

**PENGARUH LEVERAGE DAN PROFITABILITAS
TERHADAP CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR)**

**(Studi pada Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia
tahun 2014 -2018)**

Oleh
Delfi Oktavianty Ibrahim
E.21.16.113

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh gelar sarjana**



**PROGRAM SARJANA
UNIVERSITAS IHSAN GORONTALO
Gorontalo 2020**

**HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH LEVERAGE DAN PROFITABILITAS
TERHADAP *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR)***

(Studi pada Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia
Tahun 2014-2018)

Oleh

Delfi Oktavianty Ibrahim

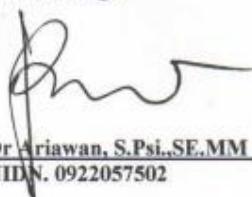
E.21.16.113

USULAN PENELITIAN

Telah di setujui dan siap untuk diseminarkan

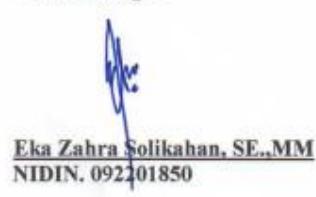
09 Maret 2020
Gorontalo.....

Pembimbing I



Dr. Ariawan, S.Psi, SE, MM
NIDN. 0922057502

Pembimbing II



Eka Zahra Solikahan, SE, MM
NIDN. 092301850

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH LEVERAGE DAN PROFITABILITAS TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

(Studi Kasus Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2014-2018)

Oleh :
DELFI OKTAVIANTY IBRAHIM
E21.116.113

Diperiksa Oleh Panitia Ujian Strata Satu (S1)
Universitas Ichsan Gorontalo

1. Dr. Musafir, SE., M.Si
2. Muh. Fuad Alamsyah, SE., M.Sc
3. Nurhayati Olii, SE., MM
4. Dr. Ariawan, S.Psi, SE., MM
5. Eka Zahra Solikahan, SE., MM

Mengetahui :



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa

1. Karya tulis saya (Skripsi) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar Akademik (Sarjana) baik di Universitas Ichsan Gorontalo maupun diperguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan. Rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah dipublikasikan orang lain. Kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah ini dengan disebutkan nama dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya bant dengan sesungguh-sungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya tulis ini serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku diperguruan ini.

Gorontalo, 23 Juli 2020
Yang membuat pernyataan



Delli Oktavianty Ibrahim
E2116113

MOTTO DAN PERSEMPAHAN

MOTTO :

“Siapa yang menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan mudahkan baginya jalan menuju surga” (**HR. Muslim, No 2699**).

“ Allah akan mengangkat derajat orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat” (**QS. Al Mujadalah : 11**).

“ Sesungguhnya Allah tidak mengubah suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri” (**QS. Ar-Rad : 11**).

“Dan hanya kepada Allah hendaknya kamu berharap” (**QS Asy-Syarh : 8**).

PERSEMPAHAN :

Segala puji hanya milik Allah Subhanahu Wa Ta’ala, Shalawat dan salam semoga senantiasa dilimpahkan kepada Rasulullah Shallallahu Alaihi Wa Sallam, kepada keluarganya dan para Sahabatnya. Alhamdulillah, dengan taufiq, pertolongan, dan rahmat dari Allah Subhanahu Wa Ta’ala sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini .

Bismillahirahmanirrahim...

Ku persembahkan tulisan kecilku ini untuk :

“Kedua Orang Tuaku”

“Terkhusus untuk Rahimahullah papaku tercinta (**Ibrahim Z. Uge**) sebagai tanda cinta kasih sayangku telah ku penuhi sebagian dari inginmu, walau kini kau tidak dapat mendampingiku sampai tiba waktuku menghadap sang ilah.

Dan tidak lupa pula untuk mamaku (**Hadjarah Adam**) tersayang yang sudah tetap kuat mendampingiku, berjuang sendiri ..

Terima kasih untuk setiap doa, kasih sayang, cinta, motivasi, dan segala pengorbanan yang selalu diberikan untukku. Tanpa semuah ini aku anakmu tidak akan sampai pada titik ini”.

“Keluarga”

Terima kasih “**Oma Abah Tante Om**” atas segala doa, motivasi, dan dukungan dalam berbagai hal.

“SAHABAT”

Trima kasih telah menemani hingga selesai walau berbeda konsentrasi saya keuangan dan kalian berempat pemasaran, tapi tetap saja selalu menemani saya sampai saat ini melewati suka duka ..

“Dosen Pembimbing yang sangat berjasa”

Terima kasih atas bimbingannya kepada ibu yang terhebat **“Ibu Eka Zahra Solikahan, SE.,MM”** yang selalu siap mendengarkan keluh kesal saya dan selalu siap untuk membimbing saya yang tidak kenal lelah dengan berbagai kesibukan yang ada hingga saya berada di tahap ini. Dan untuk bapak **“Dr Ariawan, S.Psi.,SE.MM”** trima kasih atas bimbingannya dan waktu yang diberikan untuk saya hingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir saya dengan tepat waktu...

Jazakumussah Khairan Khatiiran

Almamater Kebanggaanku
Fakultas Ekonomi, Manajemen Keuangan
Universitas Ichsan Gorontalo
2020

Abstrak

Penggunaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berhubungan dengan kemampuan perusahaan untuk memiliki citra perusahaan dimata masyarakat lingkungan perusahaan dan konsumen yang dipengaruhi oleh *leverage* dan profitabilitas. Oleh karena itu penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *leverage* (X_1) dan profitabilitas (X_2) terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Y). *Leverage* diukur menggunakan debt to equity ratio (DER), Profitabilitas diukur menggunakan *gross profit margin* (GPM) dan *return on asset* (ROA) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diukur menggunakan *corporate social responsibility disclosure index* (CSRDI) pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2018. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, sehingga sampel dalam penelitian ini 11 perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini kuantitatif yang menggunakan analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa *Leverage* dan Profitabilitas tidak berpengaruh secara parsial terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan secara simultan *Leverage* dan Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Kata kunci : *Leverage*, Profitabilitas, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Abstrak

The use of Corporate Social Responsibility (CSR) is related to the company's ability to have a corporate image in the eyes of the public and corporate environment affected by leverage and profitability. Therefore this study aims to determine the effect of leverage (X₁) and profitability (X₂) on Corporate Social Responsibility (CSR) (Y). Leverage is measured using a debt to equity ratio (DER), profitability is measured using a gross profit margin (GPM) and return on assets (ROA) and Corporate Social Responsibility (CSR) are measured using a corporate social responsibility disclosure index (CSRDI) in food and sub-sector companies beverages listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2014-2018. The sampling technique used purposive sampling, so that the samples in this study were 11 companies. The method used in this research is quantitative which uses multiple regression analysis. The results of this study found that Leverage and Profitability do not partially affect Corporate Social Responsibility (CSR) and, simultaneously, Leverage and Profitability do not affect Corporate Social Responsibility (CSR).

Keywords: Leverage, Profitability, and Corporate Social Responsibility (CSR).

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarrakatu.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT , karena atas berkat rahmatnya penulis dapat menyelesaikan Usulan penelitian ini dengan judul, "**PENGARUH LEVERAGE DAN PROFITABILITAS TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA SUBSEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2014-2018**", sesuai dengan yang direncanakan. Usulan penelitian ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat untuk mengikuti ujian skripsi. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, Usulan penelitian ini tidak dapat penulis selesaikan .

Ucapan terima kasih kepada kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberi dukungan moril serta dorongan, dan tak lupa pula doa dan restu yang teramat penting sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian ini . Selain itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Hj. Juriko Abdussamad, M.Si, Selaku Ketua Yayasan Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (YPIPT) Ichsan Gorontalo.
2. Bapak Dr. Abdul Gaffar La Tjoke, M.Si, Selaku Rektor Universitas Ichsan Gorontalo.
3. Bapak Dr. Ariawan, S.Psi.,SE.,MM, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Ichsan Gorontalo.
1. Ibu Eka Zahra Solikahan, SE., MM Selaku, Selaku Ketua Jurusan.
2. Bapak Dr. Ariawan, S.Psi.,SE.,MM, Pembimbing I, yang telah membimbing penulis selama mengerjakan usulan penelitian ini.
3. Ibu Eka Zahra Solikahan, SE., MM Selaku, Selaku Pembimbing II, yang telah banyak membimbing penulis selama mengerjakan usulan penelitian.

Serta semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian usulan penelitian ini.

Saran dan Kritik, penulis harapkan dari dewan penguji dan semua pihak untuk penyempurnaan penulisan skripsi lebih lanjut. Semoga usulan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepintingan.

Gorontalo.....2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	12
1.3.1 Maksud Penelitian	12
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Teoritis	13
1.4.2 Praktis.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
 HIPOTESIS	14
2.1 Kajian Pustaka	14
2.1.1 Pengertian Leverage	14
2.1.2.1 Jenis-jenis Leverage.....	15
2.1.2.2 Pengukuran Leverage	16
2.1.2 Profitabilitas	17
2.1.1.1 Pengertian Profitabilitas	17
2.1.1.2 Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas	17
2.1.1.3 Jenis-jenis Rasio Profitabilitas	18

2.1.3 Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	20
2.1.3.1 Tolak Ukur <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	21
2.1.3.2 Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) bagi Perusahaan.....	22
2.1.3.3 Dasar Hukum <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	23
2.1.3.4 Dimensi Tanggung Jawab sosial (CSR).....	24
2.1.3.5 Lingkup Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	25
2.1.3.6 Filosofi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	25
2.1.3.7 Pengukuran <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	25
2.2 Kerangka Pemikiran	29
2.3 Hubungan Antara Variabel	31
2.4 Hipotesis	33
BAB III OBYEK DAN METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Obyek Penelitian.....	34
3.2 Metode Penelitian	34
3.2.1 Metode yang digunakan	34
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	35
3.2.2.1 Variabel Independen	35
3.2.2.2 Variabel Dependen	35
3.2.3 Populasi dan Sampel Penelitian	36
3.2.3.1 Populasi	36
3.2.3.2 Sampel.....	38
3.2.4 Sumber Data dan Cara Pengumpulan Data	39
3.2.4.1 Jenis Data	39
3.2.4.2 Sumber Data.....	39
3.2.4.3 Cara Pengumpulan Data.....	40
3.2.5 Prosedur Pengujian dan Instrumen Penelitian.....	40
3.2.5.1 Analisis Instrumen Penelitian.....	40
3.2.5.2 Uji Asumsi Klasik	41
3.2.6 Rancangan Uji Hipotesis	43
3.2.6.1 Uji Koefisien Determinasi.....	43
3.2.6.2 Uji Parsial	44
3.2.6.3 Uji Simulutan	44
3.2.6.4 Model / Gambar	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	46
4.1.1 Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman di (BEI)	46
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	53
4.2.1 Variabel <i>Leverage</i> (X_1)	54

4.2.2 Variabel Profitabilitas (X_2)	56
4.2.3 Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) (Y)	60
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	62
4.3.1 Uji Normalitas	62
4.3.2 Uji Autokolerasi.....	64
4.3.3 Uji Multikolinearitas.....	66
4.3.4 Uji Heteroskedastisitas	67
4.4 Uji Regresi Linear Berganda (<i>OLS</i>).....	68
4.5 Uji Hipotesis	70
4.5.1 Uji Koefisien Determinasi	70
4.5.2 Uji Parsial (t).....	71
4.5.3 Uji Simulutan (F).....	73
4.6 Pembahasan	74
4.6.1 Pengaruh <i>Leverage</i> (X_1) (Secara Parsial) Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) (Y)	74
4.6.2 Pengaruh Profitabilitas (X_2) (Secara Parsial) Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) (Y)	77
4.6.3 Pengaruh <i>Leverage</i> (X_1) dan Profitabilitas (X_2) (Secara Simulutan) Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) (Y)	79
BAB V PENUTUP.....	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	87
JADWAL PENELITIAN	90

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Grafik Data “ <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> ” yang diungkapkan 2014-2018.....	9
Gambar 2.1 Kerangka Pikir	33
Gambar 3.1 Kerangka Konsep Rancangan Hipotesis.....	45
Gambar 4.1 Uji Normalitas Data	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Total <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Tahun 2014-2018.....	10
Tabel 2.1 Skema Klasifikasi Informasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) .	27
Tabel 3.1 Operasional Variabel	36
Tabel 3.2 Daftar Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman	37
Tabel 3.3 Daftar Sampel Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman	38
Tabel 4.1 Pertumbuhan Variabel Penelitian Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di (BEI) Pada Tahun 2014-2018 “Yang diolah dalam Angka Rupiah Penuh”(Variabel <i>Leverage</i>)	44
Tabel 4.2 Pertumbuhan Variabel Penelitian Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di (BEI) Pada Tahun 2014-2018 “Yang diolah dalam Angka Rupiah Penuh”(Variabel <i>Profitabilitas</i>)	56
Tabel 4.3 Pertumbuhan Variabel Penelitian Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di (BEI) Pada Tahun 2014-2018 “Yang diolah dalam Angka Rupiah Penuh”(Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i>).....	60
Tabel 4.4 Uji Kolmogorov Smirnov.....	64
Tabel 4.5 Uji Autokolerasi.....	65
Tabel 4.6 Uji Multikolinearitas.....	67
Tabel 4.7 Uji Heteroskedastisitas	68
Tabel 4.8 Uji Regrsi	69
Tabel 4.9 Uji Koefisien Determinasi	71
Tabel 4.10 Uji Parsial	72
Tabel 4.11 Uji Simuluran.....	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabel Nama-nama Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)	92
Lampiran 2 Daftar Total Hutang (DER) Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2014-2018.....	93
Lampiran 3 Daftar Modal (DER) Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2014-2018	94
Lampiran 4 Daftar Laba Kotor (GPM) Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2014-2018.....	95
Lampiran 5 Daftar Penjualan (GPM) Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2014-2018.....	96
Lampiran 6 Daftar Laba Bersih Setelah Pajak (ROA) Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2014-2018	97
Lampiran 7 Daftar Total Aktiva (ROA) Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2014-2018	98
Lampiran 8 Daftar Corporate Social Responsibility (CSR) Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2014-2018.....	99
Lampiran 9 Daftar Perhitungan <i>Debt to Equity Ratio</i> (DER) Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2014-2018.....	100
Lampiran 10 Daftar Perhitungan <i>Gross Profit Margin</i> (GPM) Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2014-2018.....	103
Lampiran 11 Daftar Perhitungan <i>Return on Asset</i> (ROA) Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2014-2018.....	106
Lampiran 12 Daftar Perhitungan <i>Gross Profit Margin</i> (GPM) dan <i>Return on Asset</i> (ROA) Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2014-2018	108
Lampiran 13 Daftar Perhitungan Corporate Social Responsibility (CSR) Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftra di Bursa Efek Indonesia 2014-2018	111
Lampiran 14 Daftar Perhitungan Secara $\ln X_1 X_2 da Y$ Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2014-2018.....	114

Lampiran 15 Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$	117
Lampiran 16 Titik Presentase Distribusi F	118
Lampiran 17 Titik Presentase Distribusi T	119
Lampiran 18 Surat Keterangan Pengambilan Data Penelitian.....	121
Lampiran 19 Surat Permohonan Izin Penelitian	122
Lampiran 20 Surat Keterangan Pengambilan Data Penelitian di Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (GI-BEI)	123
Lampiran 21 Surat Pernyataan Rekomendasi Bebas Plagiasi.....	124
Lampiran 22 Surat Rekomendasi Bebas Plagiasi	125
Lampiran 23 Presentasi Hasil Plagiasi.....	126

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1. Latar Belakang

Indonesia ialah “Negara / Dunia bisnis pada perusahaan manufaktur atau dagang dan jasa didukung oleh perkembangan teknologi yang terus meningkat pesat dari tahun ketahun, setiap perusahaan dituntut untuk meningkatkan daya saing dan mengalokasikan sumber daya yang dibutuhkan dan efektif guna mencapai tujuan perusahaan yang memperoleh laba maksimal untuk mempertahankan eksistensi perusahaan”. Indonesia adalah Negara yang memiliki jumlah penduduk yang melimpah sehingga Indonesia dapat dikatakan sebagai penduduk yang terbesar keempat didunia dan tidak hanya memiliki jumlah penduduk yang melimpah Indonesia pun memiliki kekayaan yang melimpah yang terletak pada daerah perdagangan, baik dalam negeri maupun luar negeri sehingga menarik keinginan pendiri pengusaha. (Anonymous 2016).

Pertumbuhan ekonomi tercermin dari beberapa bidang salah satunya “Keberhasilan pengusaha dalam mengelola perusahaannya”. Dalam memajukan dan mempercepat bisnis pengusaha dapat melakukan pengembangan usahanya agar mendapatkan keuntungan / pendapatan yang lebih besar sehingga bisnis perusahaan menjadi lancar. Seiring berjalannya waktu dengan banyaknya persaingan di dunia bisnis perusahaan saat ini menghadapi namanya kompetisi global yang dengan cepat berubah tanpa disadari, dengan demikian perusahaan yang tidak memperhatikan tanggung jawab sosial atau kepentingan sosial dari waktu ke waktu mulai menyadari arti dari nilai-nilai sosial yang di wajibkan dalam suatu perusahaan. (Indraswari dan Astika, 2015)

Menurut Munawaroh (2014) “Perusahaan dikatakan baik harus memiliki kemampuan keuangan untuk meningkatkan keberadaan perusahaan dalam kurun waktu yang panjang, sehingga untuk memperoleh maksud perusahaan dibutuhkan kerja sama yang baik bagi perusahaan dengan masyarakat, investor, dan karywan. Dengan itu perusahaan dapat melakukan kerja sama yang baik antar perusahaan dan lingkungan yang nantinya dapat memberikan dampak yang baik bagi berlangsungnya perusahaan dan juga kesejahteraan sosial. Investor pun mendukung adanya kegiatan *Corporate Social Responsibility* saatu perusahaan untuk mendapatkan inforansi bahwa CSR sebagai cerminan hidup suatu perusahaan dimasa yang akan datang.

Sebuah perusahaan yang mengeluarkan dana *Corporate Social Responsibility* akan menanggung nantinya sebuah beban dan akan mengurangi tingkat keuntungan bagi perusahaan tersebut, namun apabila perusahaan merealisasikan dana CSR dari tahun ke tahun maka dapat mengangkat nama baik perusahaan yang berdampak pada kesetiaan pembeli pada perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah faktor yang mempengaruhi perkembangan dan kelangsungan hidup perusahaan dimana tuntunan terhadap perusahaan semakin besar, menurut Indraswari dan Astika (2015) *Corporate Social Responsibility* ialah “salah satu bagian dari cara yang dilakukan perusahaan dimana terkait dengan fungsi pemasaran, hubungan masyarakat, dan pengambilan kebijakan investasi. Dengan demikian perusahaan harus memperhatikan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat bukan hanya mencari keuntungan / laba semata”.

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah berkembang luas tidak hanya dalam pengertian sempit melainkan telah meluas berupa tanggung jawab kepada seluruh *stakeholder korporasi*, itu pun kini dilengkapi dengan sejumlah alat ukur seperti ISO, *good corporate governance*, standar akuntabilitas sosial, analisis lingkungan, “CSR dapat dikatakan sebagai bisnis yang tidak hanya berkomitmen untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara *financial* namun CSR juga berkomitmen untuk membangun ekonomi sejahtera / sosial bagi masyarakat“ (Taufiq, 2017:43). Adapun Menurut Oktariani (2014) konsep CSR ialah “suatu tanggung jawab yang dilakukan perusahaan baik untuk pemegang saham dan yang terkait dengan kepentingan perusahaan, sehingga menimbulkan dampak bagi perusahaan yang menyadarkan perusahaan akan kerusakan yang telah terjadi yang akan menjadi cerminan bagi generasi mendatang”. Begitu pula Menurut Amanda (2016) CSR jika dilakukan secara terus menerus tidak hanya dapat menambah biaya bagi perusahaan nantinya.

Terdapat peraturan membahas mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) yakni penerapan CSR terdapat perundang-undangan tentang Penanaman Modal No. 25 Tahun 2007 (UU PM), dan Pasal 15, 17 dan 34 didalamnya diatur jika penanaman dana diwajibkan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan wajib menjaga kelestarian lingkungan hidup. Dan adapun Perundang-Undangan tentang Perseroan Terbatas (UU PT) Nomor 40 Tahun2007, yang disetujui pada tanggal 20 juli 2007. Sehingga Perseroan Terbatas Pasal 74 perundang-Undangan yang menyatakan : “1.) dimana Perseroan yang melakukan kegiatan usahanya dalam bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam di wajibkan melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). 2.) TJSL merupakan suatu kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai suatu biaya Perseroan yang pelaksanaanya dilakukan dengan lebih memperhatikan kepatuhan dan kewajaran. 3.) jika

Perseroan yang tidak melakukan kewajiban akan dikenai berupa sanksi sesuai dengan ketetapan peraturan perundang-undangan" (www.hukumonline.com).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu kewajiban yang telah ditetapkan dalam suatu perusahaan sehingga jika CSR diungkapkan maka sudah tidak lagi dari kemauan perusahaan tersebut untuk menerapkannya, sehingga *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah "Leverage dan Profitabilitas" yang berdasarkan teori keagenan dan teori agensi, dimana teori keagenan "menyatakan bahwa perusahaan yang menggunakan *leverage* (utang / ekuitas) yang lebih besar dapat merealisasikan lebih banyak tanggung jawab sosial (CSR)", begitu pula berdasarkan teori agensi yang "menyatakan bahwa pendapatan laba / profit yang semakin besar dapat membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial (CSR) yang lebih". (Siti dkk, 2016).

