

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang ketat, perusahaan dituntut untuk tidak hanya fokus pada pencapaian keuntungan (*profit*) tetapi juga harus memperhatikan aspek sosial (*people*) dan lingkungan (*planet*). Konsep ini dikenal sebagai *Triple Bottom Line*, yang menjadi dasar bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi bisnis berkelanjutan. Salah satu implementasi nyata dari pendekatan ini adalah melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Corporate Social Responsibility* (CSR) sendiri merupakan komitmen perusahaan untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungan, serta memperhatikan kepentingan para pemangku kepentingan. Dalam konteks perusahaan manufaktur yang memiliki potensi besar dalam mempengaruhi lingkungan dan masyarakat, pelaksanaan CSR menjadi krusial. CSR tidak hanya dianggap sebagai kewajiban moral atau regulatif, tetapi juga sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan reputasi perusahaan, loyalitas konsumen dan pada akhirnya kinerja keuangan.

Di Indonesia, implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah diatur dalam beberapa regulasi, antara lain Undang-Undang No. 40 tahun 2017 tentang Perseroan Terbatas, yang mewajibkan perusahaan yang bergerak di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu, menurut Peraturan OJK No. 51/POJK.03/2017 mewajibkan pelaporan kegiatan keberlanjutan bagi emiten dan perusahaan publik. Ketentuan ini

memperkuat urgensi penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia, terutama perusahaan sektor manufaktur yang banyak bersinggungan dengan isu lingkungan dan sosial.

Selain pentingnya *Corporate Social Responsibility*, perusahaan juga memiliki tanggung jawab untuk mengelola dana para investor dan memanfaatkan dana tersebut agar menghasilkan keuntungan (*Profit*) dan tidak merugikan investor. Oleh karena itu, perusahaan bertanggungjawab mengeluarkan laporan tahunan (*Annual Report*) sebagai penilaian investor terhadap perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan merupakan hasil yang dapat diukur dan menggambarkan kondisi atau kemampuan dari suatu perusahaan. Sedangkan, Penilaian kinerja perusahaan merupakan suatu kegiatan yang sangat penting karena berdasarkan hasil dari penilaian tersebut dapat mengukur kemampuan perusahaan selama satu periode tertentu dan dapat digunakan sebagai pedoman bagi perusahaan untuk memperbaiki maupun meningkatkan kinerja perusahaan periode selanjutnya. Penilaian kinerja keuangan dapat dilakukan dengan analisis rasio-rasio yang diantaranya yaitu rasio profitabilitas.

Rasio profitabilitas adalah rasio untuk mengukur serta mengevaluasi kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu sehingga dapat diketahui tingkat efisiensi perusahaan dalam beroperasi. Rasio profitabilitas ini sangat dibutuhkan oleh para investor terutama para investor jangka panjang. Hal ini dikarenakan profitabilitas selain digunakan oleh perusahaan untuk menjaga pertumbuhan bisnisnya, tetapi juga digunakan untuk memperbaiki kondisi finansial perusahaan di masa depan (Riyanti, 2022). Rasio Profitabilitas terdiri dari

banyak rasio, namun dalam penelitian ini peneliti menggunakan rasio profitabilitas yang diukur dengan menggunakan *Return On Assets* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE)

Return On Assets (ROA) adalah salah satu rasio yang digunakan untuk menilai kualitas dan kinerja perusahaan serta mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

Tabel 1. 1 Data *Return On Assets* Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2024

| No. | Kode Perusahaan | <i>Return Of Assets</i> (ROA) | | | | | Rata-rata Perusahaan |
|---------------------|-----------------|-------------------------------|--------|--------|--------|--------|----------------------|
| | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| 1 | ADES | 14,16% | 20,38% | 22,18% | 18,98% | 19,55% | 19,05% |
| 2 | BUDI | 2,265 | 3,06% | 2,19% | 3,08% | 1,78% | 2,48% |
| 3 | CAMP | 4,05% | 8,72% | 11,28% | 11,70% | 8,97% | 8,95% |
| 4 | ICBP | 7,16% | 6,69% | 4,96% | 7,10% | 6,99% | 6,58% |
| 5 | INDF | 5,36% | 6,25% | 5,09% | 6,16% | 6,48% | 5,87% |
| 6 | MYOR | 10,61% | 6,08% | 8,84% | 13,59% | 10,32% | 9,89% |
| 7 | SKBM | 0,31% | 1,51% | 4,24% | 0,13% | 4,53% | 2,14% |
| 8 | TBLA | 3,50% | 3,76% | 3,39% | 2,37% | 2,52% | 3,11% |
| 9 | ULTJ | 12,68% | 17,24% | 13,09% | 15,77% | 13,64% | 14,48% |
| Rata-rata per tahun | | 7,47% | 9,02% | 8,88% | 9,84% | 8,78% | 8,80% |

