merupakan bank syariah.
- (3). Perusahaan perbankan yang memperoleh laba selama tahun 2017-2019.

- (4). Perusahaan perbankan yang menerbitkan laporan keberlanjutan selama tahun 2017-2019.

**Tabel 3.2**  
**Teknik Pengambilan Sampel**

No	Keterangan	Jumlah Perusahaan
1	Perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI.	43
2	Perusahaan perbankan syariah	(3)
3	Perusahaan perbankan yang tidak memperoleh laba selama periode penelitian.	(13)
4	Perusahaan perbankan yang tidak menerbitkan laporan keberlanjutan ( <i>Sustainability Report</i> )	(14)
	Data tersedia dan lengkap	13
	Total sampel selama tiga tahun	39

**Sumber: Data sekunder yang diolah (2021)**

Adapun sampel yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Daftar Sampel Penelitian**

No.	Kode	Nama Perusahaan
1	BBCA	Bank Central Asia Tbk
2	BBKP	Bank Bukopin Tbk
3	BBNI	Bank Negara Indonesia Tbk
4	BBRI	Bank Rakyat Indonesia Tbk
5	BBTN	Bank Tabungan Negara Tbk
6	BDMN	Bank Danamon Tbk
7	BJBR	Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Tbk
8	BJTM	Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk
9	BMRI	Bank Mandiri Tbk
10	BNGA	Bank CIMB Niaga Tbk
11	BNII	Bank Maybank Indonesia Tbk
12	BNLI	Bank Permata Tbk
13	NISP	Bank OCBC NISP Tbk

**Sumber: Data sekunder yang diolah kembali (2021)**



### 3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

#### 3.5.1 Definisi Variabel

Variabel merupakan adalah segala sesuatu yang dijadikan objek penelitian.

Sedangkan menurut **Sugiyono (2017:68)** Variabel adalah:

“segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”.

Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen dan variabel independen. Jenis variabel yang digunakan adalah sebagai berikut:

##### 1. Variabel Independen (X)

Menurut **Sugiyono (2017:68)** variabel independen yaitu :

“Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel independen (terikat)”.

Adapun yang menjadi variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas. Menurut **Irham Fahmi (2018:80)** profitabilitas adalah:

“Rasio profitabilitas mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka menggambarkan tingginya keuntungan yang diperoleh perusahaan”.

##### 2. Variabel Dependen (Y)

Menurut **Sugiyono (2017:68)** variabel dependen adalah:

“variabel dependen atau sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa indonesia sering disebut sebagai variabel

terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”.

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility*. Menurut **Nor Hadi (2014:48)** *Corporate Social Responsibility* adalah:

“*Corporate Social Responsibility* merupakan satu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang di arahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang di barengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas.”

### 3.5.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel menjelaskan variabel yang akan diteliti, kosep variabel, indikator serta skala pengukuran yang akan digunakan. Dibawah ini ditampilkan operasionalisasi variabel penelitian.

**Tabel 3.4**

#### **Operasionalisasi Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Profitabilitas (X)	Rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan penggunaan aset, maupun penggunaan modal.  Hery (2015:227)	$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aset}}$	Rasio

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>Corporate Social Responsibility</i> (Y)	<i>Corporate Social Responsibility</i> merupakan satu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang di arahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang di barengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas. NorHadi (2014:48)	$\text{indexsocialdisclosure} = \frac{\sum SDCi}{\sum SDCpn}$	Rasio

### 3.6 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Analisis data adalah kegiatan yang dilakukan dengan mengolah data penelitian menjadi informasi untuk kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut **Sugiyono (2017:232)** analisis data adalah:

“Kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, metabelulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan” .

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi data panel dengan menggunakan program Eviews 11 dan Microsoft Exel. Data panel merupakan gabungan dari data *Time series* dan *Cross section*. Kemudian pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t dan koefisien dterminasi.

### 3.6.1 Analisis Regresi Data Panel

Menurut **Basuki (2016:276)** regresi data panel merupakan teknik regresi yang menggabungkan data runtut waktu (*time series*) dengan data silang (*cross section*). data *time series* adalah data yang dikumpulkan beberapa kali dalam interval waktu yang relatif sama, menggunakan instrumen yang sama dan obyek yang sama, sedangkan data *cross section* merupakan sekumpulan data untuk meneliti suatu fenomena tertentu dalam satu kurun waktu saja.

Rumus model regresi data panel sebagai berikut (Basuki & Prawoto, 2016:276):

$$Y = \alpha + bXit + e$$

Keterangan:

Y: Variabel dependen (LDR)

$\alpha$  : Konstanta

X: Variabel independen

b: Koefisien regresi variabel independen

e: Error term

t: Waktu

i: Perusahaan

### 3.6.2 Metode Estimasi Model Regresi Data Panel

Menurut **Basuki dan Prawoto (2016:276)** dalam analisis regresi data panel dapat digunakan 3 pendekatan yaitu sebagai berikut:

#### 1. *Common Effect Model*

*Common Effect Model* merupakan pendekatan model data panel yang paling sederhana karena hanya mengombinasikan data *time series* dan data *cross section*. Metode ini bisa menggunakan pendekatan Ordinary

Least Square (OLS) atau teknik kuadrat terkecil untuk mengestimasi model data panel.