Menurut (Dewi, 2013) CSR dipengaruhi oleh *Leverage* yang didukung dalam penelitian (Ramadhani, 2017) *Leverage* dapat berpengaruh signifikan terhadap CSR karena variabel yang merupakan pengaruh yang paling besar adalah *Leverage*. dimana *Leverage* mengambarkan tentang suatu keadaan modal yang diperlukan perusahaan, yang dapat diakses tingkat risiko yang tidak terbayar suatu utang, sehingga perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang lebih besar memiliki kewajiban untuk pengungkapan tanggung jawab sosialnya / CSR.

Leverage ialah "Mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang / hutang". dan Menurut Fahmi (2014:75) *Leverage* ialah "Kelangsungan hidup perusahaan yang ditentukan dengan adanya perusahaan menggunakan hutang didalam menjalankan perusahaannya, apabila taksiran yang digunakan terlalu besar sehingga dapat melindungi

perusahaan yang hidup dengan kedepannya dan risiko kebangkrutan perusahaan akan lebih tinggi karena perusahaan yang terlibat dalam masalah tersebut”.

Selain *Leverage* yang dapat berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR), terdapat pula pendapat (Pradnyani dkk, 2015) *Corporate Social Responsibility* (CSR) dipengaruhi oleh Profitabilitas karena bisa menjalankan suatu kebutuhan manajemen untuk merealisasikan dana CSR. Dengan peningkatan profitabilitas dalam perusahaan, maka luas pengungkapan / perealisasian CSR perusahaan kepada stakeholder atau “semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka semakin tinggi pula tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang akan dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena perusahaan mempertimbangkan akan menyisihkan dananya untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya lebih luas lagi” (Rani 2013).

Profitabilitas ialah “kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan / laba dengan menggunakan modal sendiri dari aktivitas perusahaan tersebut” (Entris, 2013). Adapun Menurut Wardani (2013) jika “suatu perusahaan memiliki tingkat profitabilitasnya yang besar maka akan mengungkapkan CSR lebih luas sebagai salah satu cara untuk meyakinkan pihak eksternal bahwa perusahaan sedang dalam kompetisi meyakinkan dan menonjolkan kapasitas perusahaan yang baik pada saat itu”. Selain itu Menurut (Sastrawan, 2016) Profitabilitas ialah “suatu kemampuan perusahaan untuk mengelola sumber daya perusahaan dalam menghasilkan laba dan investor, dimana profitabilitas dianggap sangatlah penting karena sebagai indikator untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan sehingga dapat dijadikan acuan untuk menilai perusahaan”.

Beberapa penelitian terdahulu yang menemukan adanya penelitian bahwa terdapat hubungan antara *Leverage* dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang ditemukan dari

penelitian (Murnita dan Putra, 2018), diperoleh bahwa *leverage* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) adapun hasilnya didukung oleh (Purba dan Yadnya, 2015), (Munsaidah dkk, 2016), (Lisa dkk, 2018) dan (Ruroh dan Latifah, 2018). Namun terdapat perbedaan hasil yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap CSR disebabkan oleh penanggung jawab perusahaan lebih mementingkan pendapatan / laba sehingga tidak menarik perhatian pemegang hutang. (Putri,Cristiawan 2014).

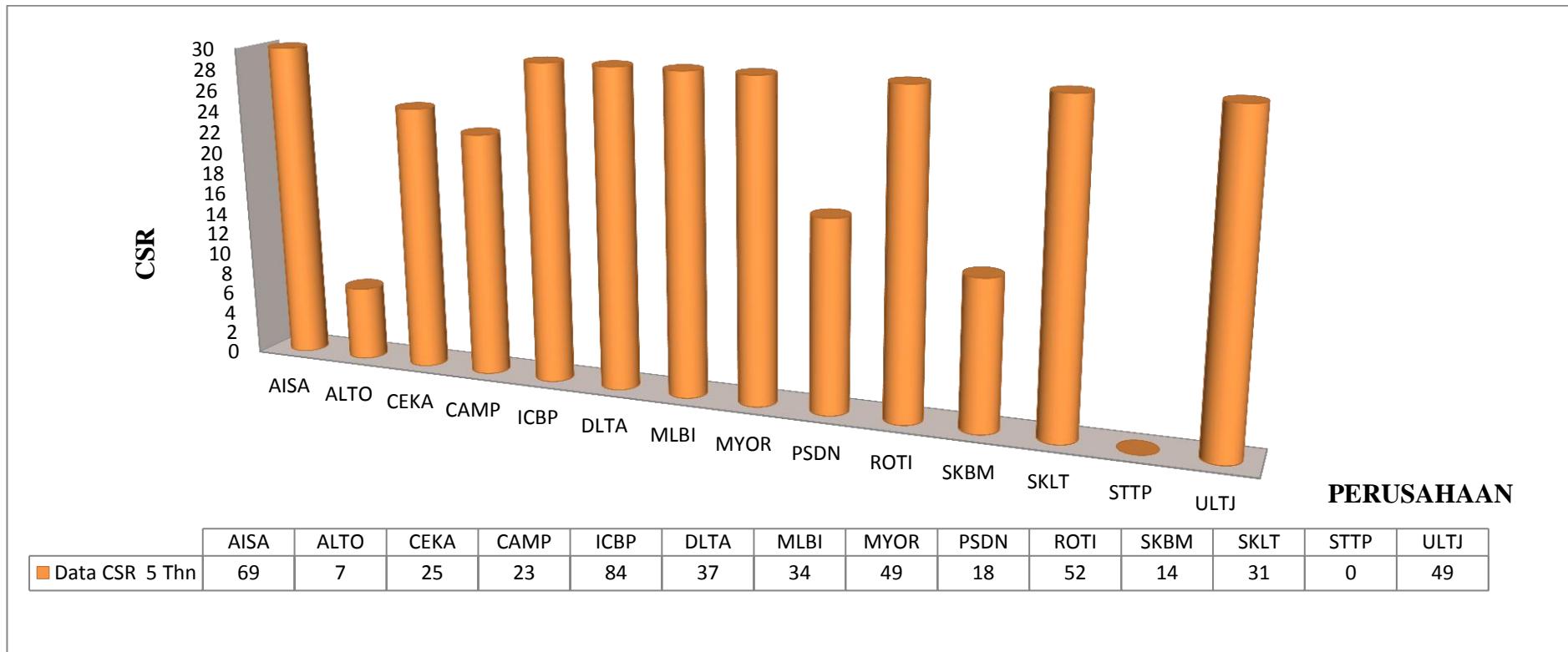
Berdasarkan penelitian yang terdahulu mendapatkan hubungan antara Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah penelitian berdasarkan yang dilakukan oleh (Murnita dan Putra, 2018), diamana perusahaan mendapatkan profitabilitas yang lebih besar dapat berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) hasil ini didukung oleh (Gusti dan Meita, 2015), (Pradnyani dan Sisdyani, 2015), (Munsaidah dkk, 2016), dan (Indraswari dan Astika 2015). Dengan demikian adapun hasil yang berbeda diperoleh (Lisa dkk, 2018) mengatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) disebabkan perusahaan atau manajen menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang menyangkut informasi peningkatan keuangan perusahaan, karena jika perusahaan mempunyai pendapatan yang tinggi hanya beriorientasi untuk laba semata belum tentu melakukan aktivitas sosial / yang sering disebut CSR.

Penelitian ini dilakukan di Sub Sektor Makanan dan Minuman, industri makanan dan minuman sampai sekarang masih menjadi sektor andalan penopang pertumbuhan di Indonesia. Sub sektor makanan dan minuman juga mengalami peningkatan tertinggi di bandingkan industri manufaktur lainnya (Jakarta, Kompas.com, 2018 –). Sementara di zaman ini dimana berbagai aspek sangat maju, dengan kemajuan ini dapat mendorong perusahaan di dunia untuk dapat meningkatkan tingkat kompetitif sehingga daya saing perusahaan tidak

lemah dimata investor, pemegang saham, dan perusahaan lainnya. Dengan itu perusahaan tidak pula hanya meningkatkan ekonomi perusahaan, dimana perusahaan juga harus meningkatkan tingkat kepedulian sosial dan nilai perilaku yang baik terhadap lingkungan perusahaan baik internal maupun eksternal yang dapat diwujudkan melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dimana wujud kepedulian sosial dan nilai perilaku yang baik merupakan komitmen dan tanggung jawab perusahaan dalam mendirikan perusahaan yang bersaing dengan cara yang telah diajarkan dalam agama islam dengan tidak menghalalkan segala cara untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan . (SUARA.com 2019)

Berkaitan dengan pertumbuhan bisnis makanan dan minuman yang terus membaik / meningkat sehingga menarik perhatian investor, yang di dukung dengan adanya kenaikan daya beli masyarakat dengan pertumbuhan ekonomi nasional dan jumlah penduduk yang mengalami pertambahan. Dimana Sub sektor makanan dan minuman adalah salah satu industri yang perkembangannya baik, sangat cepat dan tetap selalu ada yang merupakan salah satu kebutuhan utama bagi masyarakat / konsumen. Adapun dapat dilihat dari Grafik 1.1 Data *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang di ungkakan pada Sub sektor Makanan dan Minuman Tahun 2014-2018 dan Tabel 1.1 Rata-rata *Corporate Social Responsibility* Tahun 2014-2018 yang dapat di lihat sebagai berikut :

Grafik 1.1 Data “Corporate Social Responsibility (CSR)” yang di Ungkapkan 2014-2018



Sumber : Annual Report

Tabel 1.1 Total *Corporate Social Responsibility* (CSR) Tahun 2014-2018

NO	Nama Perusahaan	Tahun					Total CSR
		2014	2015	2016	2017	2018	
1	Pt Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk	13	18	19	19	0	69
2	PT TRI BANYAN TIRTA Tbk	2	2	2	1	0	7
3	Pt Wilmar Cahaya Tbk	0	0	7	5	13	25
4	Pt Campina Ice Cream Industri Tbk	0	0	0	7	16	23
5	Pt Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk	17	16	15	18	18	84
6	Pt Delta Djakarta Tbk	6	9	7	8	7	37
7	Pt Multi Bintang Indonesia Tbk	3	4	8	8	11	34
8	Pt Mayor Indah Tbk	9	9	15	16	0	49
9	Pt Parshida Aneka Niaga Tbk	4	3	4	4	3	18
10	Pt Nippon Indosari Corporindo Tbk	12	12	6	11	11	52
11	Pt Sekar Bumi Tbk	4	4	3	3	0	14
12	Pt Sekar Laut Tbk	5	7	4	13	14	43
13	Pt Siantar Top Tbk	0	0	0	0	0	0
14	Pt Ultrajaya Milk Industry dan Tranding Compony Tbk	9	10	10	10	10	49

Sumber : Annual Report

Berdasarkan Pada Grafik 1.1 memperlihatkan data CSR Tahun 2014-2018 dan pada Tabel 1.1 total *Corporate Social Responsibility* (CSR) Tahun 2014-2018 pada sub sektor makanan dan minuman mengalami ketidakstabilan / berfluktuasi dimana dalam perusahaan diwajibkan untuk melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang sering di katakan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan. Untuk ke-14 perusahaan makanan dan minuman terdapat 1 perusahaan yang tidak sama sekali melakukan atau merealisasikan dana CSR sehingga berdampak pada perhatian investor / pemegang saham yang tadinya menginvestasikan dananya kepada perusahaan akan mempertimbangkan kembali dana yang akan di investasikan dalam perusahaan tersebut, dimana pemegang saham lebih berminat pada citra perusahaan yang baik di mata masyarakat sehingga akan semakin tinggi kesetiaan / loyalitas konsumen bagi perusahaan. Untuk menghindari fluktuasi CSR maka perusahaan harus memperbaiki citra perusahaan dimata masyarakat sehingga menarik perhatian investor kembali untuk menginvestasikan dananya dalam bentuk pinjaman pada perusahaan yang akan mengakibatkan pendapatan perusahaan meningkat dengan adanya citra yang baik. Seperti halnya yang telah di lakukan oleh (Malinda dkk, 2016) semakin baik bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan dalam suatu perusahaan bagi lingkungan maka semakin baik pula citra perusahaan dalam pandangan masyarakat, terutama investor lebih tertarik pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baik citra perusahaan, maka semakin tinggi loyalitas pelanggan.

Atas dasar fenomena dalam perbedaan hasil penelitian terdahulu yang menemukan adanya hubungan *leverage* dan profitabilitas baik positif maupun negatif terhadap *corporate social responsibility* (CSR) penulis ingin menguji kembali tentang hubungan antara *Leverage* dan Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Sub sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan Judul **“ Pengaruh Leverage dan Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) pada Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia (BEI)”**.

1. 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah-masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Seberapa besar *Leverage* (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Y) ?
2. Seberapa besar Profitabilitas X_2 berpengaruh secara parsial terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Y) ?
3. Seberapa besar pengaruh *Leverage* (X_1) dan Profitabilitas (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Y) ?

1. 3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh suatu data kuantitatif mengenai pengaruh *Leverage* dan Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2014-2018.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui seberapa besar pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).
2. Untuk Mengetahui seberapa besar pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).
3. Untuk Mengetahui seberapa besar pengaruh *Leverage* dan Profitabilitas secara simulutan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis terhadap permasalahan yang diteliti serta dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi dan manajemen khususnya yang terkait dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi / masukan bagi perusahaan dan para investor dalam mempertimbangkan keputusan yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pengertian *Leverage*

Menurut Mamdhu dan Hanafi (2016:322) *Leverage* adalah “Beban perusahaan tetap keuangan yang perusahaan gunakan, dimana beban tetap keuangan perusahaan tersebut berasal dari bunga / utang oleh suatu perusahaan yang dikatakan sebagai struktur modal bagi perusahaan”. Selain itu Menurut Brigham dan Houston (2014:160) bahwa *leverage* ialah total biaya yang merupakan biaya tetap dalam perusahaan dan *leverage* juga sebagai pengungkit atau penggunaan untuk menganggkat sebuah beban perusahaan yang berat dengan sedikit kekuatan. Dan Menurut Sutrisono (2017:189) *leverage* ialah “perbandinga total kewajiban dan total aktiva perusahaan yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan perusahaan agar lebih besar dibandingkan dengan biaya asset dan sumber dayanya sehingga dapat meningkatkan keuntungan bagi pemilik perusahaan dan pemegang saham”.

Berdasarkan penemuan yang dilakukan para ahli yang telah dikemukakan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *leverage* ialah “perbandingan antara banyaknya kewajiban dan bannyaknya aktiva dalam suatu perusahaan atau merupakan jumlah hutang untuk meningkatkan tingkat keuntungan suatu perusahaan guna mencapai tujuan awal perusahaan”.

2.1.1.1 Jenis-jenis *Leverage*

Menurut Mamduh (2016:327) *leverage* adalah “ konten bisnis yang terdiri dari tiga macam yaitu *leverage* operasional (*Operating Leverage*), *leverage* keuangan (*Financial Leverage*) dan *leverage* kombinasi (*Combination Leverage*)”.

1. *Operating Leverage*

Operating Leverage diartikan sebagai seberapa besar perusahaan menggunakan beban tetap operasional yang berasal dari biaya depresiasi, biaya produksi, dan pemasaran yang bersifat tetap. Sebaliknya adanya beban (biaya) variabel operasional. Perusahaan yang menggunakan biaya tetap dalam proporsi yang tinggi (relativ biaya variabel) dikatakan menggunakan *operating leverage* yang tinggi. Perusahaan yang kecil akan mengakibatkan perubahan pendapatan yang lebih sensitif. Untuk mengetahui besarnya *degree of operating leverage* dapat diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$DOL = \frac{\text{Presentase perubahan laba (profit)}}{\text{Presentase perubahan unit yang terjual}}$$

Sumber : Mamduh (2016:330)

2. *Financial leverage*

Financial leverage ialah sebagai beban tetap keuangan yang dibutuhkan dalam perusahaan, beban ini sering berasal dari transaksi / pembayaran bunga untuk utang yang digunakan oleh perusahaan. Perusahaan yang menggunakan biaya tetap (bunga) berarti menggunakan utang tinggi. Perusahaan ini dikatakan memiliki *leverage* keuangan yang tinggi, berarti tingkat *leverage* keuangan (DFL) untuk perusahaan juga tinggi. Menurut Mamduh dan Hanafi (2016:332)

derajat *leverage* keuangan (*degree of financial leverage*) diartikan sebagai efek perusahaan EBIT terhadap pendapatan. Untuk mengetahui besarnya *degree of financial leverage* dapat diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$DFL = \frac{\text{Presentase perubahan laba bersih setelah pajak}}{\text{Presentase perubahan EBIT}}$$

Sumber : Mamdu (2016:333)

3. *Combination leverage*

Leverage kombinasi terjadi pada perusahaan yang memiliki *leverage* dan keuangan dalam usahanya untuk mendapatkan keuntungan bagi pemegang saham. Untuk mengetahui besarnya *degree of Combination leverage* dapat diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$DCL = \left(\frac{\text{Presentase EBIT}}{\text{Presentase perubahan penjualan}} \right) \times \left(\frac{\text{Presentase perubahan laba bersih}}{\text{Presentase perubahan EBIT}} \right)$$

Sumber : Mamdu (2016:335)

2.1.1.2 Pengukuran *Leverage*

Leverage adalah alat suatu utang perusahaan yang dilakukan pada kurun waktu 1 tahun dalam membiayai pengeluaran perusahaan. Standar rata-rata industri rasio *Debt To Equity Ratio* sebesar 36,4% (Brigham dan Houston, 2018:137) . Rumus *Debt To Equity Ratio* adalah :

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

Sumber : (Sutrisono, 2017:208) / (Wahyuningsi, dan Mahdar, 2018).

Berdasarkan sumber Jurnal dan Buku yang menjadi reverensi banyak menggunakan rumus / pengukuran *Debt To Equity Ratio* maka penelitian ini

menggunakan *Debt To Equity Ratio*, karena paling sesuai dan mudah untuk mengetahui besarnya hutang dan banyak digunakan oleh peneliti terdahulu.

2.1.2 Profitabilitas

2.1.2.1 Pengertian Profitabilitas

Menurut Hanafi (2016:42) pengertian dari profitabilitas adalah “yang dapat mengukur suatu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (Profitabilitas pada tingkat penjualan, asset, dan modal saham tertentu)”. Dan Menurut Sutrisono (2017:212) bahwa profitabilitas ialah “suatu keuntungan dalam bentuk hasil dari kebijaksanaan yang diperoleh manajemen yang memiliki tujuan untuk mengukur seberapa besar tingkat keuntungan yang dapat diperoleh suatu perusahaan”. Teradapat pula Menurut Kasmir (2018:196) profitabilitas ialah yang bisa menunjukkan kemampuan yang dimiliki suatu perusahaan dalam mencapai laba / profit perusahaan.

Berdasarkan apa yang telah di kemukakan dari beberapa para ahli di atas, maka disimpulkan profitabilitas adalah alat ukur / tolok ukur pada penjualan, asset, dan modal saham tertentu, dimana perusahaan tersebut mampu bertahan dalam bisnisnya dengan memperoleh keuntungan yang pantas dibandingkan dengan yang mungkin akan terjadi.

2.1.2.2 Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas

Tujuan rasio profitabilitas Menurut Kasmir (2018:197) :

- 1) Dapat mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam periode tertentu.
- 2) Dapat menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- 3) Dapat menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.

