

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2019 - 2022)

Muhammad Syauqi Nurul Syifa^{1*}, Stevanus Gatot Supriyadi²

^{1,2,3}Program Studi Akuntansi, Universitas Kahuripan Kediri, Jl. Pb. Sudirman No. 25, Plongko, Pare, Kec. Pare, Kabupaten Kediri, Jawa Timur, Indonesia, Kode Pos 64212

syauqins16@gmail.com¹, stevan.gatot@gmail.com²

Abstrak: Profitabilitas Perusahaan sektor industri makanan dan minuman di Indonesia mengalami penurunan dan peningkatan, Dari pergerakan indeks dapat dilihat bahwa Profitabilitas Perusahaan yang diukur oleh *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM) pada sektor tersebut menurun drastis pada tahun 2020, penurunan tersebut terjadi karena adanya dampak pandemi Covid-19. Namun pada tahun selanjutnya Profitabilitas Perusahaan pada sektor tersebut mampu meningkat Kembali. Krisis akibat pandemi ini telah menjadi tantangan bagi berbagai pihak, ada Perusahaan yang menanggapi dengan melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk membantu masyarakat yang terdampak dan cara itu dianggap dapat meningkatkan profitabilitas Perusahaan dengan meningkatkan citra Perusahaan untuk menarik para investor. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Profitabilitas* Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2019 – 2022. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2019 -2022 dengan jumlah 45 perusahaan. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah metode purposive sampling, dan diperoleh sebanyak 11 perusahaan, yang kemudian dikalikan dengan 4 tahun pengamatan sehingga jumlah sampel keseluruhan adalah sebanyak 44 sampel. Dan Teknik analisis yang digunakan adalah analisis *Partial least square*. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Profitabilitas* Perusahaan.

Kata Kunci: CSR, Profitabilitas, ROA, ROE, NPM

Abstract: The profitability of companies in the food and beverage industry sector in Indonesia has decreased and increased, from the movement of the index it can be seen that the profitability of companies as measured by *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE), and *Net Profit Margin* (NPM) in the sector decreased dramatically in 2020, the decline occurred due to the impact of the Covid-19 pandemic. However, in the following year, the profitability of companies in the sector was able to increase again. The crisis caused by this pandemic has become a challenge for various parties, there are companies that respond to it by carrying out *Corporate Social Responsibility* (CSR) activities to help affected communities and this method is considered to increase the company's profitability by improving the company's image to attract investors. The purpose of this study was to examine the effect of *Corporate Social Responsibility* (CSR) on the profitability of food and beverage sub-sector manufacturing companies listed on the IDX in 2019 - 2022. This research method uses a quantitative approach. The population in this study were all food and beverage sub-sector companies listed on the IDX in 2019-2022 with a total of

47 companies. The sample withdrawal technique used was purposive sampling method, and 11 companies were obtained, which were then multiplied by 4 years of observation so that the total sample size was 44 samples. And the analysis technique used is Partial least square analysis. The results obtained in this study are Corporate Social Responsibility (CSR) has no significant effect on Company Profitability.

Keywords : CSR, Profitability, ROA, ROE, NPM

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor industri Indonesia mempunyai peranan penting dalam perekonomian dan diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan investasi dan produktivitas dunia usaha. Industri makanan dan minuman, yang mampu tumbuh dan mempertahankan kinerjanya dari tahun ke tahun, adalah salah satu industri yang memainkan peran penting. Namun, pada tahun 2019 Pandemi *Corona Virus Disease (COVID-19)* mulai masuk ke Indonesia dan menyebar luas ke seluruh dunia yang menyebabkan dampak yang sangat besar. Tidak hanya sektor kesehatan yang terdampak, tetapi juga sektor ekonomi, pendidikan, dan tatanan sosial masyarakat. Pembatasan aktivitas masyarakat selama pandemi COVID-19 telah memberikan dampak signifikan pada sektor ekonomi. Pada tahun 2020, kinerja ekonomi Indonesia menurun drastis, terbukti dari penurunan laju ekonomi hingga 2,97% dibandingkan dengan triwulan pertama 2019 sebelum pandemi. Menurut Badan Pusat Statistik Pada triwulan kedua tahun 2020, ekonomi Indonesia terus merosot hingga mencapai -5,32% dibandingkan periode yang sama pada tahun 2019. (Setyahuni & Widiar, 2022) Krisis akibat pandemi ini telah menjadi tantangan bagi berbagai pihak, termasuk perusahaan. Perusahaan dihadapkan pada tantangan besar untuk beradaptasi dengan perubahan cepat dan dampak negatif yang diakibatkan oleh situasi ekonomi yang tidak menguntungkan. Respons perusahaan terhadap pandemi ini beragam. Beberapa perusahaan menanggapi dengan melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) untuk membantu masyarakat yang terdampak. Di sisi lain, ada juga perusahaan yang berusaha meraih keuntungan jangka pendek selama situasi pandemi COVID-19, dengan tindakan yang mungkin tidak etis atau tanpa memperhatikan kesejahteraan masyarakat yang terdampak COVID-19. (Siringoringo, 2023)