## **2. *Fixed Effect Model***

Untuk mengestimasi data panel model *Fixed Effect* menggunakan teknik *variable dummy* untuk menangkap perbedaan intersep antar perusahaan. Namun demikian, slopenya sama antar perusahaan. Model estimasi ini sering juga disebut dengan teknik least Squares Dummy Variable (LDSV).

## **3. *Random Effect Model***

Model ini akan mengestimasi data panel dimana variabel gangguan mungkin saling berhubungan antar waktu dan antar individu. Pada model *random effect* perbedaan intersep diakomodasi oleh *error terms* masing-masing perusahaan. Keuntungan menggunakan model ini yakni menghilangkan heteroskedastisitas. Model ini juga disebut dengan *Error Component Model* (ECM) atau teknik *Generalized Least Squar* (GLS).

### **3.6.3 Uji Spesifikasi Model**

Menurut Basuki (2016:277) untuk mengetahui model yang paling tepat untuk digunakan dalam mengelola data panel, maka dapat dilakukan uji spesifikasi model sebagai berikut :

#### **1. Uji Chow**

Uji chow merupakan pengujian untuk menentukan *common effect model* atau *fixed effect model* yang paling tepat digunakan untuk mengestimasi data panel. Hipotesis yang dibentuk dalam uji chow adalah:

$H_0$  : *Common effect model*

$H_1$  : *Fixed effect model*

Ketentuan yang dilakukan dalam mengambil keputusan dengan uji chow adalah sebagai berikut:

Jika  $F \geq 0,05$  maka  $H_1$  ditolak yang berarti memilih model *common effect*.

Jika  $F < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak yang berarti memilih model *fixed effect* dan melakukan uji selanjutnya.

## 2. Uji Hausman

Uji hausman adalah pengujian statistik untuk memilih apakah model *fixed effect* atau *random effect* yang paling tepat. Hipotesis yang dibentuk dalam uji hausman adalah:

$H_0$  : *Random effect model*

$H_1$  : *Fixed effect model*

Apabila nilai statistik Hausman lebih besar dari nilai profitabilitas *Chi-Squares* maka artinya model yang tepat untuk regresi data panel adalah model *Fixed Effect*.

### 3.6.4 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011:160) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengambilan keputusan dengan Jargue-Bera test atau J-B test yaitu

apabila probabilitas  $> 0,05$ , maka variabel-variabel tersebut dikatakan berdistribusi normal.

## 2. Uji Heteroskedastitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari nilai residual antar pengamatan tetap, maka kondisi ini disebut homoskedastis. Akan tetapi jika berbeda, maka disebut heteroskedastis. Model regresi yang baik adalah model yang bersifat homoskedastis. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastis dalam penelitian ini akan dilakukan menggunakan metode *Breusch Pagan*.

Ho : Homoskedastis

Ha : Heteroskedastis

Apabila, nilai probabilitas dari variabel bebas sebesar  $> 0,05$  maka terjadi penerimaan terhadap Ho. Sehingga tidak terdapat heteroskedastis pada model tersebut atau hasilnya data dalam kondisi homoskedastis.

## 3. Uji Auto Korelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (Ghozali, 2011:110).

Untuk mendeteksi adanya masalah ini, dapat digunakan uji LM dengan menggunakan statistik *Breusch Godfrey*. Jika nilai  $p$ -value observasi  $R^2 > 0,05$  maka tidak terjadi autokorelasi.

### **3.6.5 Pengujian Hipotesis**

Pengujian hipotesis adalah pengujian terhadap suatu pernyataan dengan menggunakan metode statistik sehingga dapat diketahui signifikan atau tidaknya hasil pengujian tersebut.

#### **1. Uji Parsial (t)**

Uji parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas secara individual dalam menjelaskan variabel terikat. Uji ini dilakukan dengan melihat probabilitas  $t$  hitung, ketika  $\text{prob} < \text{taraf sig } 5\%$ , maka  $H_0$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan variabel bebas tersebut signifikan mempengaruhi variabel terikat.

### **3.6.6 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa baik sampel menggunakan data (Gujarati:2007).  $R^2$  mengukur besarnya jumlah reduksi dalam variabel dependen yang diperoleh dari penggunaan variabel bebas.  $R^2$  mempunyai nilai antara 0 sampai 1. Semakin tinggi angka tersebut maka semakin baik model yang dibuat dan sebaliknya.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan identifikasi masalah dalam penelitian ini berupa deskripsi dari pengaruh *profitabilitas* perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, analisis regresi data panel, koefisien determinasi dan pengujian hipotesis berupa uji t.

##### 4.1.1 Tingkat Profitabilitas Perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Profitabilitas membuat manajemen lebih fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas maka kemungkinan pengungkapan informasi sosial perusahaan semakin luas.