- 4) Dapat menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- 5) Dapat mengukur produktivitas dari seluruh dana dan perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Adapun manfaat penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan yaitu:

- 1) Untuk mengetahui besar tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
- 2) Untuk mengatasi posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- 3) Untuk mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- 4) Untuk mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- 5) Untuk mengetahui produktivitas dari seluruh dana dan perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

2.1.2.3 Jenis-jenis Rasio Profitabilitas

Profitabilitas memiliki jenis-jenis yang dapat digunakan menilai dan mengukur posisi keuangan perusahaan untuk periode tertentu, sebagai berikut:

- a) *Gros Profit Margin*

Menurut Hanafi (2016:42) *Gros Profit Margin* adalah “alat pengukur yang digunakan untuk menghitung seberapa besar perusahaan dapat menghasilkan laba bersih pada penjualan suatu perusahaan”. Menurut Sutrisono (2017:212) *Gros Profit Margin* adalah “kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dibandingkan dengan penjualan yang dicapai perusahaan”. Standar rata-rata industri

rasio *Gros Profit Margin* sebesar 8% (Sutrisono 2017:222), dengan itu dapat menggunkan rumus sebagai berikut :

$$Gross Profit Margin = \frac{Laba Kotor}{Penjualan} \times 100\%$$

Sumber : (Sutrisono, 2017:222) dan (Hanafi, 2016:24) / (Safitri, 2015).

b) *Return On Asset* (ROA)

Return on asset adalah “alat ukur / rumus yang mengukur perusahaan menghasilkan laba bersih dengan tingkat asset tertentu, rasio yang tertinggi menunjukkan efisiensi dan pengelolaan asset, yang berarti semakin baik” (Hanafi, 2016:42). Standar rata-rata industry *Retrun On Asset* (ROA) sebesar 9,0% (Brigham-Houston, 2018:153). Dengan itu dapat dijabarkan dengan rumus sebagai berikut :

$$ROA = \frac{Laba Bersih Setelah Pajak}{Total Aktiva} \times 100\%$$

Sumber : (Sutrisono, 2017:213) / (Lisa ddk, 2018).

c) *Return On Equity* (ROE)

Return on equity merupakan “pengukuran kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih untuk tingkat asset yang tertentu, rasio yang tinggi menunjukkan efisiensi dan efektivitas pengelolan asset, yang berarti semakin baik” (Hanafi, 2016:42). Standar rata-rata industri *Return On Equity* (ROE) adalah 15,0% (Brigham-Houston 2018:153). Dengan demikian rasio tersebut bisa dihitung sebagai berikut :

$$ROE = \frac{Earning After Tax (EAT)}{Modal Sendiri} \times 100\%$$

Sumber : (Sutrisono, 2017:213) / (Manopo dan Arie, 2014).

d) *Return On Investment (ROI)*

Return on investment (ROI) adalah “kemampuan suatu perusahaan yang akan menghasilkan keuntungan yang akan digunakan untuk menutup investasi yang dikeluarkan” (Sutrisono, 2017:213). Standar rata-rata industri tentang Pengembalian Investasi (ROI) adalah 10,8% ini dihitung dengan rumus :

$$ROI = \frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Investasi}} \times 100\%$$

Sumber : (Sutrisono, 2017:213) / (Manopo dan Arie, 2014).

Berdasarkan sumber Jurnal dan Buku yang menjadi referensi terdapat 5 rumus yang digunakan akan tetapi dalam jurnal dan buku yang menjadi referensi banyak menggunakan rumus / pengukuran profitabilitas dengan *Gross Profit Margin* (GPM) dan *Return On Asset* (ROA) maka penelitian ini menggunakan rumus *Gross Profit Margin* (GPM) dan *Return On Asset* (ROA).

2.1.3 Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan pendapat Mardikanto (2014:206) Tanggung Jawab Sosial (CSR) ialah “Usaha perusahaan untuk memberikan sumbangsi / pendanaan secara sukarela sehingga terbentuknya lingkungan yang lebih bersih dan aman”. Menurut (Tjahjono dan Apriliani, 2017) *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki beberapa manfaat dimana dapat dikelompokan menjadi empat aspek yaitu, “license to operate, sumber daya manusia, retensi, dan produktivitas karyawan”. Selain itu Menurut Bowen dan Mardikanto (2014:84) *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan keharusan yang harus perusahaan lakukan untuk mengeluarkan kebijakan, membuat

keputusan, atau mengambil keputusan yang diinginkan dalam tujuan dan nilai-nilai masyarakat.

Berdasarkan pernyataan oleh para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah “Tanggung jawab sosial yang wajib dipenuhi perusahaan sehingga tercipta kerja sama yang baik antara perusahaan dan masyarakat dilingkungan perusahaan sehingga meningkatkan citra perusahaan dan loyalitas konsumen / masyarakat terhadap perusahaan tersebut.

2.1.3.1 Tolak ukur *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Mardikanto (2014:156), mengatakan bahwa sejumlah unsur yang menjadi tolak ukur *Corporate Social Responsibility* (CSR), yaitu sebagai berikut :

1. *Coninuity and Sustanability*

Coninuity and Sustanability adalah unsur dasar dari *Corporate Social Responsibility*, dimana CSR ialah hal yang bercirikan perspektif jangka panjang bukan terjadi dalam kurun waktu yang cepat. Dalam hal ini kegiatan yang dilakukan secara terus menerus yang merupakan salah satu cara untuk mencengah krisis melalui peningkatan citra perusahaan.

2. *Community Empowerment*

Pemberdayaan komunitas ini memiliki sifat *chartity* ataupun *philantropy* semata. Tindakan-tindakan kedermawaan ini tidak menjamin komunitas mandiri. Dimana indikasi berhasilnya program dari *Corporate Social Responsibility* ialah “kemandirian yang lebih pada komunitas”.

3. *Two Woys*

Two Woys merupakan sebuah komunikasi yang dilakukan dalam CSR berupa kampanye yang bersinergi dengan tindakan.

2.1.3.2 Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi perusahaan

1. Manfaat CSR bagi Masyarakat

Menurut Mardikanto (2014:123) *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan “Tindakan yang dilakukan perusahaan untuk mendapatkan dampak positif secara keseluruhan pada masyarakat atas dampak kegiatan yang dilakukan perusahaan terhadap karyawan, pemegang saham, dan masyarakat yang ada dilingkungan perusahaan”.

2. Manfaat CSR bagi Pemerintah

Pelaksanaan CSR memberikan manfaat bagi pemerintah, dimana dengan melakukan tanggung jawab sosial akan membangun kerja sama yang baik antara pemerintah dan perusahaan dalam mengatasi berbagai masalah sosial (kemiskinan, rendahnya kualitas pendidikan, minimnya akses kesehatan dan lain sebagainya) dan lebih memudahkan tugas pemerintah untuk menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat.

3. Manfaat CSR bagi Korporasi

Menurut Mardikanto (2014:136), bahwa CSR bermanfaat bagi korporasi sebagai berikut :

1. Dapat mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.
2. Dapat membuka peluang pasar lebih luas.
3. Dapat memperbaiki hubungan dengan regulator.

4. Dapat memperbaiki hubungan dengan *stakeholder*.
5. Dapat meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
6. Dapat memberikan peluang untuk mendapatkan penghargaan.

2.1.3.3 Dasar Hukum *Coporate Social Responsibility* (CSR)

Terdapat aturan-aturan yang membahas tentang CSR yakni Penerapan CSR terdapat dalam Undang-Undang NO. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UU PM) pasal 15, 17 dan 34 yang didalamnya di atur jika setiap penanaman modal wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan dan wajib menaga kelestarian lingkungan hidup. Dan adapun Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 juli 2007 dimana terdapat pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan :

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan hidup (TJSL), diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
2. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (www.hukumonline.com).

Pasal yang mengatur dan memberikan sanksi terhadap perusahaan yang tidak melakukan Corporate Social Responsibility (CSR) yaitu sebagai berikut :

Dalam Pasal 15 huruf b UU 25/2007 diatur bahwa setiap penanaman modal wajib melaksanakan TJSL. Yang dimaksud dengan TJSL menurut Penjelasan Pasal 15 huruf b UU 25/2007 adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan

sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Sedangkan yang dimaksud dengan penanam modal adalah perseorangan atau badan usaha yang melakukan penanaman modal yang dapat berupa penanam modal dalam negeri dan penanam modal asing (Pasal 1 angka 4 UU 25/2007). Selain itu dalam Pasal 16 UU 25/2007 juga diatur bahwa setiap penanam modal bertanggung jawab untuk menjaga kelestarian lingkungan hidup, Ini juga merupakan bagian dari TJSL. Jika penanam modal tidak melakukan kewajibannya untuk melaksanakan TJSL, maka berdasarkan Pasal 34 UU 25/2007, penanam modal dapat dikenai sanksi administratif berupa:

1. Peringatan tertulis
2. Pembatasan kegiatan usaha
3. Pembekuan kegiatan usaha dan / atau fasilitas penanaman modal atau
4. Pencabutan kegiatan usaha dan / atau fasilitas penanaman modal

2.1.3.4 Dimensi Tanggung Jawab Sosial (CSR)

Menurut Mardikanto (2018:141) *Corporate Social Responsibility* ialah membahas suatu kewajiban dalam berorganisasi untuk *stakeholder*, dalam hal ini terdapat empat dimensi Tanggung Jawab Sosial (CSR) sebagai berikut :

1. Dimensi ekonomi
2. Dimensi sosial
3. Dimensi lingkungan
4. Dimensi filantropis

2.1.3.5 Lingkup Kegiatan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*

Menurut Mardikanto (2018:152) terdapat Lingkup Kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yaitu yang dikenal dengan *Milennium Development Goals (MDG'S)* sebagai berikut :

1. Bertujuan menghilangkan kemiskinan dan kelaparan ekstrim
2. Bertujuan mencapai pendidikan dasar secara universal
3. Bertujuan untuk kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan
4. Bertujuan pengurangan angka kematian balita
5. Bertujuan untuk kesehatan ibu
6. Bertujuan membrantas HIV / AIDS, Malaria, dan Penyakit lainnya
7. Bertujuan memperbaiki lingkungan secara berkelanjutan
8. Bertujuan untuk pengembangan kemitraan global untuk pembangunan

2.1.3.6 Filosofi *Coporate Social Responsibility (CSR)*

Menurut Smile Foundation (20013) Filosofi penerapan *Coporate Social Responsibility (CSR)* ialah hubungan kerja sama / kesiapan untuk melakukan segala hal untuk memberikan bantuan. Menurut Keywey (2013) bahwa filosofi CSR merupakan bantuan bagi pembangunan masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan nilai korporasi, pelanggan, pemasok, karyawan, pemerintah, dan masyarakat lingkungan perusahaan.

2.1.3.7 Pengukuran *Coporate Social Responsibility (CSR)*

Menurut Taufiq (2017:43) berpendapat bahwa konsep CSR telah berkembang luas, tidak hanya dalam pengertian sempit melainkan telah meluas berupa tanggung jawab kepada seluruh *stakeholder* korporasi, itu pun kini dilengkapi dengan sejumlah

alat ukur seperti ISO 26000, tata kelola perusahaan yang baik, standar akuntabilitas sosial, analisis lingkungan dan sebagainya. Sehingga CSR dapat disimpulkan merupakan pengungkapan informasi yang berhubungan dengan kegiatan sosial perusahaan, dengan demikian rumus yang dipakai dalam penelitian ini ialah “metode *content analysis / Disclosure Index*” yang terdapat pada *Global Reporting Initiative* (GRI) dan telah banyak digunakan dalam penelitian terdahulu, seperti penelitian yang dilakukan oleh (Siti dkk, 2016), (Desi dkk, 2018), (Dadan 2015). Mengingat keberadaan informasi yang terdapat dalam laporan tahunan / annual report yang terkait dengan pengungkapan CSR maka dengan itu dapat dilihat rumus sebagai berikut :

$$CSDIj = \frac{\sum Xij}{nj}$$

Sumber : (Santisono dan Chandra 2012), (Rohmana 2015)

Rumus perhitungan ini dilakukan dengan cara membagi jumlah item CSR yang diungkapkan dengan jumlah item CSR keseluruhan yang terdapat dalam *annual report*.

Keterangan :

CSDIj : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* Perusahaan j.

Xi : Banyak item CSR yang diungkapkan / digunakan oleh perusahaan j.

Jika diungkapkan = 1 (Skor 1), sementara jika tidak diungkapkan = 0 (Skor 0)

Nj : Jumlah item keseluruhan CSR untuk perusahaan j yang digunakan sesuai skema klarifikasi informasi *corporate social responsibility* (CSR)

Sumber : (Haryati, 2013), (Taufik, 2014:43) / (Lisa dkk, 2018).

Untuk menghitung Xij / Banyak item CSR baik yang diungkapkan maupun tidak diungkapkan dapat dilihat berdasarkan tabel Skema Klarifikasi Informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai berikut :

Tabel 2.1 Skema Klasifikasi Informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

No	Informasi berkelanjutan/ CSR
1.)	Topik Kinerja Ekonomi
	1. Indikator Kinerja Ekonomi
	2. Indikator Kehadiran Pasar
	3. Indikator Dampak Ekonomi Tak Langsung
2.)	Topik Kinerja Lingkungan
	1. Indikator Air
	2. Indikator Energy
	3. Indikator Keragaman Hayati
	4. Indikator Emisi
	5. Indikator Limbah dan Sampah
	6. Indikator Material
3.)	Topik Kinerja Sosial
	1. Indikator Produk dan Layanan
	2. Indikator Kepatuhan

	3. Indikator Transportasi
4.)	Topik Kinerja Praktik dan Cara Kerja
	1. Indikator Ketenaga Kerjaan
	2. Indikator Hubungan Perubahan Manajemen
	3. Indikator Kesehatan dan Keselamatan Kerja
	4. Indikator Pendidikan dan Pelatihan
	5. Indikator Keragaman dan Kesempatan yang Setara
	6. Indikator Renumerasi yang Seimbang Laki-laki dan Perempuan
5.)	Topik Kinerja dan Hak Asasi Manusia
	1. Indikator Praktik Investasi dan Pegadaan
	2. Indikator Non Diskriminasi
	3. Indikator Kebebasan Organisasi dan Daya Tawar Kolektif
	4. Indikator Buru Anak
	5. Indikator Kewajiban Buru
	6. Indikator Praktik Keamanan
	7. Indikator Hak Masyarakat Setempat
6.)	Topik Kinerja Kemasyarakatan
	1. Indikator Komunitas Lokal
	2. Indikator Korupsi
	3. Indikator Kebijakan Publik
	4. Indikator Perilaku Anti-Kompetitif
	5. Indikator Kepatuhan
7.)	Topik Kinerja Tanggung Jawab Produk
	1. Indikator Kesehatan

	2. Indikator Keselamatan Pelanggan
	3. Indikator Label Produk
	4. Indikator Layanan
	5. Indikator Komunikasi
	6. Indikator Pemasaran
	7. Indikator Privasi Pelanggan
	8. Indikator Kepatuhan

Sumber : Mardikanto (2018:187)

Sebagai mana yang telah terterah di tabel diatas maka metode ini mengubah informasi kualitatif menjadi kuantitatif sehingga dapat diolah dalam perhitungan statistik. Artinya jumlah total yang diperoleh dari proses analisis isi / Indeks Pengungkapan ini menggambarkan banyaknya pengungkapan yang diinformasikan dalam laporan (National Center For Sustanbility Reporting 2019 / www.globalreporting.org), dan Metode *content analysis / disclosure index* ini juga dapat diartikan sebagai metode penapsiran / tafsir teks dimana dapat menapsirkan / menggambarkan peristiwa / yang telah terjadi.

2.2 Kerangka Pemikiran

Sub sektor makanan dan minuman adalah sub sektor yang memiliki 14 perusahaan yang terdaftar di BEI, industri manufaktur ini yang lebih stabil karena didorong oleh volume penjualan dan tidak terpengaruhi oleh musim atau perubahan meski terjadi krisis ekonomi, kelancaran produksi industri makanan dan minuman

tetap terjamin karena dalam kondisi apapun kebutuhan ini tetap menjadi kebutuhan mendasar bagi konsumen.

Penelitian ini dilakukan di Sub sektor Makanan dan Minuman, industri makanan dan minuman saat ini masih menjadi sektor andalan penopang pertumbuhan di Indonesia, Dimana sektor ini adalah sektor tertinggi dibandingkan dengan sektor industri manufaktur lainnya yang ada di Indonesia (Jakarta, Kompas.com -). Menurut (Adhi Lukman, Ketua Umum dari gabungan pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia / GAPMMI) memprediksi kinerja industri makanan dan minuman akan meningkat pada pertengahan tahun 2014 karena didukung oleh perayaan agama islam seperti bulan Ramadhan dan Idul Fitri saat konsumsi rumah tangga selalu naik (Indonesia Invesments / Breaking News Indonesia). Sementara di zaman ini dimana bebagai aspek sangat maju, dengan kemajuan ini dapat mendorong perusahaan di dunia untuk dapat meningkatkan tingkat kompetitif sehingga daya saing perusahaan tidak lemah dimata investor, pemegang saham, dan perusahaan lainnya. Dengan itu perusahaan tidak pula hanya meningkatkan ekonomi perusahaan, dimana perusahaan juga harus meningkatkan tingkat kepedulian sosial dan nilai perilaku yang baik terhadap lingkungan perusahaan baik internal maupun eksternal yang dapat diwujudkan melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dimana wujud kepedulian sosial dan nilai perilaku yang baik merupakan komitmen dan tanggung jawab perusahaan dalam mendirikan perusahaan yang bersaing dengan cara yang telah diajarkan dalam agama islam dengan tidak menghalalkan segala cara untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan . (SUARA.com 2019)

Beberap penelitian terdahulu yang menemukan bahwa terdapat hubungan antara *Leverage* dan Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah penelitian yang dilakukan oleh (Wardhani, 2013), selain itu terdapat pula hasil penelitian (Wahyuningsih dan Mahdar 2018) bahwa *Leverage* dan Profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hasil ini didukung dengan penelitian yang dilakukan (Purba dan Yadnya, 2015) bahwa *leverage* dapat mempengaruhi pengungkapan CSR, selanjutnya berdasarkan penelitian (Gusti dan Meita, 2015) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

2.3 Hubungan Antara Variabel

Berdasarkan hubungan antara variabel dapat dilihat sebagai berikut :

1. Pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

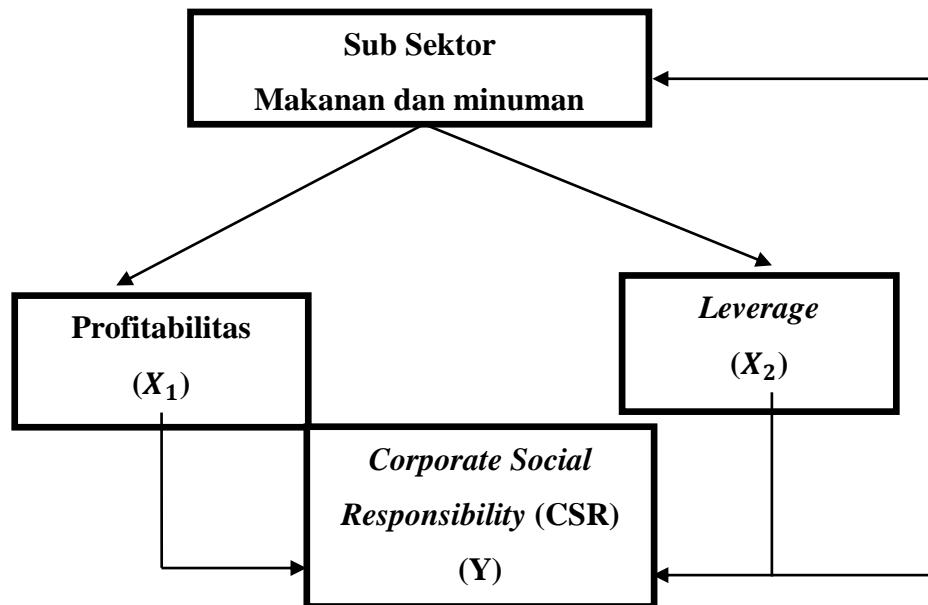
Menurut (Ramadhani, 2017) *Leverage* ialah “berpengaruh penting terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR), yang berarti memiliki pengaruh paling besar, dimana *leverage* digunakan untuk memberikan gambaran tentang struktur modal yang dibutuhkan perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat tak tertagihnya suatu hutang. Oleh karena itu perusahaan dengan tingkat pengungkitan / *leverage* yang lebih tinggi memiliki kebebasan yang lebih besar untuk pengaduan / tanggung jawab sosialnya dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang rendah”. Adapun teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan *leverage* (utang /

ekuitas) yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi tanggung jawab sosial (CSR). (Siti dkk, 2016).

2. Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengaruh profitabilitas dapat “memberikan pengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Ketika tingkat profit semakin tinggi suatu perusahaan, maka sehingga dapat dipercaya semakin tinggi pula tingkat mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR), yang mengakibatkan perusahaan akan merealisasikan dananya untuk pengungkapan CSR yang lebih luas lagi. Namun sebaliknya semakin rendah tingkat profit suatu perusahaan, maka dipercaya perusahaan akan merealisasikan dananya lebih rendah untuk mengungkapkan CSR, yang diakibatkan dana perusahaan akan digunakan untuk kebutuhan lain dibandingkan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial” (Ervina, 2013). Adapun teori agensi berdasarkan bahwa prolehan laba / profit yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial (CSR) yang lebih. (Siti dkk, 2016).