Sumber: www.idx.co.id (Data diolah, 2025)

Berdasarkan data *Return on Assets* (ROA) perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman periode 2020–2024, terlihat bahwa sebagian besar perusahaan mengalami penurunan kinerja pada tahun-tahun tertentu, meskipun dengan tingkat yang bervariasi. Penurunan paling signifikan tercatat pada MYOR, yang turun dari 10,61% pada 2020 menjadi 6,08% pada 2021, mengindikasikan adanya penurunan efisiensi dalam memanfaatkan aset untuk menghasilkan laba, sebelum kembali mengalami kenaikan pada tahun-tahun

berikutnya. Penurunan juga terlihat pada CAMP yang setelah mencapai 11,70% pada 2023, merosot menjadi 8,97% pada 2024, menunjukkan kemungkinan adanya tekanan biaya atau penurunan pendapatan. Perusahaan TBLA mengalami tren penurunan yang cukup konsisten dari 3,76% pada 2021 menjadi 2,37% pada 2023, meskipun sedikit meningkat menjadi 2,52% pada 2024, yang mengindikasikan tantangan berkelanjutan dalam pengelolaan aset. ULTI juga menunjukkan penurunan tajam pada 2022 sebesar 13,09% dari 17,24% di tahun sebelumnya, sebelum kembali meningkat pada 2023. Secara rata-rata tahunan, subsektor ini mengalami penurunan tipis dari 9,84% pada 2023 menjadi 8,78% pada 2024, mencerminkan adanya tekanan eksternal maupun internal yang memengaruhi profitabilitas aset. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun subsektor ini secara umum memiliki kinerja stabil, fluktuasi dan penurunan pada beberapa perusahaan menandakan perlunya strategi pengelolaan aset yang lebih adaptif terhadap perubahan kondisi pasar.

Selain mengukur Kinerja keuangan dengan *Return On Assets* (ROA), kinerja keuangan juga diukur dengan *Return On Equity* (ROE). *Return On Equity* (ROE) adalah rasio yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan dan mengetahui kemungkinan laba yang akan didapat oleh pemegang saham.

Tabel 1. 2 Data *Return On Equity* Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2024

| No. | Kode Perusahaan | <i>Return Of Equity</i> (ROE) | | | | | Rata-rata Perusahaan |
|-----|-----------------|-------------------------------|--------|--------|--------|--------|----------------------|
| | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| 1 | ADES | 19,38% | 27,40% | 27,34% | 22,88% | 23,35% | 24,07% |

| No. | Kode Perusahaan | Return Of Equity (ROE) | | | | | Rata-rata Perusahaan |
|---------------------|-----------------|------------------------|--------|--------|--------|--------|----------------------|
| | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| 2 | BUDI | 5,07% | 6,61% | 4,73% | 6,44% | 4,19% | 5,41% |
| 3 | CAMP | 4,58% | 9,78% | 12,88% | 13,38% | 10,39% | 10,20% |
| 4 | ICBP | 14,74% | 14,44% | 9,96% | 13,63% | 13,15% | 13,18% |
| 5 | INDF | 11,06% | 12,93% | 9,82% | 11,44% | 12,00% | 11,45% |
| 6 | MYOR | 18,61% | 10,66% | 15,35% | 21,23% | 17,94% | 16,76% |
| 7 | SKBM | 0,56% | 2,99% | 8,07% | 0,22% | 8,44% | 4,06% |
| 8 | TBLA | 11,56% | 12,20% | 11,73% | 7,46% | 8,30% | 10,25% |
| 9 | ULTJ | 23,21% | 24,85% | 16,58% | 17,74% | 15,54% | 19,58% |
| Rata-rata per tahun | | 13,53% | 14,86% | 13,55% | 14,28% | 13,11% | 13,86% |