**Tabel 4.1**  
**Perkembangan Profitabilitas Perusahaan Perbankan**  
**Tahun 2017-2019**

No	Kode Emitten	ROA		
		2017	2018	2019
1	BBCA	0,0311	0,0313	0,0311
2	BBKP	0,0013	0,0020	0,0022
3	BBNI	0,0194	0,0187	0,0183
4	BBRI	0,0258	0,0250	0,0243
5	BBTN	0,0116	0,0092	0,0007
6	BDMN	0,0215	0,0220	0,0219
7	BJBR	0,0105	0,0129	0,0127
8	BJTM	0,0225	0,0201	0,0179
9	BMRI	0,0191	0,0215	0,0216
10	BNGA	0,0112	0,0131	0,0133

11	BNII	0,0107	0,0127	0,0114
12	BNLI	0,0050	0,0059	0,0093
13	NISP	0,0141	0,0152	0,0163
<b>Maximum</b>		0,0311	<b>0,0313</b>	0,0311
<b>Minimum</b>		0,0013	0,0020	<b>0,0007</b>
<b>Rata-rata</b>		0,0157	<b>0,0161</b>	0,0155

Sumber : Data Diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui besarnya *Return On Asset* (ROA) perusahaan perbankan periode 2017-2019 berkisar antara 0,07 sampai 3,13 dengan nilai rata-rata sebesar 0,0161. Nilai *Return On Asset* (ROA) terendah pada PT Bank Tabungan Negara Tbk pada tahun 2019 yaitu sebesar 0,07 sedangkan nilai *Return On Asset* (ROA) tertinggi pada PT Bank Central Asia Tbk pada tahun 2018 yaitu sebesar 3,13.

#### 4.1.2 Tingkat Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pelaksanaan aktivitas *Corporate Social Responsibility* dilakukan oleh perusahaan salah satunya bertujuan untuk memperoleh legitimasi atau penerimaan dari masyarakat.

**Tabel 4.2**  
**Perkembangan Pengungkapan CSR Perusahaan Perbankan**  
**Tahun 2017-2019**

No	Kode Emitten	Jumlah Pengungkapan			CSRD <sub>i</sub>		
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
1	BBCA	18	18	23	0,1978	0,1978	0,2527
2	BBKP	28	28	28	0,3077	0,3077	0,3077
3	BBNI	7	8	8	0,0769	0,0879	0,0879
4	BBRI	9	26	27	0,2637	0,2857	0,2967
5	BBTN	29	26	27	0,3187	0,2857	0,2967
6	BDMN	6	9	14	0,0659	0,0989	0,1538
7	BJBR	24	24	45	0,2637	0,3297	0,4945

8	BJTM	19	27	33	0,2088	0,2967	0,3626
9	BMRI	5	12	25	0,0549	0,1319	0,2747
10	BNGA	14	14	21	0,1538	0,1538	0,2308
11	BNII	14	17	18	0,1538	0,1868	0,1978
12	BNLI	18	18	19	0,1978	0,1978	0,2088
13	NISP	24	25	25	0,2637	0,2747	0,2747
<b>Maximum</b>		29	28	<b>45</b>	0,3187	0,3297	<b>0,4945</b>
<b>Minimum</b>		<b>5</b>	8	8	<b>0,0549</b>	0,0879	0,0879
<b>Rata-rata</b>		16,538	19,385	<b>24,077</b>	0,194	0,218	<b>0,265</b>

Sumber : Data Diolah (2021)

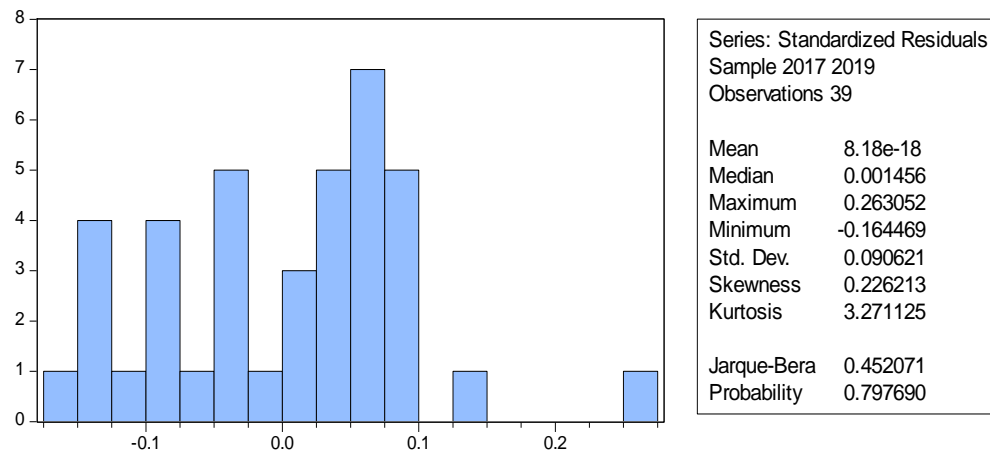
Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat jumlah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berkisar antara 5 sampai 45 poin dengan nilai rata-rata tertinggi sebesar 24,077 dengan *CSR index* sebesar 0,265. Perusahaan dengan jumlah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terendah pada PT Bank Mandiri Tbk pada tahun 2017 yaitu sebesar 5 poin dengan *CSR index* sebesar 0,0549 sedangkan jumlah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tertinggi pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Tbk pada tahun 2019 yaitu sebesar 45 poin dengan *CSR index* sebesar 0,4945.