Keberlanjutan bisnis perusahaan tidak dapat dijamin hanya dengan kerangka keuangannya saja. Tetapi Perusahaan harus mempertimbangkan masalah lingkungan juga. Karena pertumbuhan industri dan teknologi di Indonesia saat ini akan berdampak pada kemajuan bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan. Ini disebabkan oleh fakta bahwa aktivitas bisnis berinteraksi dengan lingkungan secara langsung dan tidak langsung. Oleh karena itu, untuk tetap bertahan, bisnis harus menunjukkan aspek sosialnya melalui kegiatan tanggung jawab sosial. Konsep CSR erat terkait dengan keberlanjutan perusahaan. (Pulungan & Krisnawati, 2021).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui praktik bisnis yang baik dan penyediaan sebagian sumber dayanya. CSR mencakup berbagai aspek perusahaan, termasuk aspek sosial, lingkungan, dan keuangan, yang tidak dapat dijelaskan secara tersirat oleh Perusahaan (Ayu & Sastrodiharjo, 2020). Perusahaan dapat melakukan tanggung jawab sosial (CSR) dengan melakukan hal-hal untuk mengurangi dampak lingkungan yang disebabkan oleh kegiatan pengelolaan sumber daya alam. (Siregar & Herawati, 2020) Menurut Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007, perusahaan yang melakukan bisnis di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam harus memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dalam Laporan Tahunan, perusahaan harus melaporkan pemenuhan tanggung jawab sosialnya.

Untuk mengukur profitabilitas Perusahaan dalam penelitian ini diproksikan dengan *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM). Rasio *Profitabilitas* adalah rasio yang mengukur kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dalam jangka waktu tertentu. Tingkat *Profitabilitas* yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kemampuan untuk menghasilkan laba yang tinggi, yang berarti bahwa aktiva perusahaan akan meningkat dan perusahaan akan aman dari masalah keuangan (Dewi et al., 2019).

Return On Assets (imbalance hasil atas aset) termasuk salah satu rasio *Profitabilitas*. Rasio *Profitabilitas* sering disoroti untuk menganalisis laporan keuangan. Rasio ini dianggap mampu memberikan gambaran berhasil atau tidaknya perusahaan dalam memperoleh keuntungan (Pratiwi et al., 2021).

Return On Equity bisa diartikan sebagai tingkat pengembalian ekuitas dari investasi dan penjualan. Jumlah ROE yang tinggi akan menghasilkan keberhasilan perusahaan, yang menghasilkan harga saham yang tinggi dan memungkinkan perusahaan untuk menarik dana baru (Cahyaningsih, 2018).

Net Profit Margin adalah cara untuk memberi gambaran kepada para pemegang saham tentang laba sebagai persentase dari penjualan. Jika lebih banyak besar rasio *Net Profit Margin*, itu menunjukkan bahwa manajemen telah mengelola produksi, operasional, dan penjualan dengan baik.

Pentingnya dibuktikan melalui beberapa kajian empiris yang dilakukan oleh beberapa peneliti. Beberapa kajian empiris tersebut diantaranya adalah penelitian yang dikemukakan oleh (Oktamayuni, 2021) yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) memengaruhi ROA (*Return On Asset*) dan ROE (*Return On Equity*). Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Julialevi & Ramadhanti, 2021) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Akan tetapi (Sakti & Pudjolaksono, 2017) menyatakan *Corporate Social Responsibility* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap

Profitabilitas perusahaan. (Pulungan & Krisnawati, 2021) menyatakan juga bahwa tidak ada korelasi yang signifikan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan *Return On Assets* (ROA) perusahaan dalam subsektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2015 hingga 2019. Selain itu, tidak ada korelasi yang signifikan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan *Return On Equity* (ROE) perusahaan dalam subsektor ini yang terdaftar di BEI dari tahun 2015 hingga 2019.

Beberapa variabel – variabel di atas, hasil dari penelitian terdahulu yang mempengaruhi *Profitabilitas* Perusahaan, terdapat ketidak konsistenan terhadap hasil penelitiannya. Sehingga peneliti tertarik untuk melanjutkan penelitian lebih lanjut. Peneliti akan mengambil objek Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI dengan tahun pengamatan selama tiga tahun yaitu 2019 – 2022. Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti uraikan, peneliti ingin membahas lebih dalam dengan melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan: (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI tahun 2019 - 2023)”**.

TINJAUAN LITERATUR

A. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut (Amalia Yunia Rahmawati, 2020) Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *Stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.