Gambar 2.1 Kerangka Pikir



2.4 Hipotesis

Berhubung dengan rumusan masalah atau tinjauan pustaka yang telah dikemukakan, hipotesis yang dilaukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *Leverage (X₁) berpengaruh secara parsial terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) (Y) pada perusahaan Sub sektor Makanan dan Minuman.*
2. *Profitabilitas (X₂) berpengaruh secara parsial terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) (Y) pada Sub sektor Makanan dan Minuman.*
3. *Seberapa besar pengaruh Leverage (X₁) dan Profitabilitas (X₂) secara simulutan berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) (Y).*

BAB III

OBYEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan di atas / dalam bab sebelumnya, maka obyek penelitian ini ialah “Perusahaan manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)”. Hal ini disebabkan perusahaan manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman dapat dengan mudah memperoleh data karena laporan keuangan dari setiap perusahaan sudah dipublikasikan di situs resmi yaitu “Bursa Efek Indonesia (BEI)”.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Metode yang digunakan

Berdasarkan penelitian ini peneliti memilih jenis penelitian yang mengacu pada jenis penelitian kuantitatif. Penilaian kuantitatif adalah “sebagai metode penelitian yang digunakan untuk mengevaluasi pada penelitian atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data statistik / kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan” (Kumalasari dan Widyawati, 2016).

Populasi adalah “Objek atau subjek yang berada di suatu daerah dan memenuhi kondisi tertentu yang terkait dengan masalah penelitian” (Riduwan, 2014: 55). Populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Siyoto dan Sodik (2015:50) variabel penelitian ialah “suatu atribut dan sifat atau nilai orang, faktor, perlakuan terhadap obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

3.2.2.1 Variabel Independen / Variabel Bebas

Menurut Sugiyono (2017:39) “Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Adapun variabel independen dalam penelitian ini adalah *leverage* dan *profitabilitas*.

Leverage adalah “perbandingan antara total kewajiban dan total aktiva perusahaan atau merupakan jumlah hutang untuk meningkatkan tingkat keuntungan suatu perusahaan guna mencapai tujuan awal perusahaan”.

Profitabilitas adalah “merupakan suatu alat ukur / tolak ukur pada penjualan, asset, dan modal saham tertentu. dimana perusahaan tersebut mampu bertahan dalam bisnisnya dengan memperoleh keuntungan yang pantas dibandingkan dengan yang mungkin akan terjadi”.

3.2.2.2 Variabel Dependen / Variabel Terikat

Menurut Sugiyono (2017:39) “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas”. Adapun variabel dependen dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* (CSR).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah “suatu tanggung jawab sosial yang harus perusahaan lakukan sehingga tercipta hubungan yang baik antara

perusahaan dan masyarakat yang berada dilingkungan perusahaan agar meningkatkan citra perusahaan dan loyalitas konsumen / masyarakat terhadap perusahaan tersebut”.

Untuk memudahkan pemahaman dan memperjelas tujuan variabel penelitian, maka dilakukan operasionalisasi variabel dengan cara berikut :

Tabel 3.1 Operasional Variabel

NO	Variabel	Indikator	Skala
1	Leverage (X_1)	<i>Debt To Equity / DER</i>	Rasio
2	Profitabilitas (X_2)	<i>Gros Profit Margin (GPM)</i>	Rasio
		<i>Retrun On Asset (ROA)</i>	
3	<i>Corporate Social Responsibility (CSR) (Y)</i>	<i>CSDI / Corporate Social Responsibility Disclosure Index</i>	Rasio

Sumber: (Hanafi 2016:42), (Surtrisno 2017:212), dan (Wahyuningsih dan Mahdar 2018).

3.2.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.3.1 Populasi

Menurut Riduwan (2014:55) populasi ialah “objek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian”. Untuk itu yang termasuk populasi untuk penelitian ini adalah “perusahaan manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)”. Jumlah perusahaan manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) terdapat 18 perusahaan, yang dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 3.2 Daftar Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2014 - 2018

SubSektor	No	Kode	Nama Perusahaan	Tanggal IPO
Makanan dan Minuman	1	AISA	Pt Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk	11/6/1997
	2	ALTO	Pt Tri Banyan Tirta Tbk	10/7/2012
	3	CEKA	Pt Wilmar Cahaya Tbk	9/7/1996
	4	CAMP	Pt Campina Ice Cream Industri Tbk	19/12/2017
	5	ICBP	Pt Indofood Cbp Sukses Makmur	7/10/2010
	6	DLTA	Pt Delta Djakarta Tbk	12/2/1984
	7	MLBI	Pt Multi Bintang Indonesia Tbk	17/1/1994
	8	MYOR	Pt Mayor Indah Tbk	4/7/1990
	9	PSDN	Pt Parshida Aneka Niaga Tbk	18/10/1994
	10	ROTI	Pt Nippon Indosari Corporindo Tbk	28/6/2010
	11	SKBM	Pt Sekar Bumi Tbk	28/9/2012
	12	SKLT	Pt Sekar Laut Tbk	8/9/1993
	13	STTP	Pt Siantar Top Tbk	16/12/1996
	14	ULTJ	Pt Ultrajaya Milk Industry dan Tranding Compony Tbk	2/7/1990
	15	CLEO	Pt Sariguna Primatirta Tbk	5/5/2017
	16	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk	22/06/2017
	17	INDF	Pt Indofood Sukses Makmur Tbk	14/7/1994
	18	PCAR	Pt Prima Cakrawala Abdi Tbk	29/12/2017

Sumber : www.idx.co.id

3.2.3.2 Sampel

Sampel penelitian ini ialah “sebagian dari populasi yang digunakan sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi” (Riduwan, 2014:56). Metode yang digunakan untuk penelitian ini ialah “*purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti jika memiliki pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam pengambilan sampelnya atau penentuan sampel untuk tujuan tertentu” (Riduwan, 2014: 63). Dengan demikian terdapat kriteria yang digunakan untuk memilih sampel penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar selama periode penelitian pada tahun 2014-2018.
2. Memiliki laporan keuangan perusahaan secara lengkap selama tahun 2014-2018.
3. Perusahaan yang tidak mengalami *delisting* selama tahun 2014-2018.
4. Perusahaan yang sudah *listing* sebelum tahun periode penelitian.

Dari populasi sebanyak 18 Sub Sektor yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), diperoleh perusahaan yang memenuhi kriteria sebagai sampel, yang dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 3.3 Daftar Sampel Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman
Tahun 2014-2018

Sub Sektor	No	Kode	Nama Perusahaan
Makanan	1	ALTO	Pt Tri Banyan Tirta Tbk
	2	CEKA	Pt Wilmar Cahaya Tbk
	3	ICBP	Pt Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk
	4	DLTA	Pt Delta Djakarta Tbk
	5	MLBI	Pt Multi Bintang Indonesia Tbk
	6	MYOR	Pt Mayor Indah Tbk

dan Minuman	7	PSDN	Pt Parsida Aneka Niaga Tbk
	8	ROTI	Pt Nippon Indosari Corporindo Tbk
	9	SKBM	Pt Sekar Bumi Tbk
	10	STTP	Pt Siantar Top Tbk
	11	ULTJ	Pt Ultrajaya Milk Industry dan Tranding Compony Tbk

Sumber : www.idx.co.id

3.2.4 Sumber Data dan Cara Pengumpulan Data

3.2.4.1 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu “data yang berwujud angka-angka, dimana dapat diperoleh dari pengukuran langsung maupun dari angka-angka yang diperoleh dengan mengubah data kualitatif menjadi data kuantitatif. Data ini bersifat objektif dan bisa ditafsirkan sama oleh semua orang” (Riduwan, 2014:106). Berdasarkan penelitian ini data kuantitatif adalah laporan keuangan tahun 2014-2018.

3.2.4.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder yaitu data tambahan pelengkap data primer yang bersumber dari informasi-informasi tertulis yang berhubungan dengan penelitian ini, seperti literatur-literatur berupa buku-buku, majalah dan koran.

3.2.4.3 Cara Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini proses pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi. Dokumentasi menurut Riduwan (2014:105) adalah “ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, diterbitkan buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, data yang dirilis penelitian”. Cara memperoleh data dokumentasi yaitu melalui Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam bentuk laporan keuangan publikasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang telah di audit selama tahun 2014-2018.

3.2.5 Prosedur Pengujian dan Instrumen Penelitian

3.2.5.1 Analisis Instrumen Penelitian

Untuk mengetahui sub-sub variabel apakah ada pengaruh antara *Leverage* dan Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR), Maka pengujian ini dilakukan dengan uji analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda merupakan analisis yang dapat meramalkan antara pengaruh nilai dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat sehingga dapat membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kasual antara dua variabel bebas dan variabel terikat (Ridwan 2014:154). Adapun fungsi persamaan regresi berganda dapat dilihat sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Dependent Variabel

α = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi X_1 , b_2 = koefisien regresi X_2 , dan b_3 = koefisien regresi X_3

e = Residual / Error

3.2.5.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah bertujuan untuk menentukan adanya data yang berdistribusikan normal yang telah ditetapkan untuk menjadi sampel. Sehingga data yang lebih dari 30 angka / $n > 30$ maka dapat disimpulkan data tersebut berdistribusikan normal berdasarkan pengalaman empiris yang dilakukan oleh pakar statistik. Namun demikian perlu adanya pembuktian bahwa data yang dimiliki berdistribusikan normal atau tidak sehingga perlu adanya uji statistic normalitas.

Menurut Basuki dan Parwoto (2016:57) uji statistik normalitas dapat dilihat melalui hasil dari *Chi-Square*, *Kolmogorov Smirnov*, *P-P Plot*, *Liliefors*, *Shapiro Wilk*, *Jarque Bera*. Untuk itu salah satu cara melihat apakah adanya data yang berdistribusikan normal maka dapat digunakan hasil dari Normal *P-P Plot* berdasarkan syarat titik-titik masih berada dalam sekitar garis diagonal maka dapat disimpulkan data tersebut menyebar normal.

Berdasarkan uji yang telah dipaparkan di atas menurut Basuki dan Parwoto (2016:57) pengujian ini dilakukan dengan melihat uji Normal *P-P Plot* dan uji *Kolmogorov Smirnov*.

2. Uji Autokolerasi

Menurut Basuki dan Prawoto (2016:60) Uji autokolerasi merupakan cara untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik, sehingga autokolerasi adalah kolerasi yang terjadi antara residual pada suatu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model *regresi berganda*. Dengan itu syarat yang harus dipenuhi ialah tidak adanya autokolerasi dalam model *regresi berganda*, yang dapat dilihat dari nilai *Durbin-Watson* (DW). Dengan ketentuan sebagai berikut :

- Deteksi Autokorelasi Positif

Jika $dW < dL$ maka terdapat autokolerasi positif

Jika $dW < dU$ maka tidak terdapat autokolerasi positif

Jika $dL < dW < dU$ maka tidak meyakinkan atau tidak dapat disimpulkan

- Deteksi Autokorelasi Negatif

Jika $(4 - dW) < dL$ maka terdapat autokolerasi negatif

Jika $(4 - dW) > dU$ maka tidak terdapat autokolerasi negatif

Jika $dL < (4 - dW) < dU$ maka pengujian tidak meyakinkan atau tidak dapat disimpulkan

3. Uji Multikolerasi

Menurut Basuki dan Prawoto (2016:127) Uji multikolineritas ialah Keadaan yang memperlihatkan terdapatnya kolerasi atau hubungan antara kedua variabel bebas atau lebih dalam suatu model regresi berganda yang dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factors* (VIF). “Dimana dapat dikatakan jika nilai $VIF < 10$ maka dikatakan tidak terdapat multikolineritas di antara variabel independen, dan begitu pula sebaliknya jika tabel nilai $VIF > 10$ maka dikatakan terdapat multikolineritas”.

4. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Basuki dan Prawoto (2016:63) Uji heteroskedastisitas ialah keadaan adanya ketidaksamaan varian residual untuk semua pengamatan pada model *regresi* berganda, yang bertujuan untuk mengetahui apakah adanya penyimpangan syarat-syarat asumsi klasik pada model *regresi* berganda dengan demikian syarat yang harus dipenuhi dalam model ini tidak adanya heteroskedastisitas. Dalam uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan *Rank Spearman*, yang berarti apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat heteroskedastisitas dan apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka terdapat heteroskedastisitas.

3.2.6 Rancangan Uji Hipotesis

3.2.6.1 Uji Koefisien Determinasi

Menurut Basuki dan Parwoto (2016:51) koefisien determinasi merupakan cara untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam memperlihatkan variasi variabel dependen / variabel Y nilai koefesian determinasi ialah antara nol dan satu. Dengan itu nilai koefesian determinasi yang mendekati satu variabel independen menunjukkan hampir semuah informasi dibutuhkan untuk memprediksi variabel

dependen, sebaliknya jika nilai koefesian determinasi yang mendekati nol berarti variabel independen tidak dapat memprediksi variabel dependen.

3.2.6.2 Uji Parsial

Uji parsial merupakan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menunjukkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan cara *significance* level 0,05 / 5% dengan penerimaan atau penolakan hipotesis yang dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Apabila nilai signifikan $t < 0,05$ maka H_0 tertolak. Yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Apabila nilai signifikan $t > 0,05$ maka H_0 terterima. Yang berarti tidak terdapatnya pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.

Sumber : Basuki dan Parwoto (2016:52)

3.2.6.3 Uji Simulutan

Uji simulutan merupakan pengujian untuk mengetahui apakah semua variabel independen dalam model penelitian mempunyai pengaruh secara simulutan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan cara *significance* level $\alpha = 5\%$ atau sebesar 0,05 dengan penolakan atau penerimaan hipotesis yang dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Apabila nilai signifikan $F < 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima yang berarti koefisien regresi signifikan. Sehingga hal ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara semua variabel independen terhadap variabel dependen.

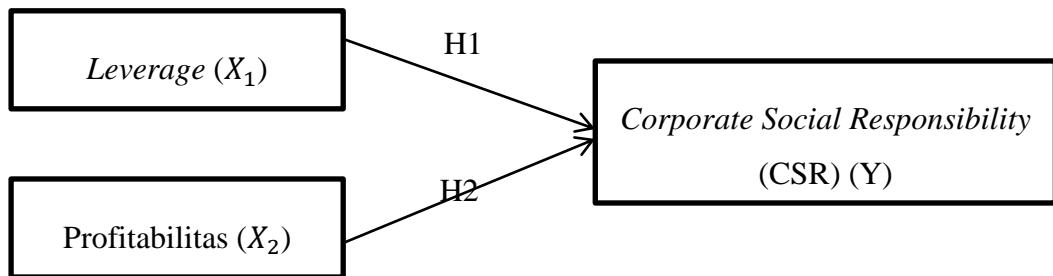
2. Apabila nilai signifikan $F > 0,05$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak yang berarti koefisien regresi tidak signifikan. Sehingga hal ini menunjukkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara semua variabel independen terhadap variabel dependen.

3.2.6.4 Model / Gambar

Berdasarkan rancangan uji hipotesis maka model / gambar hipotesis dapat dilihat sebagai berikut :

Gambar 3.1 Kerangka Konsep Rancangan Hipotesis

Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2018.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1. Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia

1. PT Tri Bayan Tirta Tbk (ALTO)

PT Tri Bayan Tirta Tbk (ALTO) ini di dirikan Pada tahun 1997 tanggal 03 Juni perusahaan ini memproduksi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) dimana perusahaan ini telah memiliki dasar hukum pendirian usaha dengan Akta Pendirian No 03 Juni 1997 dan perubahan terakhir Akta No 07 tanggal 21 April 2017. PT Tri Bayan Tirta Tbk (ALTO) memproduksi AMDK merek ALTO dimana perusahaan ini merupakan pemimpin pasar di segmen premium air minum kemasan, perusahaan ini telah mengikuti persyaratan yang ketat sebagai produsen AMDK, yaitu SNI 01-3553-2006 yang telah lulus pemeriksaan di Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) dan memiliki sertifikasi Halal, Fasilitas produksi perusahaan bersertifikatkan ISO 9001 : 2008, HACCP. PT Tri Bayan Tirta Tbk (ALTO) memiliki Visi yaitu “Menjadikan perusahaan minuman yang siap saji yang terbesar dan paling menguntungkan di Indonesia sedangkan Misi dari perusahaan ini ialah untuk terus menambah portopolio produk minuman, memperluas jaringan distribusi ke tingkat nasional dan menjadi produsen minuman yang efisien”.

2. PT Wilmar Cahaya Tbk (CEKA)

PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk sebelumnya bernama PT Cahaya Kalbar Tbk dimana perusahaan ini adalah perseroan terbatas yang berkedudukan di Kabupaten Bekasi. Awalnya perusahaan ini didirikan di Pontianak pada tahun 1968, perusahaan ini disahkan menjadi perseroan terbatas berdasarkan SK Pemerintah Kehakiman RI No. C2-1390.HT.01.01.HT.88 tanggal 17 Februari 1998. Perusahaan ini bergerak di bidang industri minyak nabati seperti minyak kelapa sawit beserta produk turunnya, biji tengkawang, minyak tengkawang, dan minyak nabati spesialitas: usaha perdagangan local, ekspor, impor, dan berdagang hasil bumi, hutan, berdagang sebagai grosir, distribusi, leveransir, eceran dan lain-lain. Adapun Visi dan Misi perusahaan ini ialah “Menjadikan perusahaan kelas dunia dalam industri minyak nabati dan minyak spesialitas dan misi untuk menghasilkan produk yang bermutu tinggi dan memberikan layanan yang terbaik terhadap pelanggan”.

3. PT Delta Djakarta Tbk (DLTA)

PT Delta Djakarta Tbk (DLTA) didirikan pada tahun 1932 yang mengguluti usaha / bisnis sebagai perusahaan bir yang didirikan oleh suatu kelompok usaha jerman yang bernama Archipel Brouwerij nV, kemudian namanya diubah menjadi nV De Oranje Brouwerij setelah di beli oleh perusahaan belanda. Pada tahun 1970 perusahaan resmi menggunakan nama PT Delta Djakarta, dimana pada tanggal 27 februari 1984 perusahaan menjadi salah satu perusahaan pertama yang mencatat sahamnya di Bursa Efek Indonesia, dan menjadi salah satu pemain utama yang membuka jalan untuk mengembangkan usahanya pada industri bir. Dengan visi

menjadi nomor 1 di pasar minuman yang berbasis malt di Indonesia, dan misi memproduksi minuman yang berkualitas dan aman dengan biaya yang optimal, yang dapat memberikan hasil terbaik untuk pelanggan melalui karyawan dan mitra bisnis.

4. PT Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk (ICBP)

PT Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk (ICBP) didirikan pada tahun 1990, dalam dua dekade terakhir sejak didirikan perusahaan ini Indofood telah bertransformasi menjadi sebuah perusahaan Total Food Solutions dengan kegiatan operasional yang mencakup seluruh tahapan proses produksi makanan, mulai dari memproduksi dan mengelolah bahan baku hingga menjadi produk akhir yang siap dipasarkan. Perusahaan ini juga dikenal sebagai perusahaan yang mapan dan terkemuka di setiap bisnis yang di jalankan dengan kegiatan usaha yang telah terdiversifikasi antara lain mie instan, dairy, makanan ringan, penyedap makanan, nutrisi dan makanan khusus, serta minuman. Selain itu ICBP juga menjalankan kegiatan usaha kemasan yang memproduksi kemasan fleksibel dan karton. Adapun visi dari perusahaan ini adalah “Untuk menjadi produsen barang-barang konsumsi yang terkemuka dan misi dari perusahaan ini senantiasa melakukan inovasi, fokus pada kebutuhan pelanggan, menawarkan merek-merek unggulan dengan kinerja yang tidak tertandingi, menyediakan produk berkualitas, senantiasa meningkatkan kompetensi karyawan, proses produksi dan teknologi, memberikan kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat dan lingkungan secara berkelanjutan, dan meningkatkan stakeholder’ values secara berkesinambungan”.

5. PT Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI)

PT Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI) bertempat di Jakarta Selatan, Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 3 juni 1929 yang berdasarkan Akta Notaris, dan perusahaan ini mulai beroperasi pada tahun 1931 perusahaan ini memproduksi minuman beralkohol (golongan A) dan minuman non alcohol. Misi dari perusahaan ini adalah “Untuk menjadi perusahaan minuman Indonesia yang memiliki reputasi baik dan tanggung jawab dengan portofolio bran bran minuman ringan terkemuka”.

6. PT Mayor Indah Tbk (MYOR)

PT Mayor Indah Tbk (MYOR) didirikan pada tahun 1977 dengan pabrik pertama yang bertempat di Tanggerang dengan target market wilayah Jakarta dan sekitarnya. Pada tahun 1990 dengan target market ASEAN dan kemudian Negara Asia dan produk perusahaan ini telah tersebar di 5 benua di dunia, perusahaan ini pun telah membuktikan bahwa perusahaan ini salah satu produsen makan yang berkualitas tinggi dan telah mendapatkan penghargaan diantaranya Top Five Best Managed Companies In Indonesia, Top 100 Public Listed Companies, Best Manufacture Of Halal Product, Best Listed Company. Visi dan Misi perusahaan ini adalah “Menjadi produsen makanan dan minuman yang berkualitas dan terpercaya di mata konsumen domestik maupun internasional dan menguasai pangsa pasar terbesar dalam katagori produk sejenis, untuk memperoleh laba diatas rata-rata dan dapat memberikan value added yang baik bagi seluruh stakeholder, dan untuk memberikan kontribusi terhadap lingkungan perusahaan berada”.