#### 4.1.3 Pengujian Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal dalam persamaan regresi. Pengambilan keputusan dilakukan menggunakan *Jargue-Bera test* atau J-B test.

**Tabel 4.3**  
**Uji Normalitas**



**Sumber : Output Eviews 11 (2021)**

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas, dapat dilihat nilai dari Prob JB > 0,05 yang berarti data berdistribusi normal.

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residualnya. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan uji *Breusch-Pagan-Godfrey*.

**Tabel 4.4**  
**Uji Heteroskedastisitas**

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey			
Null hypothesis: Homoskedasticity			
F-statistic	0.333681	Prob. F(1,37)	0.5670
Obs*R-squared	0.348574	Prob. Chi-Square(1)	0.5549
Scaled explained SS	0.340036	Prob. Chi-Square(1)	0.5598

**Sumber : Output Eviews 11 (2021)**

Berdasarkan hasil uji di atas diperoleh nilai Obs\*R-squared > 0,05 yang berarti dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model

regresi sehingga data layak dipakai untuk selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis.

### 3. Uji Autokorelasi

Untuk melakukan uji auto korelasi dilakukan dengan uji LM dengan menggunakan statistik *Breusch Godfrey*.

**Tabel 4.5**  
**Uji Auto Korelasi**

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test: Null hypothesis: No serial correlation at up to 1 lag			
F-statistic	5.686185	Prob. F(1,36)	0.0225
Obs*R-squared	5.319777	Prob. Chi-Square(1)	0.0211

**Sumber : Output Eviews 11 (2021)**

Berdasarkan pengujian *Breusch Godfrey* LM diperoleh nilai Prob *chi square* < 0,05 yang berarti terjadi gejala autokorelasi. Untuk memperbaiki gejala autokorelasi maka dilakukan log variabel terikat Y menjadi  $Y_{t-1}$ .

**Tabel 4.6**  
**Uji Autokorelasi Setelah Dilakukan Perbaikan**

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test: Null hypothesis: No serial correlation at up to 2 lags			
F-statistic	2.953756	Prob. F(2,35)	0.0653
Obs*R-squared	5.632046	Prob. Chi-Square(2)	0.0598

**Sumber : Output Eviews 11 (2021)**

Setelah dilakukan perbaikan, maka diperoleh nilai Prob *chi square* > 0,05 yang menunjukkan tidak terdapat autokorelasi dalam model yang digunakan.

#### 4.1.4 Analisis Data

##### 4.1.4.1 Analisis Regresi Data Panel

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi data panel. Data panel merupakan gabungan antara data *cross section* dan *times series*. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta ROA + \varepsilon$$

Keterangan:

CSR = *Corporate Social Responsibility*

$\beta$  = Koefisien Regresi

ROA = *Return On Asset*

$\varepsilon$  = Kesalahan Residual (Error)

##### 4.1.4.2 Pemilihan Model Data Panel

###### 1. *Common Effect Model*

Model *common effect* mengasumsikan bahwa data gabungan yang ada menunjukkan kondisi sesungguhnya dan hasil analisis regresi dianggap berlaku pada semua objek waktu. Hasil regresi model *common effect* dapat dilihat dalam Tabel 4.7.

**Tabel 4.7**  
***Common Effect Model***

Dependent Variable: CSR  
Method: Panel Least Squares  
Date: 04/11/21 Time: 20:34  
Sample: 2017 2019  
Periods included: 3  
Cross-sections included: 13  
Total panel (balanced) observations: 39

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.272952	0.032210	8.474159	0.0000
ROA	-3.000344	1.821429	-1.647248	0.1080

Sumber : Output Eviews 11 (2021)

Berdasarkan tabel diatas, bentuk regresi *common effect model* adalah:

$$Y = 0.272952 - 3.000344 *ROA$$

## 2. Fixed Effect Model

Model *fixed effect* di asumsikan memiliki data gabungan dari konstanta dan koefisien regresi yang tepat untuk berbagai periode waktu. Hasil regresi model *fixed effect* dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 4.8**  
***Fixed Effect Model***

Dependent Variable: CSR  
Method: Panel Least Squares  
Date: 04/11/21 Time: 20:36  
Sample: 2017 2019  
Periods included: 3  
Cross-sections included: 13  
Total panel (balanced) observations: 39

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.181820	0.086131	2.110977	0.0449
ROA	2.784376	5.438267	0.511997	0.6131