Dalam pemahaman tentang tanggung jawab sosial perusahaan, tiga P (planet, profit, dan people) menunjukkan bahwa bisnis tidak hanya berfokus pada keuntungan, tetapi juga dapat menciptakan kesejahteraan sosial dan menjaga keberlangsungan hidup di lingkungannya. Perusahaan harus menerapkan praktik triple bottom line, atau tanggung jawab sosial dan lingkungan, bukan hanya mengejar kinerja keuangan saja. Dengan demikian maka keberlanjutan Perusahaan akan dijamin. (Novita et al., 2016)

Adanya perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan finansial, tetapi juga bertindak dengan cara yang bertanggung jawab terhadap masyarakat sekitarnya. (Novita et al., 2016) Oktamayuni (2021) mengungkapkan beberapa manfaat dari *Corporate Social Responsibility*, diantaranya :

1. Bagi perusahaan. Manfaat adanya CSR adalah membangun citra positif perusahaan di mata masyarakat dan pemerintah sehingga perusahaan dapat menunjukkan bentuk-bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang diimplementasikan oleh Perusahaan.
2. Bagi masyarakat. manfaat CSR adalah kepentingan masyarakat dapat terakomodasi oleh perusahaan. Selain itu, manfaat lainnya bagi masyarakat

dapat terakomodasi oleh perusahaan. Selain itu, manfaat lainnya bagi masyarakat adalah mempererat hubungan masyarakat dengan perusahaan dalam situasi win-win solution.

3. Bagi pemerintah. Manfaat CSR adalah memiliki partner dalam menjalankan misi sosial dan misi pemerintah dalam hal tanggung jawab sosial yang di masa depannya pemerintah juga mempunyai peran ikut serta dalam mengakomodasi masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya, terutama kebutuhan mutlak dan kebutuhan primer.

B. Profitabilitas Perusahaan

Menurut Amro (2021) *Profitabilitas* adalah Kemampuan suatu perusahaan atau bisnis dalam menghasilkan laba atau keuntungan bersih terkait penjualan, aset, dan ekuitas yang mampu diraih selama periode tertentu dari kegiatan operasional Perusahaan. Untuk menilai prospek perusahaan di masa depan, diperlukan indikator pertumbuhan *Profitabilitas*. Indikator ini sangat membantu investor dalam memahami sejauh mana investasi yang akan dilakukan dapat memberikan imbal hasil yang sesuai dengan harapan mereka. Rasio *Profitabilitas* sangat penting bagi calon investor untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih yang berkaitan dengan dividen. Ada tiga jenis rasio *Profitabilitas* yang sering digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam akuntansi keuangan, dan rasio tersebut akan digunakan dalam penelitian ini yaitu : *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM).

1. Return On Assets (ROA)

Return On Assets (ROA) atau bisa juga diartikan sebagai imbal hasil atas aset termasuk salah satu rasio *Profitabilitas*. Rasio *Profitabilitas* sering disoroti untuk menganalisis laporan keuangan. Rasio ini dianggap mampu memberikan gambaran berhasil atau tidaknya perusahaan dalam memperoleh keuntungan (Pratiwi et al., 2021).

Maka dapat disimpulkan bahwa *Return On Assets* (ROA) adalah rasio keuangan yang mengukur seberapa efisien suatu perusahaan menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba. Tingkat ROA yang lebih tinggi menunjukkan seberapa baik perusahaan menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba. Semakin tinggi ROA, maka perusahaan dinilai semakin baik.

Menurut Arsita, (2021) Rumus dari *Return On Assets* (ROA) adalah :

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

2. Return On Equity (ROE)

Return On Equity bisa diartikan sebagai tingkat pengembalian ekuitas dari investasi dan penjualan. Jumlah ROE yang tinggi akan menghasilkan keberhasilan perusahaan, yang menghasilkan harga saham yang tinggi dan memungkinkan perusahaan untuk menarik dana baru (Cahyaningsih, 2018).

Maka dapat disimpulkan bahwa *Return On Equity* (ROE) adalah rasio keuangan yang mengukur seberapa efisien suatu perusahaan menggunakan ekuitas pemegang saham untuk menghasilkan laba. Semakin tinggi ROE, maka perusahaan dinilai semakin baik, yakni efisiensi Perusahaan dalam menghasilkan laba bagi pemegang sahamnya semakin baik.

Menurut Arsita, (2021) rumus dari *Return On Equity* (ROE) adalah :

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}}$$

3. *Net Profit Margin* (NPM)

Net Profit Margin adalah cara untuk memberi gambaran kepada para pemegang saham tentang laba sebagai persentase dari penjualan. Jika lebih banyak besar rasio *Net Profit Margin*, itu menunjukkan bahwa manajemen telah mengelola produksi, operasional, dan penjualan dengan baik.

Maka dapat disimpulkan bahwa *Net Profit Margin* (NPM) adalah rasio keuangan yang dapat mengukur seberapa besar laba bersih yang diperoleh suatu Perusahaan dibandingkan dengan pendapatan bersihnya.