Sumber: www.idx.co.id (Data diolah, 2025)

Berdasarkan data Return on Equity (ROE) perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman periode 2020–2024, terlihat bahwa beberapa perusahaan mengalami penurunan kinerja ekuitas pada tahun-tahun tertentu dengan tingkat yang bervariasi. Penurunan paling signifikan terjadi pada MYOR, yang merosot dari 18,61% pada 2020 menjadi 10,66% pada 2021, sebelum kembali meningkat pada tahun-tahun berikutnya. UL TJ juga mengalami penurunan tajam pada 2022, yaitu sebesar 16,58% dari 24,85% di tahun sebelumnya, yang mengindikasikan adanya tekanan pada kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bagi pemegang saham. ICBP mencatat penurunan dari 14,44% pada 2021 menjadi 9,96% pada 2022, meskipun kemudian berhasil kembali ke kisaran 13% pada 2023 dan 2024. Tren penurunan yang cukup konsisten terlihat pada TBLA, yang menurun dari 12,20% pada 2021 menjadi 7,46% pada 2023, sebelum mengalami sedikit perbaikan di 2024. Secara rata-rata tahunan, subsektor ini menunjukkan fluktuasi yang relatif sempit, dari 14,86% pada 2021 menjadi 13,11% pada 2024, yang menandakan stabilitas moderat namun tetap adanya indikasi tekanan terhadap profitabilitas ekuitas di beberapa perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa

meskipun subsektor ini masih mampu menjaga tingkat pengembalian modal pemegang saham, penurunan pada beberapa entitas menandakan perlunya strategi efisiensi operasional dan penguatan manajemen modal untuk menjaga kinerja di tengah dinamika pasar.

Dari uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul **“PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN”** penelitian ini dilakukan terhadap laporan tahunan atau *annual report* pada setiap perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2024.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:.

1. Terdapat perusahaan yang menunjukkan nilai ROA dan ROE negatif atau tidak stabil selama periode 2020–2024, yang mengindikasikan permasalahan dalam efisiensi operasional dan pengelolaan ekuitas.
2. Ketidakstabilan kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di Indonesia selama periode 2020-2024 menimbulkan pertanyaan mengenai efektivitas strategi manajemen, termasuk pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

1.3 Rumusan Masalah

Seberapa besar pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2024?

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi tentang masalah yang diteliti, kemudian dituangkan dalam bentuk skripsi/tugas akhir yang diajukan sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana pada Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI selama periode 2020–2024

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi peneliti sendiri khususnya wawasan dalam ruang lingkup *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Kinerja Keuangan yang dapat mempengaruhi perusahaan manufaktur. Serta untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana yang bertempat di Universitas Sangga Buana Yayasan Pendidikan Keuangan dan Perbankan Bandung.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan berkenaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan kinerja keuangan terhadap perusahaan manufaktur. Dapat juga memberikan ide pemikiran tentang pentingnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan kinerja keuangan yang terjadi dalam perusahaan guna untuk bahan pertimbangan pembuatan kebijakan perusahaan untuk kinerja perusahaan manufaktur.

1.6 Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis

1.6.1 Landasan Teori

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori legitimasi dan teori *stakeholder*. Definisi Teori Legitimasi menurut (Kartika, 2020) menyatakan bahwa:

“Teori legitimasi perusahaan memiliki kontrak atau kewajiban untuk menyesuaikan diri dengan masyarakat atau lingkungan sekitar. Bentuk penyesuaian yang dilakukan adalah dengan melakukan kegiatan operasional perusahaan yang sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku di masyarakat serta usaha dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat atau pembangunan kesejahteraan dan kehidupan lingkungan tempat perusahaan beroperasi”.

Legitimasi dianggap penting bagi perusahaan karena legitimasi tidak melekat secara otomatis pada tindakan perusahaan, melainkan tergantung pada penilaian masyarakat terhadap kesesuaian tindakan tersebut dengan nilai-nilai sosial yang berlaku. Legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan ke depan. Oleh karena itu, sebagai suatu sistem yang mengutamakan keberpihakan atau kepentingan lingkungan, masyarakat, dan keuntungan perusahaan. Maka, operasi perusahaan harus sesuai dengan harapan dari tujuan mengedepankan kepentingan lingkungan, masyarakat, dan kepentingan perusahaan.