**Sumber : Output Eviews 11 (2021)**

Berdasarkan tabel 4.7 bentuk regresi dengan *fixed effect model* adalah:

$$Y = 0.181820 + 2.784376 *ROA$$

### 3. Random Effect Model

**Tabel 4.9**  
*Random Effect Model*

Dependent Variable: CSR  
 Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)  
 Date: 04/11/21 Time: 20:37  
 Sample: 2017 2019  
 Periods included: 3  
 Cross-sections included: 13  
 Total panel (balanced) observations: 39  
 Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.255417	0.046791	5.458664	0.0000
ROA	-1.887326	2.583241	-0.730604	0.4696

Effects Specification		S.D.	Rho
Cross-section random		0.076885	0.6587
Idiosyncratic random		0.055342	0.3413

**Sumber : Output Eviews 11 (2021)**

Berdasarkan tabel 4.9, maka bentuk regresi *random effect model* adalah:

$$Y = 0.255147 - 1.887326 *ROA$$

#### 4.1.4.3 Uji Spesifikasi Model

Setelah sebelumnya diketahui persamaan regresi dengan ke tiga model di atas, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji *chow*. Uji *chow* dilakukan untuk mengetahui model *common effect* atau model *fixed effect* yang sebaiknya digunakan dalam penelitian. Adapun hasil uji *chow* dapat dilihat pada tabel berikut:



**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Chow**

Redundant Fixed Effects Tests  
Equation: FEM  
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	6.322687	(12,25)	0.0001
Cross-section Chi-square	54.404182	12	0.0000

**Sumber : Output Eviews 11 (2021)**

Tabel di atas menjelaskan bahwa nilai dari *Cross-section F*  $< 0,05$  yaitu sebesar 0,0001, maka  $H_0$  ditolak yang berarti memilih model *fixed effect* dan harus dilakukan uji selanjutnya yaitu uji *hausman*.

Setelah sebelumnya model *fixed effect* yang terpilih dalam uji chow, maka selanjutnya harus dilakukan pengujian kembali melalui uji *hausman*. Uji *hausman* dilakukan untuk menentukan model *fixed effect* atau model *random effect* yang sebaiknya digunakan.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Hausman**

Correlated Random Effects - Hausman Test  
Equation: REM  
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	0.952981	1	0.3290

**Sumber : Output Eviews 11 (2021)**

Dalam tabel di atas dapat dilihat nilai dari Prob *Cross-section random*  $> 0,05$  yaitu sebesar 0,3294 yang berarti model *random effect* akan digunakan dalam analisis regresi data panel.

Setelah melakukan uji hausman, langkah terakhir adalah melakukan uji *langrange multiplier* (LM) menggunakan uji *Breusch-Pagan*. Adapun hasil uji *langrange multiplier* dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 4.12**  
**Uji Langrange Multiplier**

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects  
Null hypotheses: No effects  
Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	14.57941 (0.0001)	0.206614 (0.6494)	14.78603 (0.0001)

**Sumber : Output Eviews 11 (2021)**

Dalam tabel di atas dapat dilihat nilai dari  $\text{Prob Cross-section} < 0,5$  yang berarti *random effect* yang paling tepat digunakan dalam analisis regresi penelitian.

#### 4.1.5 Hasil Persamaan Regresi Data Panel

Dalam penelitian ini persamaan regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Setelah sebelumnya dilakukan pengujian pada beberapa model pendekatan estimasi, maka metode estimasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah data panel dengan menggunakan *Random Effect Model* dengan output Eviews 11 sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Persamaan Regresi**

Dependent Variable: CSR  
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)  
Date: 04/02/21 Time: 19:06  
Sample: 2017 2019  
Periods included: 3  
Cross-sections included: 13  
Total panel (balanced) observations: 39  
Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.255417	0.046791	5.458664	0.0000
ROA	-1.887326	2.583241	-0.730604	0.4696

Effects Specification		S.D.	Rho
Cross-section random		0.076885	0.6587
Idiosyncratic random		0.055342	0.3413

Weighted Statistics			
Root MSE	0.053870	R-squared	0.014239
Mean dependent var	0.086609	Adjusted R-squared	-0.012403
S.D. dependent var	0.054967	S.E. of regression	0.055307
Sum squared resid	0.113178	F-statistic	0.534461
Durbin-Watson stat	1.109507	Prob(F-statistic)	0.469342

**Sumber : Output Eviews 11 (2021)**

Berdasarkan output eviews diatas, dapat di ketahui model dan nilai koefisien masing – masing variabel dengan persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = 0.255417 - 1.887326 * ROA$$

Dari persamaan regresi di atas sudah di peroleh nilai koefisien nya, sehingga dapat di representasikan sebagai berikut:

- Intersept yang diperoleh adalah sebesar 0.255417 hasil ini di artikan ketika variabel independen bernilai nol, maka nilai csr yang dihitung menggunakan *CSRDI* adalah sebesar 0.255147.

- b. Koefisien regresi dari variabel *Return On Asset* dalam model persamaan diatas adalah sebesar - 1.887326, dimana setiap 1% perubahan *Return On Asset* akan diikuti perubahan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebesar – 1.887326.