Menurut Arsita, (2021) Rumus dari *Net Profit Margin* (NPM) adalah :

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

C. Pendekatan Teori *Stakeholder*

Menurut teori *Stakeholder*, perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemilik saja. Sebagaimana yang telah terjadi sebelumnya. Namun, itu berkembang menjadi tanggung jawab sosial perusahaan dan masuk ke ranah sosial masyarakat. (Maulida & Kristianti, 2022)

Dari perspektif teori *Stakeholder*, kesuksesan dan kegagalan perusahaan tidak hanya ditentukan oleh kepentingan pemegang saham (*Shareholder*), tetapi dipengaruhi juga oleh kepentingan berbagai pihak yang terlibat atau terpengaruh oleh operasi Perusahaan yang disebut sebagai pemangku kepentingan (*Stakeholder*). Menurut teori *Stakeholder*, *Stakeholder* memengaruhi dan mempengaruhi keputusan perusahaan. Semakin kuat *Stakeholder*, maka semakin besar kebutuhan perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan keadaan. Perusahaan melihat kinerja sosial sebagai diskusi antara mereka dan pihak yang bertanggung jawab. (Pratiwi et al., 2021)

Berdasarkan pendapat para ahli yang telah diuraikan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa teori *Stakeholder* ini beranggapan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang sahamnya saja, tetapi juga kepada orang lain yang terkena dampak bisnisnya, seperti karyawan, pelanggan, komunitas lokal, dan lingkungan. Perusahaan dapat mengelola dampak sosial dan lingkungan operasi mereka secara lebih menyeluruh dan berkelanjutan dengan mempertimbangkan semua pemangku kepentingan, dan teori *Stakeholder* ini juga dapat membantu *Profitabilitas* Perusahaan, ini dapat dicapai

melalui efisiensi operasional, peningkatan reputasi, manajemen risiko, dan akses modal dan pasar.

D. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Profitabilitas Perusahaan*

Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadi fokus utama bagi perusahaan di era modern ini, karena mereka semakin menyadari pentingnya tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam menjalankan bisnis mereka. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa praktik CSR yang kuat dapat memiliki dampak yang signifikan pada *Profitabilitas* perusahaan.

Pertama-tama, praktik CSR yang kuat dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata konsumen, investor, dan pemangku kepentingan lainnya. Perusahaan yang terlibat dalam kegiatan CSR yang positif cenderung dianggap lebih bertanggung jawab secara sosial dan lebih dihargai oleh masyarakat. Hal ini dapat menghasilkan kepercayaan yang lebih besar dari konsumen dan investor, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan menarik investasi yang lebih besar.

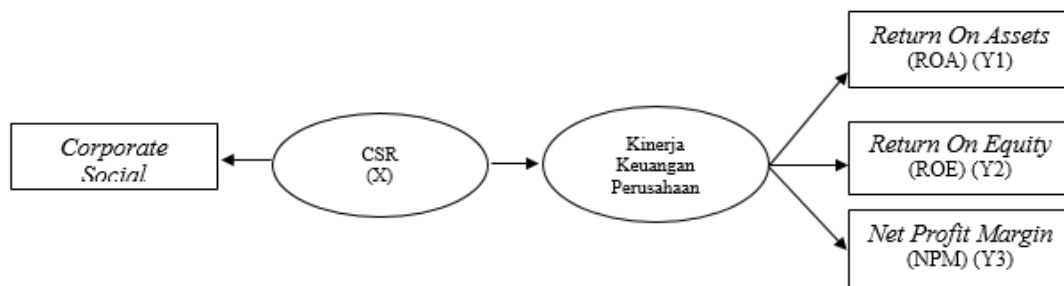
Selain itu, praktik CSR yang efektif dapat membantu mengurangi risiko operasional dan hukum perusahaan. Dengan memperhatikan aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan, perusahaan dapat menghindari denda hukum dan biaya pemulihan yang tinggi akibat masalah hukum atau reputasi yang buruk. Dengan mengurangi risiko ini, perusahaan dapat meningkatkan kestabilan operasional dan mengurangi biaya tambahan yang mungkin timbul.

Praktik CSR yang baik juga dapat membuka pintu untuk inovasi dan efisiensi dalam operasi perusahaan. Perusahaan yang memprioritaskan CSR seringkali lebih terbuka terhadap ide-ide inovatif yang memperhitungkan kepentingan lingkungan dan sosial, yang dapat mengarah pada pengembangan produk dan layanan baru yang lebih ramah lingkungan atau berdampak positif secara sosial. Selain itu, dengan fokus pada efisiensi penggunaan sumber daya dan proses operasional yang lebih berkelanjutan, perusahaan dapat mengurangi biaya produksi dan meningkatkan margin keuntungan mereka. Menurut (Dhinny Maulani Agustin & Yuni Rosdiana, 2022) *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap *Profitabilitas* Perusahaan

Berdasarkan uraian diatas, maka Hipotesis yang dapat digambarkan oleh peneliti adalah :

H1 : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap *Profitabilitas* Perusahaan.