7. PT Parshida Aneka Niaga Tbk (PSDN)

PT Parshida Aneka Niaga Tbk (PSDN) perusahaan ini didirikan tanggal 16 April 1974 dengan nama PT Aneka Bumi Asih dengan melalui kegiatan usaha komersial tahun 1974 perusahaan ini didirikan oleh Oesman Soedargo, Mansjur Tandiono, Haji Maahmud Uding, dan I Gede Subrata. Pada tahun 1994 PT Aneka Bumi Asih berubah menjadi PT Parshida Aneka Niaga Tbk (PSDN) dimana perusahaan ini adalah perusahaan multinasional dengan kegiatan dan usahanya untuk mengelola perdangan karet rempah, kopi bubuk, kopi instan, serta kopi biji. Visi dan misi dari perusahaan ini adalah “visi menjadi perusahaan agro bisnis terhadap manajemen professional dan misi untuk mengembangkan usahanya atas dasar saling menghormati dan mempercayai dan menjaga standar kualitas yang tinggi terhadap semua relasi bisnis”.

8. PT Nippon Indosari Corporindo Tbk (ROTI)

PT Nippon Indosari Corporindo Tbk (ROTI) berdiri pada tahun 1995 sebagai perusahaan penanaman modal asing, dimana perusahaan ini memproduksi roti “Sari Roti” dan mengoperasikan pabrik pertama kali di Cikarang (Jawa Barat) pada tahun 1996 dengan memproduksi dua lini mesi yaitu Roti Tawar dan Roti Manis pada tahun 2001. Perusahaan ini mengoprasikan pabrik kedua tahun 2005 dan pabrik ke tiga 2008 hingga terus melakukan pengoprasian pabrik diberbagai daerah sampai pada tahun 2014. Visi dan misi perusahaan ini yaitu ”visi senantiasa tumbuh dan mempertahankan posisi sebagai perusahaan roti terbesar di Indonesia dan misi perusahaan ini dapat

memproduksi dan mendistribusikan macam-macam produk yang halal, berkualitas tinggi, higenis, dan terjangkau bagi konsumen”.

9. PT Sekar Bumi Tbk (SKBM)

PT Sekar Bumi Tbk (SKBM) awal didirikan pada tahun 1973 bulan April yang merupakan salah satu pelopor di bidang pengolahan udang beku di Indonesia. Perusahaan ini bergerak dalam bidang manufaktur produk makanan beku yaitu hasil laut beku yang bernilai tambah (Udang, Ikan, Cumi-cumi, dan produk laut lainnya) dan makanan olahan beku (Dim Sum, Bakso Ikan dan Sapi, Udang Tempura, dan Sosis). Visi dari perusahaan ini adalah “Untuk menjadi pemimpin pasar dalam industri makanan beku dan membangun bisnis yang kualitas, adpun misi dai perusahaan ini dapat bertanggung jawab terhadap sosial lingkungan perusahaan, pemangku kepentingan, dan penerapan terbaik seperti kualitas”.

10. PT Sekar Laut Tbk (SKLT)

PT Sekar Laut Tbk (SKLT) bergerak pada bidang industri, pertanian, perdangan, dan pembangunan terkhusus dalam industri manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang memproduksi kerupuk, saous, sambal, bubuk masak dan roti. Awal perusahaan ini di kota Sidoarjo Jawa Timur pada tahun 1966 perusahaan ini hanyalah perusahaan rumah tangga dibidang perdagangan dan produk kelautan, usaha ini pun mulai berkembang menjadi pabrik kerupuk udang dan akhirnya pada tahun 1976 tanggal 19 juli perusahaan ini resmi didirikan dengan nama PT Sekar Laut Tbk (SKLT). Visi dan misi dari perusahaan ini adalah “visi dari perusahaan ini

menciptakan komunitas yang lebih tahu akan produk makanan dengan kualitas yang baik dan dapat mempertahankan posisi sebagai perusahaan dalam bidang industri kerupuk, adapun misi dari perusahaan ini dapat membantu SDA Indonesia yang melimpah yang bertujuan menyediakan makanan yang berkualitas dan sehat, membuka lapangan kerja bagi masyarakat untuk meningkatkan kondisi ekonomi dan sosial masyarakat Indonesia”.

11. PT Ultrajaya Milk Industry dan Tranding Compony Tbk (ULTJ)

PT Ultrajaya Milk Industry dan Tranding Compony Tbk (ULTJ), Perusahaan ini awalnya adalah usaha keluarga yang dijalankan pada tahun 1960an oleh Bapak Achmad Prawiradjaja (Rahimahumullah), perusahaan ini dari tahun ke tahun mengalami perkembangan dan saat ini merupakan salah satu perusahaan yang terkemuka dibidang makanan dan minuman yang berada di indonesia. Pada awal pendirian perusahaan ini hanyalah memproduksi susu yang diolah secara sederhana dan pada tahun 1970an perusahaan ini mulai memperkenalkan produk ini menggunakan teknologi pengolahan secara HUT (Ultra High Temperature) dan teknologi pengemasan dengan kemasan karton aseptik, perusahaan ini bukan hanya memproduksi susu cair yang bernama “Ultra Milk” namun juga memproduksi Buavita, The Kotak, dan 60 macam produk minuman lainnya. Visi dari perusahaan ini adalah “Menjadi perusahaan industri makanan dan minuman yang terbaik dan terbesar di Indonesia adapun misi dari perusahaan ini adalah untuk menjalankan usaha dengan dilandasi kepekaan yang tinggi untuk senantiasa berorientasi kepada pasar / konsumen,

dan kepekaan serta kepedulian lingkungan yang harus dilakukan perusahaan untuk memberikan nilai tambah bagi perusahaan”.

4.2. Deskripsi Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan alat analisis yaitu *regresi berganda* dan pengujian hipotesis. Pengidentifikasi “*Leverage*” dalam penelitian ini dilakukan menggunakan penukuran model *Debt to Equity Ratio* (DER) dan “*Profitabilitas*” menggunakan pengukuran *Gross Profit Margin* (GPM) dan *Return On Asset* (ROA) yang merupakan Variabel Independen, sedangkan yang merupakan variabel Dependen pada penelitian ini adalah “*Corporate Social Responsibility (CSR)*” yang menggunakan pengukuran CSRDI / *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*. Dan untuk penelitian ini angka / nilai yang digunakan terlebih dahulu sebelum di olah untuk mendapatkan hasil peneliti melakukan uji Ln sehingga angka / nilai yang digunakan untuk pengujian asumsi klasik menggunakan angka / nilai dari hasil uji Ln secara keseluruhan.

Menurut Mamduh M. Hanafi (2016:322) *Leverage* adalah “Beban perusahaan tetap keuangan yang perusahaan gunakan, dimana beban tetap keuangan perusahaan tersebut berasal dari bunga / utang oleh suatu perusahaan yang dikatakan sebagai struktur modal bagi perusahaan”. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung variabel *Leverage* (X_1) dengan menggunakan rumus *Debt To Equity Ratio* yaitu sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

Sumber : (Sutrisono, 2017:208) / (Wahyuningsi, dan Mahdar, 2018).

Sehingga hasil dari *leverage* yang menggunakan rumus *Debt to Equity Ratio* dapat dilihat pada tabel berikut ini :

4.2.1. Variabel Leverage (X_1)

Tabel 4.1. Pertumbuhan Variabel Penelitian Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada Tahun 2014-2018.
 “Yang disajikan dalam persen (%)”

Variabel	Indikator	Kode Perusahaan	Tahun					Rata-Rata
			2014	2015	2016	2017	2018	
<i>Leverage</i>	<i>Debt to Equity Ratio (DER)</i>	ALTO	1.33	1.33	1.42	1.65	1.87	1.52
		CEKA	1.39	1.22	377.57	0.54	0.20	76.184
		ICBP	0.53	0.53	0.47	0.56	0.51	0.25
		DLTA	0.30	0.22	181.61	171.5	191.22	108.97
		MLBI	0.00	0.00	0.00	1.36	1.47	0.566
		MYOR	1.51	1.18	1.06	1.03	1.06	1.168
		PSDN	0.64	0.91	1.33	1.31	1.87	1.212
		ROTI	0.00	1.28	1.02	0.62	0.51	0.686
		SKBM	1.04	1.22	1.72	586.3	702.68	258.592
		SKLT	1.16	1.48	0.92	1.07	1.20	1.166
		ULTJ	287.85	265.46	214.95	37.54	30.53	167.266

Sumber : Laporan Keuangan

Variabel *Leverage* (X_1) adalah “Beban perusahaan tetap keuangan yang perusahaan gunakan, dimana beban tetap keuangan perusahaan tersebut berasal dari bunga / utang oleh suatu perusahaan yang dikatakan sebagai struktur modal bagi perusahaan” (Mamduh dan Hanafi 2016:322). *Leverage* dapat diukur dengan menggunakan rumus *Debt to Equity Ratio* / DER dengan indikator “Total Hutang : Modal”. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dari tahun ketahun dan rata-rata mengalami fluktuasi di setiap perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini, dengan itu rata-rata perusahaan yang memiliki nilai tertinggi ialah perusahaan PT Sekar Bumi Tbk / SKBM dengan nilai rata-rata 258.592 sedangkan perusahaan yang memiliki nilai terendah ialah perusahaan PT Indofood Cbp Sukses Makmur / ICBP dengan nilai rata-rata 0.25.

Fluktuasi ini disebabkan oleh data *leverage* selama 5 tahun dari sebagian perusahaan pertahunnya yang menjadi sampel dalam penelitian ini tidak dapat mencapai standar rata-rata industri sebesar 36,4% (Brigham dan Houston, 2018:137), sehingga hasil data rata-rata yang di peroleh dari 5 tahun yaitu berfluktuasi dan terdapat pula hasil data rata-rata yang tidak memenuhi standar yaitu perusahaan PT Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk. Fluktuasi ini mengakibatkan *leverage* / hutang perusahaan mengalami ketidak stabilan sehingga berdampak pada pengeluaran *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang didukung oleh penelitian (Ramadhani 2017) dan Teori agensi yang artinya manajemen dengan memiliki tingkat *leverage* yang tinggi akan meminimalisir pengungkapan tanggung jawab sosial / CSR yang dibuat oleh suatu perusahaan untuk mengalihkan perhatian *debtholder* (Triyanto, 2010).

Menurut Hanafi (2016:42) pengertian dari Profitabilitas adalah “yang dapat mengukur suatu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (Profitabilitas pada tingkat penjualan, asset, dan modal saham tertentu)”. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung variabel Profitabilitas (X_2) menggunakan 2 rumus yaitu sebagai berikut:

$$Gross Profit Margin = \frac{Laba Kotor}{Penjualan} \times 100\%$$

Sumber : (Sutrisono, 2017:222) dan (Hanafi, 2016:24) / (Safitri, 2015).

$$Return on Asset = \frac{Laba Bersih Setelah Pajak}{Total Aktiva} \times 100\%$$

Sumber : (Sutrisono, 2017:213) / (Lisa ddk, 2018).

Sehingga hasil dari profitabilitas yang menggunakan 2 rumus *Gross Profit Margin* (GPM) dan *Return on Asset* (ROA) dapat dilihat pada tabel berikut ini :

4.2.2. Variabel Profitabilitas (X_2)

Tabel 4.2. Pertumbuhan Variabel Penelitian Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada Tahun 2014-2018.
 “Yang disajikan dalam persen (%)”

Variabel	Indikator	Kode Perusahaan	Tahun					Rata-Rata
			2014	2015	2016	2017	2018	
Profitabilitas	<i>Gross Profit Margin (GPM)</i>	ALTO	0.34	0.29	0.30	0.16	0.10	0.238
		CEKA	0.00	0.00	0.61	0.58	0.60	0.358
		ICBP	0.27	0.27	0.29	0.31	0.32	0.292
		DLTA	0.70	0.69	0.70	0.73	0.72	0.708
		MLBI	0.60	0.58	0.66	0.67	0.67	0.636
		MYOR	0.18	0.28	0.27	0.24	0.26	0.246
		PSDN	0.10	0.12	0.13	139.45	110.18	49.996
		ROTI	479.47	0.53	0.52	0.52	0.54	96.316
		SKBM	128.05	131.97	111.95	101.12	115.52	117.722
		SKLT	0.23	0.25	0.26	0.26	255.80	51.36
		ULTJ	239.27	0.31	0.35	0.37	0.36	48.132

Variabel	Indikator	Kode Perusahaan	Tahun					Rata-Rata
			2014	2015	2016	2017	2018	
Profitabilitas	<i>Retrun On Asset (ROA)</i>	ALTO	8.18	20.48	22.45	56.67	29.78	27.512
		CEKA	0.00	0.00	48.30	34.19	64.91	29.48
		ICBP	0.06	0.09	0.09	0.22	0.29	0.15
		DLTA	0.29	184.30	216.23	139.29	170.66	142.154
		MLBI	356.29	239.82	346.40	1.05	0.85	188.882
		MYOR	39.78	0.11	0.10	0.11	26.95	13.41
		PSDN	0.04	0.07	0.12	0.08	0.13	0.088
		ROTI	88.04	197.43	186.08	56.99	59.98	117.704
		SKBM	0.14	0.11	43.65	14.82	9.87	13.718
		SKLT	0.05	0.11	0.33	0.10	0.09	0.136
		ULTJ	97.11	147.81	167.45	0.27	0.25	82.578

Sumber : Laporan Keuangan

Variabel Profitabilitas (X_2) adalah dapat menunjukan kemampuan yang dimiliki suatu perusahaan dalam mencapai laba / pendapatan perusahaan. (Kasmir 2018:196) Profitabilitas ini dapat diukur dengan menggunakan rumus *Gross Profit Margin* / GPM dan *Retrun On Asset* / ROA dengan indikator GPM “ Laba Kotor : Penjualan” dan indikator ROA “ Laba Bersih Setelah Pajak : Total Aktiva”. Dalam penelitian ini menunjukan bahwa dari kedua rumus yang di gunakan untuk menghitung variabel Profitabilitas mengalami fluktuasi dari tahun ketahun dan rata-rata di setiap perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Dapat dilihat dalam tabel di atas bahwa dalam rumus *Gross Profit Margin* / GPM perusahaan yang memiliki nilai rata-rata tertinggi ialah perusahaan PT Sekar Bumi / SKBM dengan nilai rata-rata 117.722 dan perusahaan dengan nilai rata-rata terendah ialah perusahaan PT Tri Banyan Tirta Tbk dengan nilai rata-rata 0.238 sedangkan dalam rumus *Retrun On Asset* / ROA perusahaan yang memiliki nilai rata-rata tertinggi ialah perusahaan PT Multi Bintang Indonesia Tbk / MLBI dengan nilai rata-rata 188.882 dan perusahaan yang memiliki nilai rata-rata terendah ialah perusahaan PT Indofood Cbp Sukses Makmur / ICBP dengan nilai rata-rata 0.15.

Fluktuasi ini disebabkan oleh hasil data yang di peroleh dalam rumus *Gross Profit Margin* / GPM dan *Retrun On Asset* / ROA selama 5 tahun. Profitabilitas perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini dalam rumus *Gross Profit Margin* / GPM mencapai standar rata-rata industri, namun tetap saja rata-rata selama 5 tahun dari perusahaan tersebut tetap saja mengalami fluktuasi walau semua perusahaan mencapai standar rata-rata industri dari *Gross Profit Margin* / GPM sebesar 8% dan untuk rumus *Retrun On Asset* / ROA terdapat 1 perusahaan yang tidak mencapai

standar rata-rata industri yakni PT Parshida Aneka Niaga Tbk, dimana perusahaan ini hanya terdapat 2 tahun yang mencapai standar rata-rata industri pada tahun 2016 dan 2018 namun hal tersebut tidak merubah hasil data rata-rata selama 5 tahun yang berfluktuasi dari setiap perusahaan yang menjadi sampel.

Fluktuasi ini dapat mengakibatkan Profitabilitas / Laba suatu perusahaan mengalami ketidak stabilan sehingga berdampak pada pengeluaran *Corporate Social Responsibility* (CSR), karena laba yang berfluktuasi dapat mengurangi pendapatan sehingga perusahaan akan mengurangi biaya pengeluaran untuk CSR karena biaya yang sebelumnya diakomodasikan / dialokasikan pada CSR terganggu dengan adanya laba yang berfluktuasi. Yang di dukung oleh penelitian (Ervina 2013) dan Teori Agensi dimana teori ini muncul karena adanya perbedaan fungsi antara pemilik dan pengelola, yang dikarenakan kebutuhan akan modal perusahaan tidak lagi dapat disediakan oleh satu pemilik.

Berdasarkan pendapat Mardikanto (2014:206) Tanggung Jawab Sosial (CSR) ialah “Usaha perusahaan untuk memberikan sumbangsi / pendanaan secara sukarela sehingga terbentuknya lingkungan yang lebih bersih dan aman”. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Y) menggunakan rumus yaitu sebagai berikut:

$$CSDIj = \frac{\sum Xij}{nj}$$

Sumber : (Santisono dan Chandra 2012), (Rohmana 2015)

Rumus perhitungan ini dilakukan dengan cara membagi jumlah item CSR yang diungkapkan dengan jumlah item CSR keseluruhan yang terdapat dalam *annual report*.

Keterangan :

CSDIj : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* Perusahaan j.

Xi : Banyak item CSR yang diungkapkan / digunakan oleh perusahaan j.

Jika diungkapkan = 1 (Skor 1), sementara jika tidak diungkapkan = 0 (Skor 0)

Nj : Jumlah item keseluruhan CSR untuk perusahaan j yang digunakan sesuai skema klarifikasi informasi *corporate social responsibility* (CSR)

Sumber : (Haryati, 2013), (Taufik, 2014:43) / (Lisa dkk, 2018).

4.2.3. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Y)

Tabel 4.3. Pertumbuhan Variabel Penelitian Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada Tahun 2014-2018.

“Yang disajikan dalam persen (%)”

Variabel	Indikator	Kode Perusahaan	TAHUN					Rata-Rata
			2014	2015	2016	2017	2018	
CSR	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSDi)	ALTO	0.05	0.05	0.05	0.03	0.00	0.036
		CEKA	0.00	0.00	0.18	0.39	0.34	0.182
		ICBP	0.45	0.42	0.39	0.47	0.47	0.44
		DLTA	0.16	0.24	0.18	0.21	0.18	0.194
		MLBI	0.08	0.11	0.21	0.21	0.29	0.18
		MYOR	0.24	0.24	0.39	0.42	0.00	0.258
		PSDN	0.11	0.08	0.11	0.11	0.08	0.098
		ROTI	0.32	0.32	0.16	0.29	0.00	0.218
		SKBM	0.11	0.11	0.08	0.08	0.00	0.076
		SKLT	0.13	0.18	0.11	0.34	0.37	0.226
		ULTJ	0.24	0.26	0.26	0.26	0.26	0.256

Sumber : Annual Report

Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Y) adalah Tanggung Jawab Sosial / Usaha perusahaan untuk memberikan sumbangsi / pendanaan secara sukarela sehingga terbentuknya lingkungan yang lebih bersih dan aman. (Mardikanto 2014:206) *Corporate Social Responsibility* dapat diukur dengan rumus CSDi / *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* dengan indikator CSDi = Banyak Item CSR Yang Diungkapkan : Jumlah Item Keseluruhan. Pada sub sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2018 rata-rata tertinggi perealisasi dana CSR di lakukan oleh perusahaan PT Mayor Indah Tbk / Myor dengan nilai rata-rata 0.258 dan sebaliknya perusahaan yang memiliki nilai rata-rata terendah adalah perusahaan PT Tri Banyan Tirta Tbk dengan nilai rata-rata 0.036.

Data yang di dapatkan merupakan data yang berfluktuasi di karenakan baik data pertahun di setiap perusahaan selama 5 tahun mengalami ketidak stabilan / tidak terealisasikan dana CSR secara konsisten / secara berkelanjutan di setiap tahunnya walau sudah terdapat undang-undang yang mengatur akan CSR yaitu, “Undang-Undang NO. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UU PM) pasal 15, 17 dan 34 yang didalamnya di atur jika setiap penanaman modal wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan dan wajib menjaga kelestarian lingkungan hidup, meski tidak terdapat ketentuan akan sebanyak apa perusahaan harus mengeluarkan dana CSR namun ketika perusahaan mengelola dengan baik dana CSR setiap tahunnya maka tidak akan terjadi fluktuasi yang akan mengakibatkan citra perusahaan / nama baik perusahaan akan hilang di mata investor / pemegang saham, dimana investor akan mempertimbangkan kembali dana yang akan di investasikan pada perusahaan yang memiliki citra / nama baik perusahaan yang kurang di mata masyarakat lingkungan

perusahaan / konsumen. Dengan di dukung oleh penelitian yang di lakukan oleh (Malinda dkk 2016) dan Teori Informasi Asimetris, teori ini merupakan teori untuk menjelaskan ketidakseimbangan informasi antara manajemen dan investor, dimana manajemen perusahaan lebih mengetahui informasi mengenai kondisi dan prospek suatu perusahaan dibandingkan dengan investor.