Sedangkan Teori *Stakeholder* menurut (Kartika, 2020) menyatakan bahwa:

“Teori stakeholder merupakan suatu teori yang mengatakan bahwa keberlangsungan suatu perusahaan tidak terlepas dari adanya peranan *stakeholder* baik dari internal maupun eksternal dengan berbagai latar belakang kepentingan yang berbeda dari setiap *stakeholder* yang ada”.

Stakeholder dianggap penting oleh perusahaan dan sangat berpengaruh terhadap jalannya aktivitas perusahaan karena saat menjalankan usahanya perusahaan tentu akan berhubungan dengan para *stakeholder* yang jumlahnya banyak sesuai dengan luas lingkup operasi perusahaan, sehingga kegiatan usaha dapat berjalan sesuai dengan harapan perusahaan maka dari itu diperlukan adanya hubungan serta komunikasi yang baik antara perusahaan dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*).

Konsep CSR (Azizul Kholis, 2020) mengemukakan bahwa:

“Konsep CSR memiliki arti bahwa selain memiliki tanggung jawab untuk mendatangkan keuntungan bagi para pemegang saham dan untuk menjalankan bisnisnya sesuai ketentuan hukum yang berlaku, suatu perusahaan juga memiliki tanggung jawab moral, etika, dan filantropik. Pandangan tradisional mengenai perusahaan melihat bahwa tanggung jawab utama (jika bukan satu satunya) perusahaan adalah semata-mata pemilikinya, atau para pemegang saham.”

Adanya konsep CSR mewajibkan perusahaan untuk memiliki pandangan yang lebih luas yaitu bahwa perusahaan juga memiliki tanggung jawab terhadap pihak pihak lain seperti karyawan, supplier, konsumen, komunitas setempat, masyarakat secara luas, pemerintah, dan kelompok – kelompok lainnya. Dalam hal ini, jika sebelumnya pijakan tanggung jawab perusahaan hanya terbatas pada sisi finansial saja (*single bottom line*), kini dikenal konsep ‘*triple bottom line*’, yaitu bahwa tanggung jawab perusahaan berpijak pada 3 dasar, yaitu : finansial, sosial

dan lingkungan atau yang juga dikenal dengan 3P (*profit, people, planet*).

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah kegiatan perusahaan yang menyeimbangkan atau mengintegrasikan aspek ekonomi, lingkungan dan sosial tanpa mengabaikan harapan pemegang saham (untuk mendapatkan keuntungan) dan juga sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholder* untuk berperilaku etis, mengurangi pengaruh negatif dan meningkatkan pengaruh positif yang mencakup aspek sosial ekonomi dan lingkungan (*triple bottom line*) untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

1.6.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 1. 3 Penelitian Terdahulu

| No. | Nama Peneliti, Tahun, Judul Penelitian | Variabel yang diteliti | Indikator | Metode Analisis | Hasil Penelitian |
|-----|---|---|--|-----------------------------------|---|
| 1 | Michelly Cinthya Mangune, Stanly W. Alexander, Dan Lidia M. Mawikere. 2024. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Sektor Industri Barang dan Konsumsi Sub Sektor Industri Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2019 (Cinthya Mangune et al., 2024) | <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan <i>Return On Assets</i> (ROA). | GRI G4 yaitu ekonomi (9), lingkungan (34), dan sosial (48) | Analisis Regresi Linier Sederhana | <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh signifikan terhadap <i>Return On Assets</i> (ROA). |

| No. | Nama Peneliti, Tahun, Judul Penelitian | Variabel yang diteliti | Indikator | Metode Analisis | Hasil Penelitian |
|-----|--|---|---|-----------------------------------|---|
| 2 | Nurul Huda dan Aliah Pratiwi. 2024. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) (Huda1 et al., 2024) | <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan <i>Return On Assets</i> (ROA). | GRI G4 yaitu ekonomi (9), lingkungan (34), sosial (48) dan Profitabilitas | Analisis Regresi Linier Sederhana | <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Return On Assets</i> (ROA). |
| 3 | Alvina Adiola Artianti, Beti Nurbaiti, dan Pratiwi Nila Sari. 2024. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan Likuiditas Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022 (Artianti et al., 2024) | <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan <i>Return On Assets</i> (ROA). | GRI G4 yaitu ekonomi (9), lingkungan (34), sosial (48) dan Profitabilitas | Analisis Regresi Linier Berganda | <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Return On Assets</i> (ROA). |