Kerangka berpikir yang dapat digambarkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1
Kerangka Berpikir

METODE

Penelitian ini berjenis kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2019 – 2022 dengan jumlah 45 perusahaan. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah metode purposive sampling, dengan kriteria yakni : 1) Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada periode 2019-2022. 2) Perusahaan mempublikasikan laporan keuangan tahun 2019-2022. 3) Perusahaan menyusun dan mempublikasikan laporan keberlanjutannya dengan menggunakan Standar GRI. Melalui penyaringan kriteria tersebut diperoleh sebanyak 11 perusahaan, yang kemudian dikalikan dengan 4 tahun pengamatan sehingga jumlah sampel keseluruhan adalah sebanyak 44 sampel. Dan Teknik analisis yang digunakan adalah analisis *Partial least square*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Deskripsi Variabel Penelitian

Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran data yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, ukuran data statistik deskriptif yang digunakan adalah nilai minimum (min), nilai maksimum (max), nilai rata-rata (mean), nilai Tengah (median), dan standar deviasi (std. deviation). Statistik deskriptif dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1
Analisis Statistik Deskriptif

Name	No.	Type	Missings	Mean	Median	Scale min	Scale max	Observed min	Observed max	Standard deviation
CSRI	1	MET	0	0.482	0.480	0.230	0.720	0.230	0.720	0.135
ROA	2	MET	0	8.831	7.260	-5.810	34.280	-5.810	34.280	6.642
ROE	3	MET	0	18.045	12.910	-105.880	148.020	-105.880	148.020	30.857
NPM	4	MET	0	8.686	6.550	-4.860	38.430	-4.860	38.430	8.328

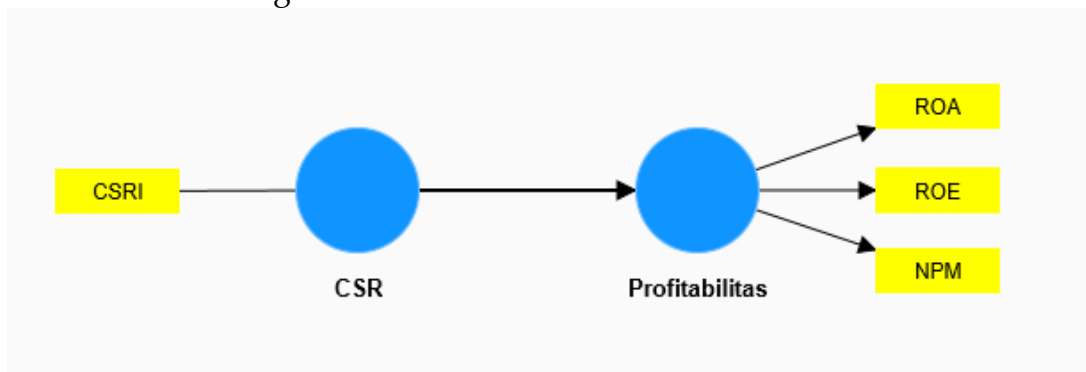
2. Analisis Model Pengukuran

Dari langkah-langkah penggunaan SmartPLS 4.0 yang ada, maka langkah pertama yang harus dilakukan adalah dengan menilai dua kriteria dalam penggunaan teknik analisa data yaitu menilai outer model melalui *Construct reliability* dan *Validity*, dan *Discriminant validity*.

3. Outer Model Measurement

Penginputan dan perhitungan pada masing – masing indicator di dalam penelitian ini menggunakan *Microsoft Excel*. Setelah tahap itu selesai, maka dilanjutkan dengan mentransfer seluruh data tersebut ke dalam *Software SmartPLS* versi 4.0.

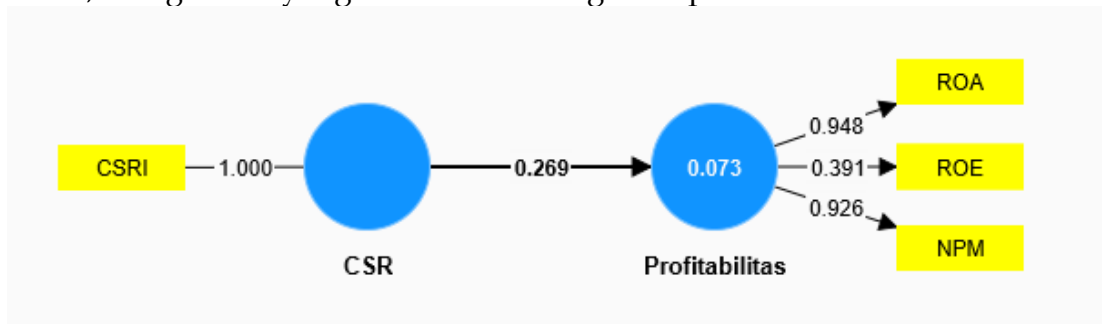
Hasil konstruksi model awal penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan SmartPLS adalah sebagai berikut :



Sumber : Output SmartPLS

Gambar 2. Model Awal Penelitian

Gambar tersebut merupakan model penelitian yang belum diolah menggunakan algoritma PLS. Gambar yang berwarna biru merupakan konstruk, dan gambar yang berwarna kuning merupakan indikator.