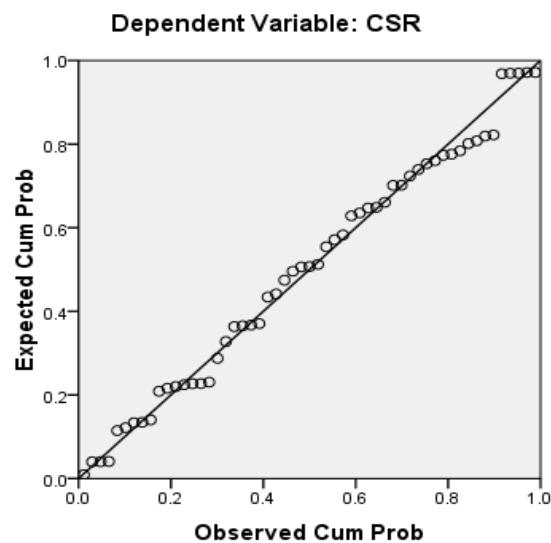
4.3. Uji Asumsi Klasik

4.3.1. Uji Normalitas

Menurut Basuki dan Prawoto (2016:57) Uji normalitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik, dimana uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model ini dikatakan baik ketika memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Sehingga jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual yang berdistribusi normal namun sebaliknya jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal. Untuk penelitian ini, pengujian yang dilakukan untuk mengetahui normalitas data yaitu dengan melakukan cara uji *P-P Plot of Regression Standardized Residual* dengan syarat ketika titik-titik masih berada dalam garis diagonal maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual menyebar normal.

Gambar 4.1 Uji Normalitas Data

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Uji normalitas *P-P Plot of Regression Standardized Residual* yang dilakukan dalam penelitian ini menggambarkan bahwa titik-titik masih berada pada sekitar garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual menyebar normal.

Tabel 4.4 Uji Kolmograve Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.81027345
Most Extreme	Absolute	.083
Differences	Positive	.083
	Negative	-.062
Kolmogorov-Smirnov Z		.613
Asymp. Sig. (2-tailed)		.846

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan hasil Uji *Kolmograve Smirnov* yang dilakukan dalam penelitian ini dapat dilihat dari nilai signifikansi dengan syarat, apabila nilai signifikansi lebih besar dari 5% / 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa residual normal, dan sebaliknya jika nilai signifikansi kecil dari 5% / 0.05 maka nilai residual tidak normal. (Basuki dan Prawoto, 2016:57). Dalam tabel 4.4 menunjukan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,846 > 5\% / 0.05$ sehingga dalam uji ini mendapatkan hasil bahwa nilai residual menyebar normal sehingga dapat disimpulkan uji normalitas terpenuhi.

4.3.2. Uji Autokorelasi

Menurut Basuki dan Prawoto (2016:60) Uji autokolerasi merupakan cara untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik, sehingga autokolerasi adalah kolerasi yang terjadi antara residual pada suatu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model *regrisi berganda*. Dengan itu syarat yang harus

dipenuhi ialah tidak adanya autokolerasi dalam model *regresi berganda*, yang dapat dilihat dari nilai *Durbin-Watson* (DW). Dengan ketentuan sebagai berikut :

- Deteksi Autokorelasi Positif

Jika $dW < dL$ maka terdapat autokolerasi positif

Jika $dW < dU$ maka tidak terdapat autokolerasi positif

Jika $dL < dW < dU$ maka tidak meyakinkan atau tidak dapat disimpulkan

- Deteksi Autokorelasi Negatif

Jika $(4 - dW) < dL$ maka terdapat autokolerasi negatif

Jika $(4 - dW) > dU$ maka tidak terdapat autokolerasi negatif

Jika $dL < (4 - dW) < dU$ maka pengujian tidak menyakinkan atau tidak dapat disimpulkan

Tabel 4.5 Uji Autokolerasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.109 ^a	.012	-.026	.82571	1.193

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Leverage

b. Dependent Variable: CSR

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat nilai dari *Durbin-Watson* sebesar 1.193, maka nilai $T = 55$, $K = 3$ sehingga nilai $dL = 1.4339$, nilai $dU = 1.6769$, dan nilai DW diatas 1.193. Maka dapat dihitung nilai $(4 - dW) = 2.807$. Sehingga hasil dalam pengujian ini dapat dilihat dari dua deteksi dengan syarat-syarat masing-masing sebagai berikut :

- Deteksi Autokorelasi Positif

Jika $dW = 1.193 < dL = 1.4339$ maka terdapat autokolerasi positif

Jika $dW = 1.193 < dU = 1.6769$ **maka tidak terdapat autokolerasi positif**

Jika $dL = 1.4339 < dW = 1.193 < dU = 1.6769$ maka tidak meyakinkan atau tidak dapat disimpulkan

- Deteksi Autokorelasi Negatif

Jika $(4 - dW = 2.807) < dL = 1.4339$ maka terdapat autokolerasi negatif

Jika $(4 - dW = 2.807) > dU = 1.6769$ **maka tidak terdapat autokolerasi negatif**

Jika $dL = 1.4339 < (4 - dW = 2.807) < dU = 1.6769$ maka pengujian tidak meyakinkan atau tidak dapat disimpulkan

Dengan itu dapat disimpulkan bahwa hasil dengan deteksi autokolerasi positif dengan cara Jika **$dW = 1.193 < dU = 1.6769$ maka tidak terdapat autokolerasi positif** dan hasil deteksi autokolerasi negatif dengan cara jika **$(4-dW = 2.807) > dU = 1.6769$ maka tidak terdapat autokolerasi negatif** sehingga hasil dalam pengujian ini baik dalam deteksi positif dan negatif sesuai dengan syarat yang harus di penuhi dalam uji autokolerasi, dimana tidak adanya autokolerasi.

4.3.3. Uji Multikolinearitas

Menurut Basuki dan Prawoto (2016:127) Uji multikolinearitas ialah Keadaan yang memperlihatkan terdapatnya korelasi atau hubungan antara kedua variabel bebas atau lebih dalam suatu model *regresi* berganda yang dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factors* (VIF). “Dimana dapat dikatakan jika nilai $VIF < 10$ maka dikatakan

tidak terdapat multikolineritas di antara variabel independen, dan begitu pula sebalinya jika tabel nilai $VIF > 10$ maka dikatakan terdapat multikolineritas”.

Tabel 4.6 Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Standardized Coefficients	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.555	.112			-13.856	.000		
Leverage	-.076	.099		-.105	-.763	.449	.995	1.005
Profitabilitas	.009	.056		.022	.156	.876	.995	1.005

a. Dependent Variable:CSR

Berdasarkan hasil Uji Multikolinearitas dapat dilihat bahwa nilai VIF dengan syarat, jika nilai $VIF < 10$ maka dikatakan tidak terdapat multikolineritas di antara variabel independen, dan begitu pula sebalinya jika tabel nilai $VIF > 10$ maka dikatakan terdapat multikolineritas. (Basuki dan Prawoto, 2016:127) Dengan itu hasil yang diperoleh dari tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas yang diakibatkan nilai VIF dari ke-2 variabel tersebut lebih kecil dari 10 yaitu ke-2 variabel dengan nilai VIF $1.005 < 10$.

4.3.4. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Basuki dan Prawoto (2016:63) Uji heteroskedastisitas ialah keadaan adanya ketidaksamaan varian residual untuk semua pengamatan pada model *regresi* berganda, yang bertujuan untuk mengetahui apakah adanya penyimpangan syarat-

syarat asusmsi klasik pada model *regresi* berganda dengan demikian syarat yang harus dipenuhi dalam model ini tidak adanya heteroskedastisitas. Dalam uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji *rank spearman*, yang berarti apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat heteroskedastisitas dan apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka terdapat heteroskedastisitas.

Tabel 4.7 Uji Heteroskedastisitas

Correlations

		Leverage	Profitabilitas
Spearman's rho	Leverage	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.949
		N	55
	Profitabilitas	Correlation Coefficient	-.009
		Sig. (2-tailed)	.949
		N	55

Berdasarkan hasil pengujian dari uji Heteroskedastisitas pada tabel 4.7 dapat dilihat bahwa kedua variabel ini memenuhi syarat dimana *leverage* (X_1) dan Profitabilitas (X_2) tidak terdapat heteroskedastisitas dalam penelitian ini. Leverage dengan nilai sig $0,949 > 0,05$ maka tidak terdapat heteroskedastisitas dan profitabilitas $0,949 > 0,05$ maka tidak terdapat heteroskedastisitas.

4.4. Uji *Regresi Linear* Berganda (*OLS*)

Uji *Regresi Linear* Berganda adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh atau hubungan beberapa variabel independen terhadap variabel

dependen. Untuk penelitian ini menggunakan data panel yang berdasarkan data yang terdiri dari data *cross selection* dan *time series* dengan formal umum :

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Dependen Variabel

α = Konstanta

$b_1 b_2$ = Koefisien *Regresi*

X_1 = *Leverage*

X_2 = Profitabilitas

e = Residual / Eror

Sumber : Basuki dan Parwoto (2016:45)

Tabel 4.8 Hasil Uji *Regresi*

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
1 (Constant)	-1.555	.112		-13.856	.000
Leverage	-.076	.099	-.105	-.763	.449
Profitabilitas	.009	.056	.022	.156	.876

a. Dependent Variable: CSR

Berdasarkan Tabel 4.8 hasil uji *Regresi Berganda* pengolahan data panel yang telah dilakukan dapat berbentuk persamaan *regresi* berganda yang dapat dilihat sebagai berikut :

$$\text{Corporate Social Responsibility (CSR)} = -1,555 - 0,076 (X_1) + 0,009 (X_2) + e$$

Berdasarkan persamaan di atas, maka dapat di interpretasikan koefisien *regresi* berganda dari variabel independen sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta ialah sebesar -1,555, hal ini memperlihatkan jika variabel independen sama dengan nol maka *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengalami penurunan -1,555.
- b. Nilai koefisien *regresi* adalah sebesar -0,076. Yang berarti, jika variabel *leverage* (X_1) naik sebesar satu satuan maka nilai *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengalami penurunan sebesar -0,076.
- c. Nilai koefisien *regresi* adalah sebesar 0,009. Yang berarti, jika variabel *profitabilitas* (X_2) naik sebesar satu satuan maka nilai *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengalami peningkatan sebesar 0,009.

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan menggunakan program spss 16.0 koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar kemampuan seluruh variabel independen (X) untuk menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel independen (Y). Sehingga hasil tersebut dapat dilihat pada tabel 4.9.

Tabel 4.9 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.109 ^a	.012	-.026	.82571	1.193

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Leverage

b. Dependent Variable: CSR

Berdasarkan hasil dari pengujian yang telah dilakukan menggunakan program spss 16.0, koefisien determinasi pada kolom *R Square* dengan nilai 0,012 menunjukkan hasil (Riduwan dan Sunarto, 2010:304) bahwa variabel independen *leverage* (X_1) dan profitabilitas (X_2) dapat mempengaruhi variabel dependen *corporate social responsibility* (CSR) (Y) Sebesar 1.2%

4.5.2 Uji Parsial (t)

Uji parsial (t) adalah cara untuk memperlihatkan seberapa jauh pengaruh antara satu variabel independen secara individual untuk memperlihatkan variabel dependen. Dalam penelitian ini pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 5% atau 0,05 dan melakukan perbandingan nilai T_{tabel} dan T_{hitung} , nilai $T_{tabel} = t \frac{\alpha/2}{n-k-1}$ dan nilai T_{hitung} . Dalam hasil ini baik positif dan negatif hanya memperlihatkan arah bukan memperlihatkan jumlah, sehingga untuk interpretasi membandingkan T_{hitung} dan T_{tabel} tidak perlu melihat angka negatifnya sebagai jumlah dari T_{hitung} yang dapat dilihat dari tabel coefficient (t) dan hasil pengujian secara parsial dapat dilihat pada tabel 4.10.

Dengan ketentuan jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan. Dan jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak signifikan. (Riduwan dan Sunarto, 2010:323)

4.10 Hasil Uji Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.555	.112		-13.856	.000		
Leverage	-.076	.099	-.105	-.763	.449	.995	1.005
Profitabilitas	.009	.056	.022	.156	.876	.995	1.005

a. Dependent Variable:CSR

Berdasarkan uji parsial yang hasilnya dapat dilihat dibawah ini :

a. Uji Parsial Pengaruh *Leverage* (X_1) Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Variabel *leverage* (X_1) memiliki nilai koefisien negatif -0,076 dengan nilai *p-value* (Sig) 0,449 > 0,05 (α) dan nilai $T_{tabel} = 1.67303$ $T_{hitung} = -0,763$. Dengan demikian dapat disimpulkan hasilnya adalah nilai $T_{hitung} (-0,763) \leq T_{tabel} (1.67303)$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (Riduwan dan Sunarto, 2010:323) yang artinya *leverage* (X_1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR) (Y).

b. Uji Parsial Pengaruh Profitabilitas (X_2) Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Y)

Variabel Profitabilitas (X_2) memiliki nilai koefisien positif 0.009 dengan nilai *p-value* (Sig) $0,876 > 0,05$ (α) dan nilai $T_{tabel} = 1.67303$ $T_{hitung} = 0.156$. Dengan demikian dapat disimpulkan hasilnya adalah nilai T_{hitung} (0.156) $\leq T_{tabel}$ (1.67303) maka H_0 diterima dan H_a ditolak (Riduwan dan Sunarto, 2010:323) yang artinya Profitabilitas (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

4.5.3 Uji Simulutan (F)

Berdasarkan Uji simulutan yang bertujuan untuk menguji *Leverage* (X_1) dan Profitabilitas (X_2) secara simulutan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Y). Adapun syarat terterima dan tertolak sebagai berikut :

- a. jika nilai signifikansi (F) $< 0,05 / 5\%$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak atau H_a diterima yang artinya koefisien regresi signifikan. Yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara semua variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. jika nilai signifikansi (F) $> 0,05 / 5\%$ dan $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima atau H_a ditolak yang artinya koefisien regresi tidak signifikan. Yang berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara semua variabel independen terhadap variabel dependen.

4.11 Hasil Uji Simulutan

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.427	2	.214	.313	.732 ^a
Residual	35.453	52	.682		
Total	35.881	54			

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Leverage

b. Dependent Variable: CSR

Berdasarkan Tabel 4.11 Hasil Uji Simulutan dapat dilihat dari nilai F_{hitung} sebesar 0,313 dan nilai dari F_{tabel} sebesar $(n-k-1) = 2,79$. Sehingga hal ini memperlihatkan nilai dari F_{hitung} ($0,313 < F_{tabel}$ ($2,79$)) dan nilai dari signifikan F sebesar $0,732 > 0,05$ (α) yang artinya *Leverage* (X_1) dan Profitabilitas (X_2) tidak berpengaruh secara simulutan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) (Y).

4.6 Pembahasan

Berdasarkan pengelolaan data yang dilakukan terhadap 11 perusahaan selama tahun 2014-2018 yang terdiri dari variabel *Leverage* (X_1) dan Profitabilitas (X_2) terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) (Y) maka dapat disimpulkan hasilnya sebagai berikut :

4.6.1 Pengaruh *Leverage* (X_1) (Secara Parsial) Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Y)

Menurut (Brigham dan Hauston, 2018:137) standar rata-rata industri *leverage* sebesar 36,4% (maksimal), sehingga hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa variabel *leverage* tidak berpengaruh secara parsial terhadap *corporate sosial*

responsibility (CSR) pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman, disebabkan terdapat perusahaan yang tidak memenuhi standar *leverage*. Ketika *leverage* tidak dapat memenuhi standar rata-rata industri sebesar 36,4% maka perusahaan akan mengalami peningkatan beban dan resiko yang akan dihadapi oleh perusahaan tersebut, sehingga mengantarkan perusahaan dalam keadaan buruk dan membuat tanggung jawab sosial tidak terlaksanakan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Brigham dan Houston (2018:138) ketika rasio hutang jauh lebih dari angka rata-rata industri maka hal ini menjadi suatu tanda bahaya / terjadinya beban dan resiko tinggi yang akan perusahaan hadapi sehingga akan berdampak pada kebangkrutan dan tidak terealisasinya tanggung jawab sosial.

Selain itu dalam perusahaan sub sektor makanan dan minuman hutang mengalami fluktuasi (tabel 4.1). Sehingga berdampak pada pengeluaran *corporate social responsibility* (CSR), oleh sebab itu pengoptimalan hutang sangatlah diperlukan perusahaan dapat mengeluarkan *corporate social responsibility* (CSR). Hal ini sesuai pernyataan (Pradyani dan Sisdayani, 2015) dimana pengoptimalan hutang yang digunakan oleh perusahaan sangatlah berpengaruh bagi perusahaan agar perusahaan dapat mengeluarkan tanggung jawab sosial.

Selanjutnya *leverage* tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR) pada sub sektor makanan dan minuman disebabkan penggunaan hutang digunakan untuk membayar beban umum, beban penjualan (harga pokok penjualan), dan beban administrasi sehingga *leverage* terus meningkat. Penggunaan *leverage* yang terus meningkat / tinggi untuk menutupi beban yang akan dikeluarkan perusahaan, dimana leverage menjadi suatu beban dan resiko kerugian sehingga CSR

tidak terlaksanakan dengan semestinya / dengan baik. Menurut Murnita dan Putra (2018) semakin tinggi beban dan resiko yang akan dihadapi suatu perusahaan maka semakin rendah perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Karena pengungkapan CSR dianggap akan menambah beban atau biaya yang dikeluarkan perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Pradyani dan Sisdayani, 2015), (Cristiawan, 2014), dan (Pabrian dan Sukarta, 2011) bahwa *leverage* yang tinggi akan berdampak pada menurunya tanggung jawab sosial yang akan perusahaan lakukan, karena perusahaan harus membayarkan beban-beban sehingga tidak terjadinya resiko kerugian. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Murnita dan Putra, 2018) semakin rendah tingkat *leverage* suatu perusahaan maka semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan dan akan mempengaruhi nilai perusahaan, karena dipercaya dana perusahaan akan tetap digunakan untuk melakukan pengungkapan CSR perusahaan untuk menarik tingkat kepercayaan investor yang diharapkan dapat menanamkan sahamnya dalam perusahaan tersebut.

4.6.2 Pengaruh Profitabilitas (X_2) (Secara Parsial) Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Y).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa variabel profitabilitas tidak berpengaruh secara parsial terhadap *corporate sosial responsibility* (CSR) pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman, disebabkan oleh tingginya laba yang dihasilkan dalam perusahaan sehingga perusahaan lebih memperhatikan peningkatan laba dibandingkan dengan melakukan tanggung jawab sosial seperti yang terjadi pada

PT Tri Banyan Tirta Tbk, PT Wilmar Cahaya Tbk, PT Mayor Indah Tbk, dan PT Sekar Bumi Tbk dimana dalam penelitian ini selama 5 tahun terdapat beberapa tahun perusahaan ini tidak mengungkapkan CSR (Lampiran 8). Seperti yang dikatakan oleh (Trinanda dkk, 2018) perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi belum tentu melaporkan aktivitas sosial karena perusahaan lebih berorientasi pada laba yang artinya perusahaan hanya mementingkan kepentingan sendiri untuk meningkatkan pendapatan bukan untuk kepentingan umum, sehingga berdampak pada pengungkapan informasi tanggung jawab sosial.

Selain itu perusahaan sub sektor makanan dan minuman memiliki laba yang tinggi disetiap tahun dalam ke-11 perusahaan yakni, pada tahun 2014 ke-11 perusahaan memiliki laba (**7.264.505.427.984**), 2015 ke-11 perusahaan memiliki laba (**11.858.283.552.019**), 2016 ke-11 perusahaan memiliki laba (**10.709.483.446.152**), 2017 ke-11 perusahaan memiliki laba (**13.441.028.333.045**), dan 2018 ke-11 perusahaan memiliki laba (**15.005.619.239.772**) membuat perusahaan / manajemen menganggap mampu bertahan dimasa yang akan datang sehingga perealisan CSR berkurang. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Lisa dkk, 2018) ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi menjadikan perusahaan cenderung mampu bertahan dimasa depan dan membuat perusahaan kurang mengungkapkan tanggung jawab sosial.