| No. | Nama Peneliti, Tahun, Judul Penelitian | Variabel yang diteliti | Indikator | Metode Analisis | Hasil Penelitian |
|-----|---|--|---|-----------------------------------|---|
| 4 | Raif Alfawaz dan Rigel Nurul Fathah. 2022. Pengaruh pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan sektor industri Kesehatan (Alfawaz et al., 2022) | <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), <i>Return On Assets</i> (ROA), <i>Return On Equity</i> (ROE) dan <i>Net Profit Margin</i> (NPM). | GRI G4 yaitu ekonomi (9), lingkungan (34), sosial (48) dan Profitabilitas | Analisis Regresi Multivariat | 1. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh signifikan terhadap <i>Return On Assets</i> (ROA). 2. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh signifikan terhadap <i>Return On Equity</i> (ROE). 3. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh signifikan terhadap <i>Net Profit Margin</i> (NPM). |
| 5 | Riyanti Dwi Lestari. 2022. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap kinerja keuangan perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2021 (Riyanti, 2022) | <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), <i>Return On Assets</i> (ROA) dan <i>Return On Equity</i> (ROE). | GRI G4 dengan 91 item dan Profitabilitas | Analisis Regresi Linier Sederhana | 1. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh signifikan terhadap <i>Return On Assets</i> (ROA). 2. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh signifikan terhadap <i>Return On Equity</i> (ROE). |

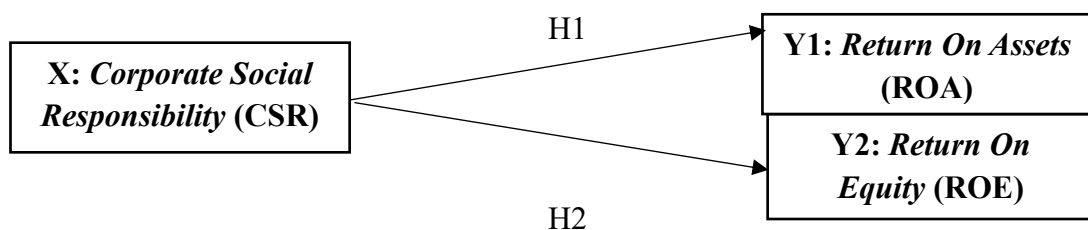
| No. | Nama Peneliti, Tahun, Judul Penelitian | Variabel yang diteliti | Indikator | Metode Analisis | Hasil Penelitian |
|-----|---|---|---|-----------------------------------|---|
| 6 | Winda Anastasya, Manatap Berliana dan Amran Manurung. 2024. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan Likuiditas Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022) (Anastasya Butar Butar et al., 2024) | <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), <i>Return On Assets</i> (ROA), <i>Return On Equity</i> (ROE), dan <i>Earning Per Share</i> (EPS). | GRI G4 yaitu ekonomi (9), lingkungan (34), sosial (48) dan Profitabilitas | Analisis Regresi Linier Sederhana | 1. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh signifikan terhadap <i>Return On Assets</i> (ROA). 2. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh signifikan terhadap <i>Return On Equity</i> (ROE). 3. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh signifikan terhadap <i>Earning Per Share</i> (EPS). |

1.6.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono 2020: 95)

Kerangka konseptual dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran



Ketika perusahaan mampu menunjukkan kepada masyarakat akan tanggungjawab sosial yang telah dilakukan, maka tingkat legitimasi perusahaan di mata masyarakat akan meningkat yang pada akhirnya akan mendapatkan dampak pada tingkat profitabilitas perusahaan.

1.6.4 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2020).

Adapun rumusan hipotesis yang penulis ajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap *Return On Assets* (ROA)

H2 : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap *Return On Equity* (ROE)

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang menjadi objek penelitian untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini adalah pada data Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2020-2024.