Sumber : Output SmartPLS

Gambar 3. Hasil Perhitungan (PLS Algorithm) Model Awal Penelitian

Pada gambar di atas, garis yang menghubungkan indikator dan konstruk menunjukkan nilai *outer loading*, dan garis yang menghubungkan antara konstruk menunjukkan nilai *path coefficient*, dan nilai yang terdapat di dalam lingkaran menunjukkan nilai R^2 .

a. Convergent Validity

Tabel 2. Result For Outer Loading Model Awal Pertama

	CSR	Profitabilitas
CSRI	1.000	
NPM		0.926
ROA		0.948
ROE		0.391

Sumber : Output SmartPLS

Gambar diatas menunjukkan bahwa indicator CSRI, ROA, dan ROE memiliki *loading factor* diatas 0.7, maka dapat disimpulkan bahwa indicator indicator - indicator tersebut merupakan data yang valid dan reliabel. Sedangkan indicator NPM memiliki *loading factor* dibawah 0.7.

Dalam penelitian ini, meskipun nilai convergent validity yang diperoleh sebesar 0.391 berada di bawah batas ideal yang umum yaitu 0.7, hasil ini tetap dapat diterima dan relevan berdasarkan beberapa pertimbangan berikut:

1. **Konteks Penelitian Sekunder:** Penelitian ini menggunakan data sekunder yang merupakan satu-satunya sumber yang tersedia. Mengingat keterbatasan akses dan pilihan data, hasil ini tetap memberikan wawasan yang berharga dan valid.
2. **Justifikasi Nilai Validitas:** Nilai 0.391 menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara indikator-indikator yang digunakan, meskipun tidak sekuat yang diharapkan. Namun, ini tetap menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut memiliki beberapa derajat keterkaitan dengan konstruk yang diukur.
3. **Keterbatasan Data:** Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan satu-satunya sumber yang tersedia dan memiliki nilai historis yang penting. Oleh karena itu, meskipun ada keterbatasan dalam *validitas konvergen*, penggunaan data ini tetap memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman dan analisis dalam bidang studi yang diteliti.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, dapat disimpulkan bahwa nilai *Convergent Validity* sebesar 0.391 dalam penelitian ini masih masuk akal dan dapat diterima, mengingat keterbatasan data dan konsistensi dengan temuan-temuan sebelumnya.

b. Discriminant Validity

Tabel 3. Result For Outer Loading Model Penelitian Kedua

	CSR	Profitabilitas
CSRI	1.000	0.269
NPM	0.212	0.926
ROA	0.272	0.948
ROE	-0.026	0.391

Sumber : Output SmartPLS

Gambar diatas menunjukkan bahwa setiap item berkorelasi lebih tinggi dengan variabel yang diukurnya. Nilai CSRI sebesar 1.000, nilai tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan nilai variabel yang diukurnya, yakni sebesar 0.269. Nilai ROA pada *Profitabilitas* sebesar 0.926, nilai tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan nilai variabel yang diukurnya, yakni sebesar 0.212. Nilai ROE pada *Profitabilitas* sebesar 0.948, nilai tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan nilai variabel yang diukurnya, yakni sebesar 0.272. Nilai NPM pada *Profitabilitas* sebesar 0.391, nilai tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan nilai variabel yang diukurnya, yakni sebesar -0.026.

Berdasarkan hasil tersebut maka evaluasi *Discriminant validity* terpenuhi.

c. *Composite Reliability dan Cronbach's Alpha*

Tabel 4. *Cronbach's Alpha, Average Variance Extracted (AVE) dan Composite Reliability*

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Profitabilitas	0.767	0.824	0.825	0.636

Sumber : Output SmartPLS

Gambar diatas menunjukkan bahwa nilai *Composite Reliability (rho_a)* dan *Composite Reliability (rho_c)* pada *Profitabilitas* sebesar 0.824 dan 0.825. Nilai kedua *Composite Reliability* tersebut diatas 0.7, yang menandakan bahwa data tersebut memenuhi kriteria.

Nilai *Cronbach's Alpha* pada gambar diatas sebesar 0.767, dan nilai tersebut sudah lebih dari 0.6, yang menandakan bahwa data tersebut memenuhi kriteria.

Dilihat dari hasil nilai *loading factor*, *Cronbach's Alpha*, *Composite Reliability* dan *Average Variance Extracted*, maka indikator dari masing – masing variabel penelitian ini telah reliabel dan valid mereflesikan variabelmnya masing – masing.

4. Inner Model Measurement

Pengujian terhadap *structural model* (inner model) dilakukan dengan melihat nilai R-square sebagai hasil uji goodness-fit model..