Selanjutnya perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi diharuskan untuk memberikan sebagian profitabilitas / laba untuk pengungkapan tanggung jawab sosial, namun yang terjadi tidaklah demikian sebagian perusahaan sub sektor makanan dan minuman selama 5 tahun tidak mengungkapkan CSR secara berturut-turut sehingga ketika tingkat laba perusahaan tinggi tidak berpengaruh terhadap CSR. Hal

ini sesuai dengan pernyataan (Wulandari dan Zulhaimi, 2017) dimana perusahaan harus memberikan sebagian keuntungan untuk program CSR, sehingga dapat dikatakan bahwa keuntungan berpengaruh terhadap CSR namun dalam kenyataan keuntungan tidak berpengaruh terhadap CSR. Kerena CSR yang diberikan oleh perusahaan jumlahnya tidak sesuai dengan keuntungan yang diperoleh perusahaan. Selain itu ketika perusahaan memiliki kecenderungan laba yang tinggi membuat perusahaan / manajemen menganggap tidak perlu mengungkapkan tanggung jawab sosial yang akan mengganggu informasi kesuksesan keuangan perusahaan. (Putrid an Chirstiawan, 2014)

Selanjutnya profitabilitas memiliki hubungan yang negatif antara profit dan *corporate social responsibility* (CSR), artinya ketika profit rendah maka perusahaan akan melakukan tanggung jawab sosial yang tinggi dan sebaliknya ketika profit tinggi maka perusahaan akan melakukan tanggung jawab sosial yang rendah karena keuntungan yang didapatkan digunakan untuk membayar hutang, investasi, dan untuk kegiatan lainnya. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Lisa dkk, 2018) bahwa profitabilitas memiliki arah hubungan yang negatif, dimana arah ini menunjukkan terjadinya hubungan yang berbanding terbalik antara profitabilitas dan CSR. Meskipun profit yang dimiliki perusahaan rendah namun pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan cukup tinggi dan sebaliknya semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka pengungkapan CSR semakin sedikit / rendah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Ramona, 2015), (Christiawan, 2014), dan (Pebriana dan Sukartha, 2011) yang mendapatkan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*

(CSR) dikarenakan ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi perusahaan / manajemen belum tentu melakukan tanggung jawab sosial. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Sulastri dkk 2011), (Ruroh dan Latifa, 2016), dan (Meita dkk, 2015), dimana dalam pengujian yang telah dilakukan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR) dimana semakin tinggi tingkat profitabilitas / laba dari suatu perusahaan maka manajer lebih termotivasi untuk memberikan informasi yang lebih jelas dan akurat termasuk kebebasan untuk memperhatikan dan mempertanggung jawabkan seluruh program sosialnya.

4.6.3 Pengaruh *Leverage* (X_1) dan Profitabilitas (X_2) (Secara Simulutan) Terhadap *Corporatw Social Responsibility* (CSR) (Y)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa variabel *leverage* dan profitabilitas tidak berpengaruh secara simulutan terhadap *corporate social responsibility* (CSR), hal ini disebabkan CSR merupakan pengeluaran yang dilakukan perusahaan dan dapat mengurangi pendapatan perusahaan. Selain itu pendapatan perusahaan yang digunakan untuk CSR dapat menyebabkan tingkat pengembalian kepada investor berkurang sehingga berdampak pada kemakmuran pemegang saham. Pernyataan ini sesuai dengan teori keagenan, dimana perusahaan bertujuan untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dan manajer yang dipilih oleh pemegang saham harus bertindak untuk kepentingan pemegang saham sehingga menghilangkan keraguan pemegang saham terhadap terpenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur. Ketika konflik ini terjadi maka untuk meminimalisir dapat dilakukan

dengan cara mensesajarkan kepentingan principal (pemegang saham) dan kepentingan agen (manajemen). (Munsaidah dkk, 2016)

Menurut Pradyani dan Sisdayani, 2015 bahwa standar akuntansi keuangan Indonesia belum mengharuskan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial (CSR) imbasnya perusahaan hanya sukarela untuk mengungkapkannya dan tingkat kepuasan konsumen yang di dapatkan oleh perusahaan menjadi pertimbangan pertama perusahaan untuk menunjukkan informasi sosial. Sehingga *leverage* dan profitabilitas tidak berpengaruh secara simulutan terhadap *corporate social responsibility* (CSR) disebabkan keputusan pengungkapan CSR berdasarkan tingkat kepuasan konsumen (perasaan konsumen setelah membandingkan apa yang diterima dan diharapkan) dan tidak terdapatnya aturan kewajiban seberapa persen (%) perusahaan untuk mengungkapkan CSR, namun pengungkapan CSR didasarkan pada kemampuan perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Khasanah dkk, 2018), (Sudana, 2011), dan (Putri dan Christiawan, 2014) *leverage* dan profitabilitas tidak berpengaruh secara simulutan terhadap *corporate social responsibility* (CSR) disebabkan oleh perbedaan subyek, metode, dan kurangnya kesadaran dari perusahaan akan lingkungan sosial perusahaan, sehingga tinggi rendahnya suatu *leverage* dan profitabilitas tidak berdampak pada pengungkapan tanggung jawab sosial. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Wahyuningsih dan Mahdar, 2018), dan (Munsaidah dkk, 2016) dalam pengujian yang telah dilakukan bahwa *leverage* dan profitabilitas berpengaruh secara simulutan terhadap *corporate social responsibility* (CSR) disebabkan oleh

banyak perusahaan sudah sadar akan pentingnya lingkungan sosial sehingga tinggi rendahnya *leverage* dan profitabilitas dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial. Perusahaan juga sudah mengerti akan manfaat yang dihasilkan dari pengungkapan tanggung jawab sosial yang akan menciptakan citra perusahaan sehingga menarik perhatian investor.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui pengujian statistik dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian yaitu :

1. *Leverage (X₁)* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR) (Y)* secara parsial
2. Profitabilitas (X_2) tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR) (Y)* secara parsial
3. *Leverage (X₁)* dan Profitabilitas (X_2) tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR) (Y)* secara simulutan

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat diberikan saran yang diharapkan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya. Adapun saran yang diberikan yaitu :

1. Peneliti mengharapkan untuk perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dapat lebih memperhatikan tanggung jawab sosial (CSR), tidak hanya mengutamakan laba untuk menarik investor untuk menanamkan sahamnya melainkan harus dibarengi meningkatkan kesejahteraan masyarakat lingkungan perusahaan sehingga dapat memberikan dampak positif terhadap masyarakat lingkungan perusahaan dan meningkatkan nama baik perusahaan.
2. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya lebih mengembangkan penelitian yang akan dilakukan dengan menambahkan variabel atau mempertimbangkan

variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi *corporate social responsibility* (CSR) diluar variabel yang telah digunakan dalam penelitian ini seperti nilai perusahaan, kepercayaan investor, saham, dan citra perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Annual Report / Laporan Tahunan

Afif Fitri Aulia dan Wawo Andi. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Assets*, Volume 6, Nomor 2, Desember 2016 : 177-195

Brigham dan Houston. Dasar-dasar Manajemen Keuangan. Buku 2, Edisi 11. Jakarta Salembah Empat - 2014

Epayanti Ayu, dan Yadnya I Putu. 2014. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Risiko Bisnis terhadap Profitabilitas serta Kebijakan Deviden. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Vol.3, No. 12

Febrianti Emi Putu Ni dan Wisada Saputra Gede I. Pengaruh Hutang, Profitabilitas, dan Tanggung Jawab Lingkungan pada CSR *Disclosure* Perusahaan Pertambangan *E-Jurnal Akuntansi Universitas udayana* 11.2 (2015) : 341-355

Hanafi M. Mamduh Dr. Manajemen Keuangan. Edisi 2, Cetakan Pertama 2016

Hermawati Desi, Dhiana Patricia, dan Oemar Abrar. Pengaruh Return On Invesment (ROI) dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel Moderating. (Studi pada perusahaan manufaktur sektor industry dasar dan kimia, sub sektor pulp dan kertas yang tedaftar di bursa efek Indonesia periode 2012-2016) *Jurnal Of Acconting* 2018

Indraswari Gusti Ayu Dyah, AstikaIda Bagus Putra . 2015. Pengaruh Profitabilitas ,Ukuran Perushaan, dan Kepemilikan Saham Publik terhadap Pengukuran CSR. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 11.1 (2015): 289-30ISSN: 2302-8556

Juliantika Niu Luh Ayu Amanda Mas, and Dewi Made Rusbala S. 2016. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Risiko Bisnis terhadap Struktur Modal padaperusahaan Property dan Realestate. *E-Jurnal Manajemen Unud*, No. 5, No. 7, 4161-4192.ISSN : 2302-8912

Laporan Keuangan 2014-2018

Lisa Sofatul Lail, Paramita Ratna Wijayanti Dianar, Taufiq Muchamad. Pengaruh Size, Profitabilitas dan Leverage terhadap Corporate Social Responbility (CSR) Disclosure pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar

di BEI tahun 2013-2015 .Sekolah TinggiI lmu Ekonomi Widya Gama Lumajang .Volume 1, Nomor 1, September 2018

Mardikanto Totok Ir. Dr. Prof. Corporate Social Responsibility / Tanggung jawab Sosial Korporasi. Tahun 2018

M. Mamduh Dr dan A.B.M Hanafi. Manajemen Keuangan. Edisi 2, Yogyakarta, Cetakan Pertama - 2016

Munsaidah Siti,Andini Rita , Supriyanto Agus . Analisis Pengaruh Firm Size, Age, Profitabilitas, Leverage , dan Growth Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) pada Persahaan Property dan Realestate yang terdaftar di padatahun 2010-2014 . *Journal Of Accounting, Volume 2 No.2 Maret 2016*

Murnita Putu Elia Melinda, Putra I Made Pande Dwina . Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan *Leverage* sebagai Variabel Pemoderasi .E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.23.2. Mei (2018) : 1470-1494. ISSN:2302-8556

Novita Risqiyantini Anni, Susilowibowo Joni. Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Intelektual capital, Kepemilikan Manajerial dan Firm Size Terhadap Kinerja Keuangan

Nasution Ryan Muhammad ,Adhariani Desi. Simboli atau Substansi? Analisis Praktik Pelaporan CSR dan Kualitas Pengungkapan (Symbolic or Substantive? Analysis of CSR Reporting Practices and the Quality of Disclosure) .Universitas Indonesia .Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia, Juni 2016.Vol.13, No. 1, hal 23-51.

Nasution, Adharaiana 2016

National Center ForSustanbility Reporting 2019

Pradnyani I GustiA gung Arista ,Sisdayani Eka Ardhani. Pengaruh Ukuran Perusahaan ,Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Dewan Komisaris pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 11.2 (2015) : 384-397 . ISSN: 2302-8556

Pebriana Sukma Umi Kadek dan Sukartha Made I. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Umur Perusahaan, Komposisi Dewan Direksi dan Kepemilikan Institusional pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) di Bursa Efek Indonesia.

Purba Wedhana Indra Gde Bagus Ida dan Yadnya Putu. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Terhadap Profitabilitas dan Pengungkapan

Corporate Social Responsibility . E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 8, 2015 : 2428-2443. ISSN : 2302-8912

Putri Anggraini Rafika dan Christiawan Yulusogi. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. (Studi Pada Perusahaan-perusahaan yang mendapat penghargaan ISRA dan Listed (Go-Public) di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2010-2012). Akuntansi Bisnis Universitas Kristen Petra. *BUSINESS ACCOUNTING REVIEW, VOL. 2, NO. 1, 2014*

Ruroh Nurmas Ivon dan Latifah Wahjuni Sri. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Riks Minimization Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Empiris pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI Periode 2015-2016) Jurnal Akademika Akuntansi 2018 Volume 1 No 1 I 42

Saputra Eka Syailendra. Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, dan *SIZE* Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Of Economic and Economic Education Vol. 5 No. 1. ISSN : 2302-1590

Saraswathi Ida Ayu Anggawulan, Wiksuana I Gst. Bgs, and Rahyuda Henny. 2016. *Pengaruh Resiko Bisnis, Pertumbuhan Perusahaan dan Struktur Modal terhadap Profitabilitas serta Nilai Perusahaan Manufaktur.* Vol. 5, No. 6:1729-1756. ISSN : 2337-30267

SUARA.com 2019

Wahyuningsi Ana dan Mahdar Marinda Nera. Pengaruh *Size*, *Levetage* dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR pada Persusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Bisnis dan Komunikasi. ISSN 2356-438

Wijaya Bayu Irfandi and Sedana I.B. Panji.2015.Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Devidnd and Kesempatan Investasi sebagai Variabel Mediasi). E-Jurnal Manajemen PUnud, Vol.4, No.12,2015:447-4500

Wijaya Maria. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi – Vol 1, No 1, Januari 2012

www.hukumonline.com

www.globalreporting.org

www.idx.co.id

Lampiran 1

Tabel Nama-nama Perusahaan Sub sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)

Kode	Nama Perusahaan	Listing 2014-2018	Laporan Keuangan Lengkap
AISA	Pt Tiga Pilar Sajehtera Food Tbk	√	x
ALTO	Pt Tri Banyan Tirta Tbkt	√	√
CEKA	Pt Wilmar Cahaya Tbk	√	√
CAMP	Pt Campina Ice Cream Industri Tbk	x	x
ICBP	Pt Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk	√	√
DLTA	Pt Delta Djakarta Tbk	√	√
MLBI	Pt Multi Bintang Indonesia Tbk	√	√
MYOR	Pt Mayor Indah Tbk	√	√
PSDN	Pt Parshida Aneka Niaga Tbk	√	√
ROTI	Pt Nippon Indosari Corporindo Tbk	√	√
SKBM	Pt Sekar Bumi Tbk	√	√
SKLT	Pt Sekar Laut Tbk	√	√
STTP	Pt Siantar Top Tbk	√	x
ULTJ	Pt Ultrajaya Milk Industry dan Tranding Compony Tbk	√	√
CLOE	Pt Sariguna Pratimatria Tbk	x	x
HOKI	Pt Buyung Poetra Sembada Tbk	x	x
INDF	Pt Indofood Sukses Makmur Tbk	x	x
PCAR	Pt Prims Cakrawala Abdi Tbk	x	x

Lampiran 2

Daftar Total Hutang (DER) Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2014-2018

NO	Kode Peusahaan	2014	2015	2016	2017	2018
1	ALTO	705.671.952.606	673.255.888.637	684.252.214.422	690.099.182.411	722.716.844.799
2	CEKA	746.598.865.219	845.932.695.663	538.044.038.690	489.592.257.343	192.308.466.864
3	ICBP	45.803.053.000.000	48.709.933.000.000	38.233.092.000.000	11.295.184.000.000	11.660.003.000.000
4	DLTA	227.473.881.000	188.700.435.000	185.422.642.000	196.197.372.000	224.688.739.000
5	MLBI	1.588.801.000.000	1.334.373.000.000	1.454.398.000.000	1.445.173.000.000	1.721.965.000.000
6	MYOR	6.190.553.036.545	6.148.255.759.034	6.657.165.872.077	7.561.503.343.179	9.049.161.944.940
7	PSDN	242.353.749501	296.079.753.266	373.511.385.025	391.494.545.680	454.760.270.998
8	ROTI	1.182.771.921.472	1.517.788.685.162	1.476.889.086.692	1.739.467.993.982	1.476.909.260.772
9	SKBM	331.624.254.750	420.396.809.051	633.267.725358	599.790.014.646	730.789.419.438
10	SKLT	178.206.785.017	225.100.000.000	272.100.000.000	328.714.435.982	408.057.718.435
11	ULTJ	651.985.807.625	742.490.216.326	749.966.146.582	157.56.000.000	145.754.000.000

Lampiran 3

Daftar Modal (DER) Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun2014-2018

NO	Kode Peusahaan	2014	2015	2016	2017	2018
1	ALTO	531.135.559.047	506.972.183.527	480.841.418.201	419.284.788.700	387.126.677.545
2	CEKA	537.551.172.122	693.893.514.352	1.425.964.152.418	903.044.187.067	976.647.575.842
3	ICBP	86.077.251.000.000	91.831.526.000.000	82.174.515.000.000	20.324.380.000.000	22.707.150.000.000
4	DLTA	764.473.253.000	849.621.481.000	1.021.374.088.000	1.144.645.393.000	1.175.401.340.000
5	MLBI	553.797.000.000	766.480.000.000	820.64.000.000	1.064.905.000.000	1.167.536.000.000
6	MYOR	4.100.554.992.789	5.194.459.927.187	6.265.255.987.065	7.354.346.366.072	8.542.544.481.694
7	PSDN	378.547.690.831	324.319.100.916	280.285.340.383	299.519.909.843	242.897.129.653
8	ROTI	960.122.354.744	1.188.534.951.872	1.442.751.772.026	2.820.105.715429	2.916.901.120.111
9	SKBM	317.909.776.363	344.087.439.659	368.389.286.646	1.023.237.460.399	1.040.576.552.571
10	SKLT	153.368.106.620	152.300.000.000	296.200.000.000	307.569.774.228	339.236.007.000
11	ULTJ	2.265.079.759.730	2.797.505.693.922	3.489.233.494.783	4.197.711.000.000	4.774.956.000.000

Lampiran 4

Daftar Laba Kotor (GPM) Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2014-2018

NO	Kode Peusahaan	2014	2015	2016	2017	2018
1	ALTO	112.832.464.508	88.454.058.326	88.024.927.129	41.170.844.444	28.776.887.750
2	CEKA	223.779.129.005	298.889.419.802	434.938.508.827	284.279.618715	274.351.033.019
3	ICBP	17.128.835.000.000	17.258.058.000.000	19.428.440.000.000	11.058.836.000.000	12.265.550.000.000
4	DLTA	617.506.248.000	465.274.471.000	540.881.980.000	399.948.912.000	454.550.183.000
5	MLBI	1.805.922.000.000	1.561.413.000.000	2.147.744.000.000	2.271.704.000.000	2.462.707.000.000
6	MYOR	2.535.225.808.768	4.198.336.120.007	4.900.422.455.912	4.975.054.755.396	1.386.349.665.329
7	PSDN	98.147.286.300	106.515.863.292	118.284.944.655	195.093.469.931	146.978.848.370
8	ROTI	901.412.486.394	1.154.990.279.069	1.301.088.371.208	1.307.930.827.052	1.492.213.107.219
9	SKBM	189.511.894.052	174.998.606.775	168.037.045.425	186.165.342.708	225.606.884.655
10	SKLT	154.628.009.309	183.921.913.125	214.518.332.233	237.003.886.568	267.314.915.155
11	ULTJ	936.989.906.765	1.382.489.122.282	1.633.104.908.233	1.822.878.000.000	1.956.276.000.000

Lampiran 5

Daftar Penjualan (GPM) Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2014-2018

NO	Kode Peusahaan	2014	2015	2016	2017	2018
1	ALTO	332.402.373.397	301.781.831914	296.471.502.365	262.143.990.839	290.274.839.317
2	CEKA	3.701.868.790.192	3.485.733.830.354	4.115.541.761.173	4.257.738.486.908	3.629.327.583.572
3	ICBP	63.594.452. 000.000	64.061.947. 000.000	66.750.317. 000.000	35.606.593. 000.000	38.413.407.000.000
4	DLTA	879.253.383.000	669.506.819.000	774.968.268.000	545.721.194.000	627.785.539.000
5	MLBI	2.988.501. 000.000	2.696.318. 000.000	3.263.311. 000.000	3.389736. 000.000	3.649.615. 000.000
6	MYOR	14.169.088.278.238	14.818.730.635.847	18.349.959.898.358	20.816.673.946.437	5.415.147.634.014
7	PSDN	975.081.057.089	884.906.826.184	932.905.806.441	1.399.580.416.996	1.334.070.483.011
8	ROTI	1.880.262.901.697	2.174.501.712.899	2.521.920.968.213	2.491.100.179.560	2.766.545.866.684
9	SKBM	1.480.764.903.724	1.326.245.580.664	1.501.115.928.446	1.841.487.199.828	1.953.910.957.160
10	SKLT	681.419.524.161	745.107.731.208	833.850.3712.883	914.188.759.779	1.045.029.834.378
11	ULTJ	3.916.789.366.423	4.393.932.684.171	4.685.987.917.355	4.879.559. 000.000	5.472.882. 000.000

Lampiran 6

Daftar Laba Bersih Setelah Pajak (ROA) Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2014-2918

NO	Kode Peusahaan	2014	2015	2016	2017	2018
1	ALTO	10.135.298.976	24.163.431.625	26.149.160.706	62.849.581.665	33.021.220.862
2	CEKA	39.026.238.204	102.342.342.230	248.026.599.376	104.374.073.339	100.378.388.775
3	ICBP	5.117.568.000.000	8.567.848.000.000	7.266.517.000.000	7.074.393.000.000	9.865.648.000.000
4	DLTA	288.073.432.000	191.304.463.000	258.831.613.000	186.653.223.000	238.927.283.000
5	MLBI	794.883.000.000	503.624.000.000	788.057.000.000	2.642.964.000.000	2.452.848.000.000
6	MYOR	409.618.689.484	1.250.233.128.560	1.345.716.808.578	1.570.140.423.232	474.116.995.932
7	PSDN	27.665.669.917	42.619.829.577	77.730.520.060	58.505.442.120	87.863.678.253
8	ROTI	188.577.521.074	534.249.427.880	543.169.722.695	259.831.579.193	263.472.527.260
9	SKBM	89.115.994.107	80.511.316.731	43.689.703.037	24.053.484.551	17.482.116.543
10	SKLT	16.480.714.984	38.269.397.387	189.826.628.958	37.497.525.954	67.927.029.174
11	ULTJ	283.360.914.211	523.100.215.029	709.825.635.742	1.419.766.000.000	1.403.952.000.000

TOTAL	7.264.505.472.984	11.858.283.552.019	10.709.483.446.152	13.441.028.333.045	15.005.619.239.772
--------------	-------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

Lampiran 7

Daftar Total Aktiva (ROA) Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2014-2018