#### **4.1.6 Pengujian Hipotesis**

##### **4.1.6.1 Uji t (Parsial)**

Berdasarkan hasil uji-t pada tabel 4.13 Diketahui bahwa variabel ROA memiliki nilai koefisien -1,8873 yang berarti bernilai negatif. Nilai tersebut dapat diinterpretasikan variabel ROA berpengaruh negatif terhadap CSR dan nilai Prob. variabel ROA  $0,4696 > 0,05$  mengindikasikan bahwa variabel ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel CSR, pada tingkat signifikansi 5%.

##### **4.1.7 Koefisien Determinasi**

Dalam penelitian ini koefisien determinasinya yaitu 0,014239 atau 1,42 %. Hal ini menunjukkan bahwa 1,42% *corporate social responsibility* dipengaruhi oleh profitabilitas, sedangkan sisanya sebesar 98,588 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian yang mungkin dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* seperti ukuran perusahaan, *Leverage*, kinerja lingkungan dan ukuran dewan komisaris.

#### **4.2 Pembahasan**

##### **4.2.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility**

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel ROA memiliki nilai koefisien -1,8873 yang berarti bernilai negatif. Nilai tersebut dapat diinterpretasikan variabel ROA berpengaruh negatif terhadap CSR dan

nilai Prob. variabel ROA  $0,4696 > 0,05$  mengindikasikan bahwa variabel ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel CSR. Nilai ini menunjukkan bahwa jika *Return On Asset* meningkat tidak diikuti dengan meningkatnya jumlah pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian ini tidak mendukung penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Sari Wulandari (2017) dan Neng Riyanti Nuraprianti (2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap CSR.

Hasil Penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Christa Evandini dan Darsonno (2014) dan Diny Andriany dkk (2017) yang mengemukakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Hal ini menunjukkan ketika profitabilitas perusahaan tinggi belum tentu jumlah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* bertambah, sebagai contoh pada PT Bank Bukopin Tbk ketika profitabilitas perusahaan meningkat jumlah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak bertambah. Hal ini tidak mendukung teori yang menyatakan bahwa ketika laba perusahaan tinggi maka manajemen akan melakukan pengungkapan sosial yang luas. Hal ini karena perusahaan dengan nilai ROA positif menjadikan perusahaan dianggap mampu bertahan di masa mendatang, sehingga ketika nilai ROA kurang baik perusahaan beranggapan belum perlu memperluas pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dilihat dari *annual report* dan *sustainability report* perusahaan. Analisis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi data panel dengan program *eviews* versi 11. Data sampel sebanyak 13 perusahaan perbankan yang menerbitkan *annual report* dan *sustainability report* dengan total data sebanyak 39 selama 3 tahun dari tahun 2017 sampai 2019. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat profitabilitas perusahaan perbankan memiliki nilai rata-rata paling tinggi pada tahun 2018 yaitu sebesar 0,0161 dengan nilai maksimum sebesar 0,0313 pada PT Bank Central Asia Tbk dan nilai minimum pada PT Bank Tabungan Negara Tbk sebesar 0.0007 tahun 2019.
2. Tingkat rata-rata pengungkapan CSR paling tinggi terjadi pada tahun 2019 yaitu sebesar 0,2646 dengan nilai maksimum pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Tbk sebesar 0,4945 tahun 2019 dan nilai minimum sebesar 0,0549 pada PT Bank Mandiri Tbk tahun 2017.
3. Variabel profitabilitas (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel CSR, dengan nilai koefisien sebesar -1,8873 dan nilai Prob. sebesar 0,4696 Hal ini mengindikasikan bahwa ketika profitabilitas perusahaan meningkat belum tentu diikuti dengan meningkatnya jumlah

pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan aktivitas sosial perusahaan. Hasil Penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Christa Evandini dan Darsonno (2014) dan Diny Andriany dkk (2017)

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan yang telah dikemukakan mengenai penelitian tentang pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR, maka penulis mengajukan saran sebagai berikut:

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan sampel ataupun variabel yang akan digunakan dalam penelitian seperti *leverage*, ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris, karena model penelitian yang di gunakan kurang baik karena sampel yang digunakan kurang dapat menjelaskan populasi nya hal ini dapat di lihat dari nilai Prob. F statistic sebesar 0,469 , hal ini di sebabkan karena kurang nya sampel atau pun variabel yang di gunakan dalam penelitian.