Tabel 5. *R Square dan R Square Adjusted*

	R-square	R-square adjusted
Profitabilitas	0.073	0.050

Sumber : Output SmartPLS

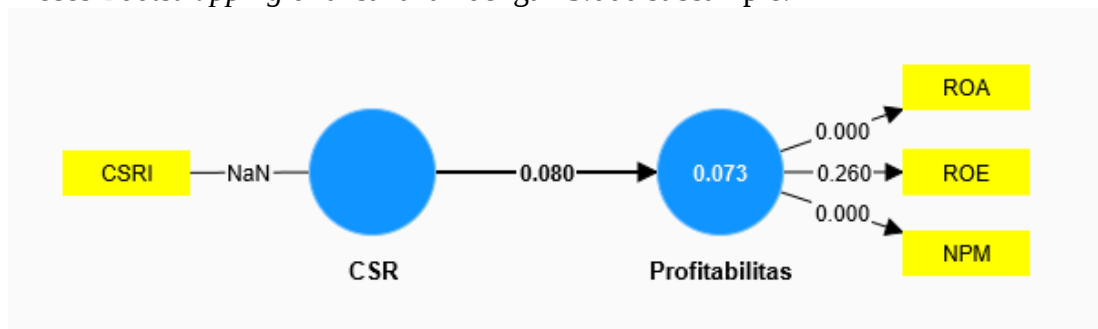
Gambar diatas merupakan nilai R-square yang dihasilkan dari output SmartPLS, sebesar 0.073, nilai R-square ini termasuk kedalam kategori rendah.

5. Hasil Uji Hipotesis

Korelasi antar variabel diukur dengan melihat path coefficient yang dihasilkan PLS-Algorithm yang berada pada rentang -1 hingga 1, Hubungan antara variabel laten dikatakan signifikan apabila path coefficient pada level 0,05. 22ingkat signifikansi korelasi diukur dengan membandingkan T-Statistics dengan Critical value 1,96 yang

mana jika nilai T-Statistics > Critical value maka terdapat pengaruh signifikan diatas 5%.

Proses *Bootstrapping* dilaksanakan dengan 5.000 subsample.



Sumber : Diolah dari Output SmartPLS

Gambar 4. Hasil Perhitungan (*Bootstrapping*) Model Kedua Penelitian

a. Hasil Pengujian Evaluasi Inner Model (*Structural model*): Uji Signifikansi Pengaruh Langsung (*Dirrect effect*)

Selanjutnya akan dilakukan pengujian evaluasi inner model, yang berupa uji signifikan pengaruh langsung. Inner model atau pengukuran bagian dalam disebut juga dengan uji model struktural.

Tabel 6. Total Effect (Mean, STDEV, T-Values, P-Values)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
CSR -> Profitabilitas	0.269	0.284	0.154	1.749	0.080

Sumber : Output SmartPLS

1. Pengujian Hipotesis 1

Nilai *Path Coefficient* dari data diatas sebesar 0.080 dimana nilainya lebih besar dari 0.05, maka *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap *Profitabilitas* Perusahaan. Kemudian *T-Statistics* yang terdapat pada data diatas sebesar 1.749, Dimana nilainya lebih kecil dari *Critical Value* 1.96, maka hasil dari uji hipotesis 1(H1) tersebut adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan *Profitabilitas* Perusahaan dinyatakan ditolak.

Pembahasan

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap *Profitabilitas* Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2019 - 2022

Hasil Penelitian yang telah dilakukan menggunakan aplikasi SmartPLS menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap *Profitabilitas* Perusahaan dan tidak terlalu memberikan dampak terhadap *Profitabilitas* Perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari uji parsial pada tabel tentang hasil uji hipotesis, yang menjelaskan bahwa nilai probabilitas variabel CSR sebesar 0.080 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari 0.05. dan

T-Statistics yang terdapat pada data diatas didalam penelitian ini sebesar 1.749, Dimana nilainya lebih kecil dari *Critical Value* 1.96.

Suatu variabel bebas (X) dikatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya (Y) apabila nilai yang dihasilkan $< 0,05$. Berdasarkan output yang ditampilkan sebelumnya, bahwa nilai p value nya $> 0,05$, nilai T statistics nya juga $< 1,96$, maka anatar 2 variabel tersebut, yakni *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Profitabilitas* Perusahaan tidak ada pengaruh yang signifikan, dan nilai R square dari penelitian ini sebesar 0.073 yang menunjukkan korelasi atau hubungan antara variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Profitabilitas* Perusahaan adalah rendah

Secara umum, CSR yang tinggi dapat berkontribusi pada *Profitabilitas* yang lebih baik melalui berbagai mekanisme. Namun, tidak ada jaminan bahwa CSR yang tinggi akan selalu menghasilkan ROA, ROE, dan NPM yang tinggi, karena hasil ini juga dipengaruhi oleh banyak faktor lain. Pendekatan yang holistik dan terintegrasi terhadap CSR dan strategi bisnis keseluruhan adalah kunci untuk memaksimalkan manfaat CSR.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti, diperoleh hasil sebagai berikut, dimana *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Profitabilitas* Perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari uji parsial pada tabel tentang hasil uji hipotesis, yang menjelaskan bahwa nilai p value nya $> 0,05$, nilai T statistics nya juga $< 1,96$, maka antara 2 variabel tersebut, yakni *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Profitabilitas* Perusahaan tidak ada pengaruh yang signifikan, dan nilai R square dari penelitian ini sebesar 0.073 yang menunjukkan korelasi atau hubungan antara variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Profitabilitas* Perusahaan adalah rendah

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan Kesimpulan diatas, yang telah dilakukan menggunakan aplikasi SmartPLS menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap *Profitabilitas* Perusahaan dan tidak terlalu memberikan dampak terhadap *Profitabilitas* Perusahaan.

ada beberapa saran yang dapat disampaikan dalam penelitian ini yakni agar penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan bagi investor dalam mengambil Keputusan untuk investasi, dan untuk para investor ataupun calon investor yang hendak menginvestasikan modalnya dalam perusahaan sebaiknya memperhatikan bagaimana perusahaan telah menerapkan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaannya. (*Corporate Social Responsibility*).

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam memahami pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Profitabilitas* Perusahaan. Diharapkan Untuk penelitian berikutnya, dapat dipertimbangkan untuk menambahkan variabel tambahan yang mendukung pengaruh dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan kinerja keuangan

terhadap nilai Perusahaan, dan penelitian berikutnya juga diharapkan memperpanjang periode penelitiannya menjadi 5 hingga 10 tahun karena kebijakan keberlanjutan baru sering kali terlihat dalam jangka waktu yang lebih panjang. Dengan demikian, dampak CSR terhadap Profitabilitas Perusahaan dapat lebih jelas teridentifikasi.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami sampaikan terimakasih kepada almamater dan seluruh pihak yang terkait dalam mendukung terselesaikannya penelitian ini. Selain itu kami sampaikan terimakasih kepada Dosen Pembimbing, yang dengan sabar memberi bimbingan, arahan dan motivasinya demi terselesaikannya penelitian ini.

REFRENSI

- Amalia Yunia Rahmawati. (2020). Pengaruh Audit Internal, Karakteristik Dewan Komisaris Dan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *July*, 1-23. <https://doi.org/10.46880/siakun.V1N1.H140-147>
- Amro, P. Z. N. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dastsruktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akunansi*, 10, 7.
- Arsita, Y. (2021). Analisis Rasio Keuangan Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Pt Sentul City, Tbk. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(1), 152-167. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v2i1.436>
- Ayu, R. C., & Sastrodiharjo, I. (2020). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Keuangan Perusahaan terhadap Cumulative Abnormal Return (CAR) (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2011). *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 11(2), 150. <https://doi.org/10.35384/jkp.v11i2.181>
- Cahyaningsih, M. W. (2018). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang (Csr) Disclosure on Financial Performance (Empirical Study of Mining Companies Listed on the Indonesia Stock Excha.
- Dewi, Endiana, I. D. M., & Arizona, I. P. E. (2019). Pengaruh Rasio Likuiditas, Rasio Leverage dan Rasio Profitabilitas Terhadap Financial Distress Pada Perusahaan Manufaktur. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(November), 1689-1699.
- Dhinny Maulani Agustin, & Yuni Rosdiana. (2022). Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Riset Akuntansi*, 83-90. <https://doi.org/10.29313/jra.v2i2.1149>
- Julialevi, K. O., & Ramadhanti, W. (2021). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Indonesia (Studi Komparatif Perbankan BUMN dan Swasta). *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Indonesia*, 1(2), 91-95. <https://doi.org/10.52436/1.jpti.19>
- Maulida, D. S., & Kristianti, I. (2022). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Kinerja

- Keuangan Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Sebagai Variabel Moderating. *Riset Perbankan*, 7(1), 30–38.
- Novita, R. L., Mardani, R. M., & Wahono, B. (2016). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2015-2017). 82–94.
- Oktamayuni, N. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Tahun 2018-2019. *Manajemen Keuangan Syariah*, 1(1), 64–77. <https://doi.org/10.30631/makesya.v1i1.819>
- Pratiwi, P., Ekawati, E., & Kurniawan, M. (2021). *Al-Mal : Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam* Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Empiris Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index (JII) Pada . 02(02), 1–16.
- Pulungan, S. N., & Krisnawati, A. (2021). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Subsektor Industri Makanan Dan Minuman. *Jurnal Ilmiah MEA*, 5(2), 127–135.
- Sakti, Y. S. S., & Pudjolaksono, E. (2017). Pengaruh Pengungkapan Csr Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei Periode 2012-2015. *Akuntansi Dan Teknologi Informasi*, 11(1), 1–16. <https://doi.org/10.24123/jati.v11i1.270>
- Setyahuni, S. W., & Widiar, R. W. I. (2022). Dampak pandemi covid-19 pada CSR spending perusahaan go public di Indonesia: studi pada perusahaan yang terdaftar di BEI. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 2(1), 38–48. <https://doi.org/10.47709/jebma.v2i1.1359>
- Siregar, S. A., & Herawati, T. D. (2020). Pengaruh Pengungkapam Corporate Social Rspnsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan. *Journal of Accounting*, 9(2), 1–16.
- Siringoringo, M. (2023). Determinan pengungkapan corporation social responsibility (CSR) memasuki era pandemi COVID-19 Abstrak. 7(2), 122–134.