NO	Kode Peusahaan	2014	2015	2016	2017	2018
1	ALTO	1.239.053.626.858	1.180.228.072.164	1.165.093.632.823	1.109.383.971.111	1.109.843.522.344
2	CEKA	1.284.150.037.341	1.485.826.210.015	1.425.964.152.418	1.392.636.444.501	1.168.956.042.706
3	ICBP	86.077.251.000.000	91.831.526.000.000	82.174.515.000.000	31.619.514.000.000	34.367.153.000.000
4	DLTA	997.443.167.000	1.038.321.916.000	1.197.796.650.000	1.340.842.765.000	1.400.090.079.000
5	MLBI	2.231.051.000.000	2.100.853.000.000	2.275.038.000.000	2.510.078.000.000	2.889.501.000.000
6	MYOR	10.297.997.020.540	11.342.715.686.221	12.922.421.859.142	14.915.849.800.251	17.591.706.426.634
7	PSDN	620.928.440.332	620.398.854.182	653.796.725.408	690.979.867.049	697.657.400.651
8	ROTI	2.142.894.276.216	2.706.323.637.034	2.919.640.858.718	4.559.573.709.411	4.393.810.380.883
9	SKBM	652.976.510.619	764.484.248.710	1.001.657.012.004	1.623.027.475.045	1.771.365.972.009
10	SKLT	331.574.891.637	337.110.748.359	568.239.939.951	363.284.210.210	747.293.725.435
11	ULTJ	2.918.133.278.435	3.539.995.910.248	4.239.200.000.000	5.186.940.000.000	5.555.871.000.000

Lampiran 8

Daftar *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2014-2018

NO	Kode Peusahaan	2014	2015	2016	2017	2018
1	ALTO	2	2	2	1	0
2	CEKA	0	0	7	15	13
3	ICBP	17	16	15	18	18
4	DLTA	6	9	7	8	7
5	MLBI	3	4	8	8	11
6	MYOR	9	9	15	16	0
7	PSDN	4	3	4	4	3
8	ROTI	12	12	6	11	11
9	SKBM	4	4	3	3	0
10	SKLT	5	7	4	13	14
11	ULTJ	9	10	10	10	10

Lampiran 9

Daftar Perhitungan *Debt to Equity Ratio (DER)* Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftara di Bursa Efek Indonesia 2014-2018

No	KODE PERUSAHAAN	TAHUN	TOTAL HUTANG	MODAL	DER
1	ALTO	2014	705.671.952.606	531.135.559.047	1.33
		2015	673.255.888.637	506.972.183.527	1.33
		2016	684.252.214.422	480.841.418.201	1.42
		2017	690.099.182.411	419.284.788.700	1.65
		2018	722.716.844.799	387.126.677.545	1.87
2	CEKA	2014	746.598.865.219	537.551.172.122	1.39
		2015	845.932.695.663	693.893.514.352	1.22
		2016	538.044.038.690	1.425.964.152.418	0.37
		2017	489.592.257.343	903.044.187.067	0.54
		2018	192.308.466.864	976.647.575.842	0.20
3	ICBP	2014	45.803.053.000.000	86.077.251.000.000	0.53
		2015	48.709.933.000.000	91.831.526.000.000	0.53
		2016	38.233.092.000.000	82.174.515.000.000	0.47
		2017	11.295.184.000.000	20.324.380.000.000	0.56
		2018	11.660.003.000.000	22.707.150.000.000	0.51
		2014	227.473.881.000	764.473.253.000	0.30
		2015	188.700.435.000	849.621.481.000	0.22

4	DLTA	2016	185.422.642.000	1.021.374.088.000	0.18
		2017	196.197.372.000	1.144.645.393.000	0.17
		2018	224.688.739.000	1.175.401.340.000	0.19
5	MLBI	2014	1.588.801.000.000	553.797.000.000	2.86
		2015	1.334.373.000.000	766.480.000.000	1.74
		2016	1.454.398.000.000	820.640.000.000	1.77
		2017	1.445.173.000.000	1.064.905.000.000	1.36
		2018	1.721.965.000.000	1.167.536.000.000	1.47
6	MYOR	2014	6.190.553.036.545	4.100.554.992.789	1.51
		2015	6.148.255.759.034	5.194.459.927.187	1.18
		2016	6.657.165.872.077	6.265.255.987.065	1.06
		2017	7.561.503.343.179	7.354.346.366.072	1.03
		2018	9.049.161.944.940	8.542.544.481.694	1.06
7	PSDN	2014	242.353.749.501	378.547.690.831	0.64
		2015	296.079.753.266	324.319.100.916	0.91
		2016	373.511.385.025	280.285.340.383	1.33
		2017	391.494.545.680	299.519.909.843	1.31
		2018	454.760.270.998	242.897.129.653	1.87
8	ROTI	2014	1.182.771.921.472	960.122.354.744	1.23
		2015	1.517.788.685.162	1.188.534.951.872	1.28
		2016	1.476.889.086.692	1.442.751.772.026	1.02
		2017	1.739.467.993.982	2.820.105.715.429	0.62
		2018	1.476.909.260.772	2.916.901.120.111	0.51

9	SKBM	2014	331.624.254.750	317.909.776.363	1.04
		2015	420.396.809.051	344.087.439.659	1.22
		2016	633.267.725.358	368.389.286.646	1.72
		2017	599.790.014.646	1.023.237.460.399	0.58
		2018	730.789.419.438	1.040.576.552.571	0.70
10	SKLT	2014	178.206.785.017	153.368.106.620	1.16
		2015	225.100.000.000	152.300.000.000	1.48
		2016	272.100.000.000	296.200.000.000	0.92
		2017	328.714.435.982	307.569.774.228	1.07
		2018	408.057.718.435	339.236.007.000	1.20
11	ULTJ	2014	651.985.807.625	2.265.079.759.730	0.28
		2015	742.490.216.326	2.797.505.693.922	0.26
		2016	749.966.146.582.000	3.489.233.494.783	214.95
		2017	157.560.000.000.000	4.197.711.000.000	3.75
		2018	145.754.000.000.000	4.774.956.000.000	0.03

Lampiran 10

Daftar Perhitungan *Gross Profit Margin* (GPM) Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftara di Bursa Efek Indonesia 2014-2018

No	KODE PERUSAHAAN	TAHUN	LABA KOTOR	PENUALAN	GPM
1	ALTO	2014	112.832.464.508	332.402.373.397	0.34
		2015	88.454.058.326	301.781.831.914	0.29
		2016	88.024.927.129	296.471.502.365	0.30
		2017	41.170.844.444	262.143.990.839	0.16
		2018	28.776.887.750	290.274.839.317	0.10
2	CEKA	2014	223.779.129.005	3.701.868.790.192	0.06
		2015	298.889.419.802	3.485.733.830.354	0.08
		2016	434.938.508.827	4.115.541.761.173	0.10
		2017	284.279.618.715	4.257.738.486.908	0.06
		2018	274.351.033.019	3.629.327.583.572	0.07
3	ICBP	2014	17.128.835.000.000	63.594.452.000.000	0.27
		2015	17.258.058.000.000	64.061.947.000.000	0.27
		2016	19.428.440.000.000	66.750.317.000.000	0.29
		2017	11.058.836.000.000	35.606.593.000.000	0.31
		2018	12.265.550.000.000	38.413.407.000.000	0.32
		2014	617.506.248.000	879.253.383.000	0.70
		2015	465.274.471.000	669.506.819.000	0.69

4	DLTA	2016	540.881.980.000	774.968.268.000	0.70
		2017	399.948.912.000	545.721.194.000	0.62
		2018	454.550.183.000	627.785.539.000	0.72
5	MLBI	2014	1.805.922.000.000	2.988.501.000.000	0.60
		2015	1.561.413.000.000	2.696.318.000.000	0.58
		2016	2.147.744.000.000	3.263.311.000.000	0.66
		2017	2.271.704.000.000	3.389.736.000.000	0.67
		2018	2.462.707.000.000	3.649.615.000.000	0.67
6	MYOR	2014	2.535.225.808.768	14.169.088.278.238	0.18
		2015	4.198.336.120.000	14.818.730.635.847	0.28
		2016	4.900.422.455.912	18.349.959.898.358	0.27
		2017	4.975.054.755.396	20.816.673.946.437	0.24
		2018	1.386.349.665.329	5.415.147.634.014	0.26
7	PSDN	2014	98.147.286.300	975.081.057.089	0.10
		2015	106.515.863.292	884.906.826.184	0.12
		2016	118.284.944.655	932.905.806.441	0.13
		2017	195.093.469.931	1.399.580.416.996	0.13
		2018	146.978.848.370	1.334.070.483.011	0.33
8	ROTI	2014	901.412.486.394	1.880.262.901.697	0.48
		2015	1.154.990.279.069	2.174.501.712.899	0.53
		2016	1.301.088.371.208	2.521.920.968.213	0.52
		2017	1.307.930.827.052	2.491.100.179.560	0.52
		2018	1.492.213.107.219	2.766.545.866.684	0.54

9	SKBM	2014	189.511.894.052	1.480.764.903.724	0.12
		2015	174.998.606.775	1.326.245.580.664	0.13
		2016	168.037.045.425	1.501.115.928.446	0.11
		2017	186.165.342.708	1.841.487.199.828	0.10
		2018	225.606.884.655	1.953.910.957.160	0.11
10	SKLT	2014	154.628.009.309	681.419.524.161	0.23
		2015	183.921.913.125	745.107.731.208	0.25
		2016	214.518.332.233	8.338.503.712.883	0.02
		2017	237.003.886.568	914.188.759.779	0.26
		2018	267.314.915.155	1.045.029.834.378	0.25
11	ULTJ	2014	936.989.906.765	3.916.789.366.423	0.23
		2015	1.382.489.122.282	4.393.932.684.171	0.31
		2016	1.633.104.908.233	4.685.987.917.355	0.35
		2017	1.822.878.000.000	4.879.559.000.000	0.37
		2018	1.956.276.000.000	5.472.882.000.000	0.36

Lampiran 11

**Daftar Perhitungan *Return On Asset (ROA)* Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftara di Bursa Efek
Indonesia 2014-2018**

No	KODE PERUSAHAAN	TAHUN	LABA BERSIH S.P	TOTAL AKTIVA	ROA
1	ALTO	2014	10.135.298.976.000	1.239.053.626.858	8.18
		2015	24.163.431.625.000	1.180.228.072.164	20.48
		2016	26.149.160.706.000	1.165.093.632.823	22.45
		2017	62.849.581.665.000	1.109.383.971.111	56.67
		2018	33.021.220.862.000	1.109.843.522.344	29.78
2	CEKA	2014	39.026.238.204.000	1.284.150.037.341	30.39
		2015	102.342.342.230.000	1.485.826.210.015	68.92
		2016	248.026.599.376.000	1.425.964.152.418	174.05
		2017	104.374.073.339.000	1.392.636.444.501	74.98
		2018	100.378.388.775.000	1.168.956.042.706	85.94
3	ICBP	2014	5.117.568.000.000	86.077.251.000.000	0.06
		2015	8.567.848.000.000	91.831.526.000.000	0.09
		2016	7.266.517.000.000	82.174.515.000.000	0.09
		2017	7.074.393.000.000	31.619.514.000.000	0.22
		2018	9.865.648.000.000	34.367.153.000.000	0.29
		2014	288.073.432.000	997.443.167.000	0.29
		2015	191.304.463.000	1.038.321.916.000	0.18

4	DLTA	2016	258.831.613.000	1.197.796.650.000	0.21
		2017	186.653.223.000	1.340.842.765.000	0.13
		2018	238.927.283.000	1.400.090.079.000	0.17
5	MLBI	2014	794.883.000.000	2.231.051.000.000	0.35
		2015	503.624.000.000	2.100.853.000.000	0.23
		2016	788.057.000.000	2.275.038.000.000	3.46
		2017	2.642.964.000.000	2.510.078.000.000	1.05
		2018	2.452.848.000.000	2.889.501.000.000	0.85
6	MYOR	2014	409.618.689.484	10.297.997.020.540	0.03
		2015	1.250.233.128.560	11.342.715.686.221	0.11
		2016	1.345.716.808.578	12.922.421.859.142	0.10
		2017	1.570.140.423.232	14.915.849.800.251	0.11
		2018	474.116.995.932	17.591.706.426.634	0.02
7	PSDN	2014	27.665.669.917	620.928.440.332	0.04
		2015	42.619.829.577	620.398.854.182	0.07
		2016	77.730.520.060	653.796.725.408	0.12
		2017	58.505.442.120	690.979.867.049	0.08
		2018	87.863.678.253	697.657.400.651	0.13
8	ROTI	2014	188.577.521.074	2.142.894.276.216	0.08
		2015	534.249.427.880	2.706.323.637.034	0.19
		2016	543.169.722.695	2.919.640.858.718	0.18
		2017	259.831.579.193	4.559.573.709.411	0.05
		2018	263.472.527.260	4.393.810.380.883	0.05

9	SKBM	2014	89.115.994.107	652.976.510.619	0.14
		2015	80.511.316.731	764.484.248.710	0.11
		2016	43.689.703.037	1.001.657.012.004	0.04
		2017	24.053.484.551	1.623.027.475.045	0.01
		2018	17.482.116.543	1.771.365.972.000	0.00
10	SKLT	2014	16.480.714.984	331.574.891.637	0.05
		2015	38.269.397.387	337.110.748.359	0.11
		2016	189.826.628.958	568.239.939.951	0.33
		2017	37.497.525.954	363.284.210.210	0.10
		2018	67.927.029.174	747.293.725.435	0.09
11	ULTJ	2014	283.360.914.211	2.918.133.278.435	97.11
		2015	523.100.215.029	3.539.995.910.248	0.14
		2016	709.825.635.742	4.239.200.000.000	0.16
		2017	1.419.766.000.000	5.186.940.000.000	0.27
		2018	1.403.952.000.000	5.555.871.000.000	0.25

Lampiran 12

Daftar Perhitungan *Gross Profit Margin* (GPM) dan *Return On Asset* (ROA) Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftara di Bursa Efek Indonesia 2014-2018

No	KODE PERUSAHAAN	TAHUN	GPM	ROA	TOTAL
1	ALTO	2014	0.34	8.18	8.52
		2015	0.29	20.48	20.77
		2016	0.30	22.45	22.74
		2017	0.16	56.67	56.83
		2018	0.10	29.78	29.87
2	CEKA	2014	0.06	30.39	30.45
		2015	0.08	68.92	69.00
		2016	0.10	174.05	174.15
		2017	0.06	74.98	75.04
		2018	0.07	85.94	86.01
3	ICBP	2014	0.27	0.06	0.33
		2015	0.27	0.09	0.36
		2016	0.29	0.09	0.38
		2017	0.31	0.22	0.53
		2018	0.32	0.29	0.61

4	DLTA	2014	0.70	0.29	0.99
		2015	0.69	0.18	0.87
		2016	0.70	0.21	0.91
		2017	0.62	0.13	0.75
		2018	0.72	0.17	0.89
5	MLBI	2014	0.60	0.35	0.95
		2015	0.58	0.23	0.81
		2016	0.66	3.46	4.12
		2017	0.67	1.05	1.72
		2018	0.67	0.85	1.52
6	MYOR	2014	0.18	0.03	0.21
		2015	0.28	0.11	0.39
		2016	0.27	0.10	0.37
		2017	0.24	0.11	0.34
		2018	0.26	0.02	0.28
7	PSDN	2014	0.10	0.04	0.15
		2015	0.12	0.07	0.19
		2016	0.13	0.12	0.25
		2017	0.13	0.08	0.21
		2018	0.33	0.13	0.46
8	ROTI	2014	0.48	0.08	0.56
		2015	0.53	0.19	0.72
		2016	0.52	0.18	0.70

		2017	0.52	0.05	0.57
		2018	0.54	0.05	0.59
9	SKBM	2014	0.12	0.14	0.26
		2015	0.13	0.11	0.24
		2016	0.11	0.04	0.15
		2017	0.10	0.01	0.11
		2018	0.11	0.00	0.11
		2014	0.23	0.05	0.28
10	SKLT	2015	0.25	0.11	0.36
		2016	0.02	0.33	0.35
		2017	0.26	0.10	0.36
		2018	0.25	0.09	0.34
		2014	0.23	97.11	97.34
11	ULTJ	2015	0.31	0.14	0.45
		2016	0.35	0.16	0.51
		2017	0.37	0.27	0.64
		2018	0.36	0.25	0.61

Lampiran 13

**Daftar Perhitungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftara di
Bursa Efek Indonesia 2014-2018**

No	KODE PERUSAHAAN	TAHUN	CSR YANG DI UNGKAPKAN	JUMLAH ITEM KSS	HASIL CSDRi
1	ALTO	2014	2	38	0.05
		2015	2	38	0.05
		2016	2	38	0.05
		2017	1	38	0.03
		2018	0	38	0.00
2	CEKA	2014	0	38	0.00
		2015	0	38	0.00
		2016	7	38	0.18
		2017	15	38	0.39
		2018	13	38	0.34
3	ICBP	2014	17	38	0.45
		2015	16	38	0.42
		2016	15	38	0.39
		2017	18	38	0.47
		2018	18	38	0.47
		2014	6	38	0.16
		2015	9	38	0.24

4	DLTA	2016	7	38	0.18
		2017	8	38	0.21
		2018	7	38	0.18
5	MLBI	2014	3	38	0.08
		2015	4	38	0.11
		2016	8	38	0.21
		2017	8	38	0.21
		2018	11	38	0.29
6	MYOR	2014	9	38	0.24
		2015	9	38	0.24
		2016	15	38	0.39
		2017	16	38	0.42
		2018	0	38	0.00
7	PSDN	2014	4	38	0.11
		2015	3	38	0.08
		2016	4	38	0.11
		2017	4	38	0.11
		2018	3	38	0.08
8	ROTI	2014	12	38	0.32
		2015	12	38	0.32
		2016	6	38	0.16
		2017	11	38	0.29
		2018	11	38	0.29

9	SKBM	2014	4	38	0.11
		2015	4	38	0.11
		2016	3	38	0.08
		2017	3	38	0.08
		2018	0	38	0.00
10	SKLT	2014	5	38	0.13
		2015	7	38	0.18
		2016	4	38	0.11
		2017	13	38	0.34
		2018	14	38	0.37
11	ULTJ	2014	9	38	0.24
		2015	10	38	0.26
		2016	10	38	0.26
		2017	10	38	0.26
		2018	10	38	0.26

Lampiran 14

Daftar Perhitungan Secara $\ln X_1 X_2$ dan Y Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftara di Bursa Efek Indonesi 2014-2018

Tahun	Kode Perusahaan	\ln Leverage (X1)	\ln Profitabilitas (X2)	\ln CSR
2014	ALTO	0.29	2.14	-3.00
2015		0.29	3.03	-3.00
2016		0.35	3.12	-3.00
2017		0.50	4.04	-3.51
2018		0.63	3.40	0.00
2014		0.33	3.42	0.00
2015	CEKA	0.20	4.23	0.00
2016		-0.99	5.16	-1.71
2017		-0.62	4.32	-0.94
2018		-1.61	4.45	-1.08
2014		-0.63	-1.11	-0.80
2015	ICBP	-0.63	-1.02	-0.87
2016		-0.76	-0.97	-0.94
2017		-0.58	-0.63	-0.76
2018		-0.67	-0.49	-0.76
2014		-1.20	-0.01	-1.83
2015	DLTA	-1.51	-0.14	-1.43
2016		-1.71	-0.09	-1.71

2017		-1.77	-0.29	-1.56
2018		-1.66	-0.12	-1.71
2014	MLBI	1.05	-0.05	-2.53
2015		0.55	-0.21	-2.21
2016		0.57	1.42	-1.56
2017		0.31	0.54	-1.56
2018		0.39	0.42	-1.24
2014	MYOR	0.41	-1.56	-1.43
2015		0.17	-0.94	-1.43
2016		0.06	-0.99	-0.94
2017		0.03	-1.08	-0.87
2018		0.06	-1.27	0.00
2014	PSDN	-0.45	-1.90	-2.21
2015		-0.09	-1.66	-2.53
2016		0.29	-1.39	-2.21
2017		0.27	-1.56	-2.21
2018		0.63	-0.78	-2.53
2014	ROTI	0.21	-0.58	-1.14
2015		0.25	-0.33	-1.14
2016		0.02	-0.36	-1.83
2017		-0.48	-0.56	-1.24
2018		-0.67	-0.53	-1.24
2014	SKBM	0.04	-1.35	-2.21

2015		0.20	-1.43	-2.21
2016		0.54	-1.90	-2.53
2017		-0.54	-2.21	-2.53
2018		-0.36	-2.21	0.00
2014	SKLT	0.15	-1.27	-2.04
2015		0.39	-1.02	-1.71
2016		-0.08	-1.05	-2.21
2017		0.07	-1.02	-1.08
2018		0.18	-1.08	-0.99
2014	ULTJ	-1.27	4.58	-1.43
2015		-1.35	-0.80	-1.35
2016		5.37	-0.67	-1.35
2017		1.32	-0.45	-1.35
2018		-3.51	-0.49	-1.35