Perusahaan perbankan hendaknya dapat meningkatkan kinerja *Corporate Social Responsibility* dengan menerapkan berbagai kegiatan yang sesuai dengan pedoman *Global Reporting Initiative* (GRI) dengan maksimal, termasuk juga dalam hal pelaporan secara berkala sehingga dapat digunaka oleh *stakeholder* untuk membuat keputusan dalam melakukan investasi dan juga untuk mengetahui sejauh mana pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Barbara Gunawan dan Suharti Sri Utami. 2008. “*Peranan Corporate Social Responsibility Dalam Nilai Perusahaan*”. Jurnal Akuntansi dan Keuangan No 2 Volume 7. September 2008.
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. 2016. *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis: dilengkapi aplikasi SPSS dan Eviews*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Christa Evandini&Darsono. 2014. *Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI*. Diponegoro Journal of Accounting Vol.3 No.3 2014.
- Dini Andriyani dkk. 2017. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Jurnal e-Proceeding of Management Vol.4 No.3 2017.
- Ghozali, I. dan A. Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Undip. Semarang.
- Ghozali Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi 5. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gujarati Damodar&Dawn Porter. 2013. *Dasar-dasar Ekonometrika Buku 2*. Salemba Empat. Jakarta.
- Global Reporting Initiative*. 2016. Diperoleh 11 Oktober, dari [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org).
- Hery. 2015. *Analisis Laporan Keuangan (Pendekatan Rasio Keuangan)*. Cetakan pertama. CAPS (Center for Academic Publishing Service). Yogyakarta.
- Irham Fahmi. 2018. *Pengantar manajemen Keuangan*. CV Alfabeta. Bandung.
- Ismail. 2010. *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi*. Edisi Pertama. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Kontan.co.id. 2018. “Kemosos mendorong kembali pembahasan RUU CSR”. Diperoleh pada 05 Maret 2020, dari <http://amp.kontan.co.id/news/kemosos-mendorong-kembali-pembahasan-ruu-csr>.
- Liputan6.com. 2017. “Bank bjb Gelar Ratusan CSR bidang Kesehatan, Lingkungan, dan Pendidikan”. Diperoleh pada 25 Mei 2020, dari



<https://www.liputan6.com/bisnis/read/3209527/bank-bjb-gelar-ratusan-csr-bidang-kesehatan-lingkungan-dan-pendidikan>.

Maria R. Nindita Radyati. 2014. *Sustainable business dan Corporate Social Responsibility (CSR)*. Edisi pertama. CECT (Center for Entrepreneurship, change and Third Sector) Trisakti University. Jakarta.

Neng Riyanti Nuraprianti. 2019. *Pengaruh profitabilitas, ukuran dewan komisaris, dan ukuran perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure*. Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Vol.7 No.3 2019.

Nor Hadi. 2014. *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Purnasiwi, Jayanti. 2011. "Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas dan Leverage terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia." Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Peraturan Otoritas jasa Keuangan No.51/POJK.03/2017 Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik. Jakarta.

Reza Rahman. 2009. *Corporate Social Responsibility: Antara Teori dan Kenyataan*. Media Presindo. Yogyakarta.

Republik Indonesia. 1998. Undang-undang No.10 Tahun 1998 Tentang Perbankan. Jakarta: DPR RI.

Republik Indonesia. 2007. Undang-undang No.40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. Jakarta: DPR RI.

Republik Indonesia. 2007. Undang-undang No.25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal. Jakarta: DPR RI.

Republik Indonesia. 2008. Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Jakarta: DPR RI.

Republik Indonesia. 2012. PP No.47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Jakarta: Presiden RI.

Sari Wulandari. 2017. *Pengaruh profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility*. Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Vol.2 No.2 2017.

Sembiring, Edy Rismanda. 2005. "*Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di BEJ*". Simposium Nasional Akuntansi VIII.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D)*. CV Alfabeta. Bandung.

Totok Mardikanto. 2014. *CSR (Corporate Social Responsibility) Tanggung Jawab Sosial Korporasi*. CV Alfabeta. Bandung.

[www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

## **LAMPIRAN**

## 91 INDIKATOR GRI G4

	<b>KATEGORI KINERJA EKONOMI</b>
	<b>ASPEK :KINERJA EKONOMI</b>
	<b>*EC Item Kinerja Ekonomi</b>
EC1	perolehan dan distribusi nilai ekonomi langsung, meliputi pendapatan biaya operasi, imbal jasa karyawan, donasi, dan investasi komunitas lainnya, laba ditahan, dan pembayaran kepada pemodal serta pemerintah
EC2	Implikasi finansial dan risiko lainnya akibat perubahan iklim serta peluangnya bagi aktivitas organisasi.
EC3	Jaminan kewajiban organisasi terhadap imbalan pasti.
EC4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah.
	<b>ASPEK: KEBERADAAN DI PASAR</b>
EC5	Rentang rasio standar upah terendah dibandingkan dengan upah minimum setempat pada lokasi operasi yang signifikan.
EC6	Prosedur penerimaan pegawai lokal dan proporsi manajemen senior lokal yang dipekerjakan pada lokasi operasi yang signifikan.
	<b>Aspek : Dampak Ekonomi Tidak Langsung</b>
EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur serta jasa yang diberikan untuk kepentingan publik secara komersial, natura, atau secara cuma-cuma.
EC8	Pemahaman dan Penjelasan dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak
	Aspek : Praktik Pengadaan
EC9	Perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional yang signifikan.
	<b>KATEGORI KINERJA LINGKUNGAN</b>
	<b>*EN = Item Kinerja Lingkungan</b>
	<b>Aspek: Bahan</b>
EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
EN2	Persentase bahan yang digunakan merupakan bahan input daur ulang.
	Aspek: Energi
EN3	Konsumsi energi dalam organisasi.
EN4	Konsumsi energi di luar organisasi.
EN5	Intensitas Energi.
EN6	Pengurangan konsumsi energi.
EN7	Pengurangan kebutuhan energi pada produk dan jasa
	<b>Aspek: Air</b>
EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumbernya
EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
	<b>Aspek : Keanekaragaman Hayati</b>
EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam, atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar
EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung
EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan

EN14	Jumlah total spesies dalam iucn red list dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
	<b>Aspek : Emisi</b>
EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (cakupan 1)
EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2)
EN17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (Cakupan 3)
EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK)
EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK)
EN20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
EN21	NOX, SOX, dan emisi udara signifikan lainnya
	<b>Aspek : Efluen dan Limbah</b>
EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
EN24	Jumlah dan volume total tambahan signifikan
EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi basel 2 lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkait dampak dari pembuangan dan air limpasan dari organisasi
	<b>Aspek : Produk dan Jasa</b>
EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap lingkungan produk dan jasa
EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori
	<b>Aspek : Kepatuhan</b>
EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpastian terhadap UU dan peraturan lingkungan
	<b>Aspek : Transportasi</b>
EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi dan pengangkutan tenaga kerja
	<b>Aspek : Lain-lain</b>
EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
	<b>Aspek : Asesmen Pemasok atas Lingkungan</b>
EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
	<b>Aspek : Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan</b>
EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
	<b>KATEGORI SOSIAL</b>
	<b>SUB-KATEGORI: PRAKTEK K E T E N A G A K E R J A A N DAN KENYAMANAN BEKERJA</b>
	<b>*LA= Item Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Kerja</b>
	<b>Aspek : Kepegawaian</b>
LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah

LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paru waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut jender
	<b>Aspek : Hubungan Industrial</b>
LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama
	<b>Aspek : Kesehatan dan Keselamatan Kerja</b>
LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemenpekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender
LA7	Pekerja yang sering terkena atau beresiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
	<b>Aspek : Pelatihan dan Pendidikan</b>
LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender dan menurut kategori karyawan
LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
LA11	Persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan
	<b>Aspek : Keberagaman dan Kesetaraan Peluang</b>
LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
	<b>Aspek : Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki</b>
LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasar lokasi operasional yang signifikan
	<b>Aspek : Asesmen Pemasok Terkait Praktik Ketenagakerjaan</b>
LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pemasok dan tindakan yang diambil
LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang di ajukan, di tangani, dan di selesaikan melalui pengaduan resmi
	<b>KATEGORI SOSIAL</b>
	<b>Sub Kategori : Hak Asasi Manusia</b>
	<b>*HR = Item Hak Asasi Manusia</b>
	<b>Aspek : Investasi</b>
HR1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur HAM terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan operasi, termasuk persentase

	karyawan yang dilatih
	<b>Aspek : Non - Diskriminasi</b>
HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil
	<b>Aspek : Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerjasama</b>
HR4	Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau beresiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja sama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
	<b>Aspek : Pekerja Anak</b>
HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi beresiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif
	<b>Aspek : Pekerja Paksa atau Wajib Kerja</b>
HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
	<b>Aspek : Praktik Pengamanan</b>
HR7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia diorganisasi yang relevan dengan operasi
	<b>Aspek : Hak Adat</b>
HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
	<b>Aspek : Asesmen</b>
HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan review atau asesmen dampak hak asasi manusia
	<b>Aspek : Asesmen Pemasok atas Hak Asasi Manusia</b>
HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pemasok dan tindakan yang diambil
	<b>Aspek : Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia</b>
HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal
	<b>KATEGORI SOSIAL</b>
	<b>Sub Kategori : Masyarakat</b>
	<b>*SO = Item Pengungkapan Masyarakat</b>
	<b>Aspek : Masyarakat Lokal</b>
SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal
	<b>Aspek : Anti Korupsi</b>
SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi
SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi
SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
	<b>Aspek : Kebijakan Publik</b>
SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat
	<b>Aspek : Anti Persaingan</b>
SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait Anti Persaingan, anti-trust, serta praktik

	monopoli dan hasilnya
	<b>Aspek : Kepatuhan</b>
SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan.
	<b>Aspek : Asesmen Pemasok Atas Dampak Terhadap Masyarakat</b>
SO9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat
SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
	<b>Aspek : Mekanisme Pengaduan Dampak Terhadap Masyarakat</b>
SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
	<b>KATEGORI SOSIAL</b>
	<b>SUB-KATEGORI: TANGGUNGJAWAB ATAS PRODUK</b>
	<b>*PR = Item Tanggung Jawab atas Produk</b>
	<b>Aspek : Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan</b>
PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil.
	<b>Aspek : Pelabelan Produk dan Jasa</b>
PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis.
PR4	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil.
PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan.
	<b>Aspek : Komunikasi Pemasaran</b>
PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan.
PR7	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor, menurut jenis hasil.
	<b>Aspek : Privasi Pelanggan</b>
PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan.
	<b>Aspek : Kepatuhan</b>
PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait.