

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Yusuf (2017:1) mengemukakan bahwa pada tahun 1970 konsep CSR muncul di Eropa dan Amerika serta menjadi topik pembicaraan yang hangat pada saat itu. Namun, sebenarnya yang pertamakali mencetuskan konsep CSR ialah Howard R. Bowen pada tahun 1953 dengan bukunya yang berjudul “Social Responsibilities of the Businessman” yang menyatakan bahwa pengusaha harus mengikuti tujuan yang ingin dicapai terkait dengan arah dan nilai-nilai masyarakat. Pengertian CSR menurut Bowen ialah keputusan yang dimiliki perusahaan terhadap masyarakat untuk memberikan dampak-dampak positif. CSR menurut www.esrindonesia.com merupakan sebuah usaha yang dilakukan perusahaan dalam rangka memperoleh tujuan pembangunan yang berkelanjutan berdasar keseimbangan 17 ekonomi, sosial dan lingkungan dengan memaksimalkan pengaruh positif tiap pilar dan meminimalisir pengaruh negatif yang ada.

Menurut *The Jakarta Consulting Group* (dalam Susanto, 2009:11-12) CSR merupakan tanggung jawab perusahaan baik ke dalam (internal) maupun ke luar (eksternal) perusahaan, tanggung jawab ke dalam diwujudkan dalam profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan sehingga ditujukan kepada pemegang saham dan karyawan, sedangkan tanggung jawab ke luar berupa peran perusahaan sebagai penyedia lapangan

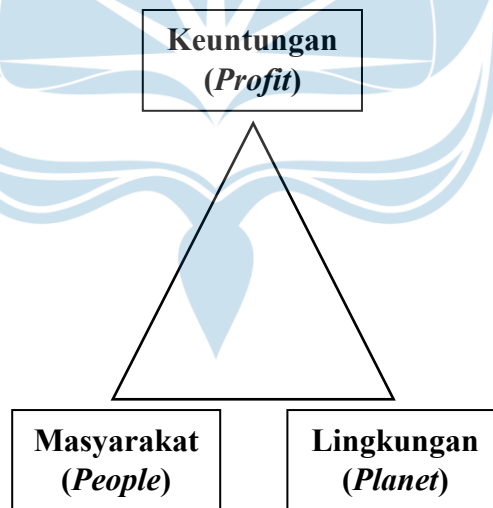
kerja dan pembayar pajak, memelihara lingkungan untuk generasi masa depan serta meningkatkan kemampuan dan kesejahteraan masyarakat.

Menurut Wibisono (2007:8) mengemukakan bahwa CSR adalah komitmen perusahaan untuk berperilaku etis terhadap para pemangku kepentingan, meningkatkan pengaruh positif dengan mengurangi pengaruh negatif yang meliputi sudut pandang ekonomi, sosial dan lingkungan untuk memperoleh pembangunan yang berkelanjutan. Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (dalam Mardikanto, 2014:93) menyatakan bahwa CSR merupakan komitmen berkelanjutan yang ada di kalangan dunia usaha untuk secara etis bertindak dan berkontribusi dalam mengembangkan ekonomi komunitas setempat maupun masyarakat luas, dilakukan secara serentak dengan meningkatkan taraf hidup pekerja dan keluarganya.

ISO 26000 (dalam Prastowo & Huda, 2011:102) menyatakan bahwa CSR adalah tanggung jawab perusahaan yang diwujudkan melalui perilaku etis dan transparan yang searah dengan pembangunan berkelanjutan terhadap dampak dari berbagai keputusan dan kegiatan masyarakat serta lingkungan, yaitu kesehatan dan masyarakat yang sejahtera, meninjau harapan *stakeholder*, seiring dengan norma perilaku internasional dan hukum yang terstruktur dengan perusahaan yang menyeluruh. Dari berbagai macam definisi yang ada, dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan tanggung jawab yang dimiliki oleh perusahaan untuk mematuhi peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah dalam undang-undang serta memberikan pengaruh positif dari sudut pandang lingkungan dan pembangunan yang berkelanjutan bagi masyarakat luas.

2.2 Konsep Dasar *Corporate Social Responsibility*

Elkington (1997 dalam Wibisono, 2007) dari bukunya “Cannibals with Fork, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business” meluaskan konsep *triple bottom line* dengan istilah *economic prosperity*, *environmental quality* dan *social justice*. Elkington menyatakan bahwa teori *triple bottom line* memiliki pengertian bahwa sebuah perusahaan harus memperhatikan konsep “3P” ketika ingin bertahan dalam jangka waktu yang lama. Selain memperoleh keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus terlibat dan memperhatikan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan ikut berkontribusi langsung dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Hubungan tersebut digambarkan dalam ilustrasi berikut:



Gambar 2.1

Bagan Triple Bottom Line

Pada ilustrasi diatas, perusahaan sudah tidak memiliki tanggung jawab yang hanya didasarkan pada aspek ekonomi/kondisi keuangannya saja yang direfleksikan

dengan *single bottom line*, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungan.

Elkington (1997 dalam Alfian & Rohman, 2013) menyatakan bahwa konsep *triple bottom line* menjadi prinsip dasar dalam pelaksanaan CSR di sebuah perusahaan. Dimana keseluruhan dari tiga kepentingan tersebut menjadi inti dan tujuan utama dari CSR sebuah perusahaan.

a. *Profit* (Keuntungan)

Keuntungan menjadi tujuan utama dan faktor paling penting dalam setiap kegiatan usaha. Keuntungan merupakan tambahan pendapatan yang dapat digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan *profit* adalah dengan mengefisiensi biaya dan meningkatkan produktivitas agar perusahaan memiliki nilai tambah yang tinggi dalam bentuk keunggulan kompetitif.

b. *People* (Masyarakat)

Masyarakat menjadi *stakeholder* dalam perusahaan karena dukungan mereka sangat dibutuhkan untuk keberlanjutan sebuah perusahaan. Perusahaan harus memiliki komitmen untuk memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat. Selain itu, CSR tidak bersifat memaksa atau menuntut masyarakat sekitar.

c. *Planet* (Lingkungan)

Lingkungan menjadi hal yang selalu berkaitan dengan seluruh aktivitas operasional perusahaan. Perusahaan dan lingkungan memiliki keterkaitan

sebab akibat, jika perusahaan senantiasa menjaga lingkungan maka lingkungan juga akan memberikan keuntungan untuk perusahaan. Sebaliknya, jika perusahaan tidak menjaga lingkungan, maka lingkungan juga tidak akan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

2.3 Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility*

Crowther David (2008 dalam Priyanka, 2013) menyatakan beberapa prinsip CSR:

- a. *Sustainability*, merupakan upaya perusahaan dalam melakukan kegiatan (*action*) dengan tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa yang akan datang.
- b. *Accountability*, merupakan usaha perusahaan untuk berkomitmen dan terbuka terhadap operasional yang telah dilakukan.
- c. *Transparency*, merupakan upaya perusahaan yang sangat penting bagi pihak eksternal untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman informasi dan pertanggungjawaban atas berbagai dampak dari lingkungan.

2.4 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Menurut Untung (2009:6-7) ada beberapa manfaat dalam penerapan CSR yaitu, mendorong dan mempertahankan citra serta reputasi merek perusahaan, memperoleh izin untuk menjalankan bisnis berlandaskan sosial, mengurangi risiko bisnis, memperluas akses sumber daya untuk aktivitas bisnis, meluaskan kesempatan bisnis,

mengurangi beban atas dampak pembuangan limbah, membenahi relasi dengan pemangku kepentingan, membenahi hubungan dengan alat pengatur, mengembangkan produktivitas dan semangat karyawan serta memberikan kesempatan untuk memperoleh apresiasi.

Clark (dalam Mardikanto, 2014:134) menyatakan berbagai manfaat CSR bagi masyarakat yaitu, kesempatan dalam menciptakan lowongan kerja, pengalaman kerja dan pelatihan, pengembangan infrastruktur terkait pembiayaan investasi komunitas serta keahlian yang bermanfaat. Sementara itu, Mardikanto (2014:135) menyatakan bahwa hadirnya perusahaan melalui kegiatan CSR dapat memberikan bantuan kepada pemerintah dalam hal dukungan pembiayaan, keahlian serta sarana dan prasarana.

2.5 Indikator *Corporate Social Responsibility*

Suciwati et al. (2017) menyatakan bahwa CSR diukur melalui indikator pengungkapan GRI (*Global Reporting Initiative*). GRI adalah suatu jaringan organisasi yang telah merintis dinamika dunia, mayoritas menggunakan laporan keberlanjutan dan memiliki komitmen untuk menerapkan dan memperbaiki dunia secara berkelanjutan.

GRI diharapkan dapat menjadi dasar pengukuran tanggung jawab sosial berdasarkan laporan tahunan perusahaan. Secara keseluruhan, dalam pedoman GRI-G4 terdapat 91 daftar indikator yang terdiri dari 9 indikator ekonomi, 34 indikator lingkungan dan 48 indikator sosial yang terdiri dari beberapa sub kategori yaitu praktik

buruh dan pekerjaan yang layak, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab atas produk.

1. Kategori Ekonomi (EC)

Kategori Ekonomi dalam GRI-G4 menggunakan simbol EC. Kategori ekonomi memiliki 4 aspek pembahasan yang terdiri atas 9 indikator, antara lain: kinerja ekonomi (4 indikator), keberadaan di pasar (2 indikator), dampak ekonomi tidak langsung (2 indikator) dan praktik pengadaan (1 indikator).

2. Kategori Lingkungan (EN)

Kategori lingkungan dalam GRI-G4 menggunakan simbol EN. Kategori lingkungan memiliki 12 aspek pembahasan yang terdiri atas 34 indikator, antara lain: bahan (2 indikator), energi (4 indikator), air (4 indikator), keanekaragaman hayati (4 indikator), emisi (7 indikator), efluen dan limbah (5 indikator), produk dan jasa (2 indikator), kepatuhan (1 indikator), transportasi (1 indikator), lain-lain (1 indikator), asesmen pemasok atas lingkungan (2 indikator) dan mekanisme pengaduan masalah lingkungan (1 indikator).

3. Kategori Sosial

Kategori sosial dalam GRI-G4 menggunakan simbol berdasarkan sub kategori yang ada. Dalam kategori ini memiliki 4 sub kategori yang terdiri atas 29 aspek pembahasan dalam 48 indikator penilaian. Sub kategori praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja (LA) memiliki aspek pembahasan antara lain: kepegawaian (3 indikator), hubungan industrial (1 indikator), kesehatan dan keselamatan kerja (4 indikator), pelatihan dan pendidikan (3

indikator), keberagaman dan kesetaraan peluang (1 indikator), kesetaraan remunerasi (1 indikator) dan asesmen pemasok atas praktik ketenagakerjaan (4 indikator).

Sub kategori hak asasi manusia (HR) memiliki aspek pembahasan antara lain: investasi (2 indikator), non – diskriminasi (1 indikator), kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama (1 indikator), pekerja anak (1 indikator), pekerja paksa atau wajib kerja (1 indikator), praktik pengamanan (1 indikator), hak adat (1 indikator), asesmen (1 indikator), asesmen pemasok atas hak asasi manusia (2 indikator) dan mekanisme pengaduan masalah hak asasi manusia (1 indikator).

Sub kategori masyarakat (SO) memiliki aspek pembahasan antara lain: masyarakat lokal (2 indikator), anti – korupsi (3 indikator), kebijakan publik (1 indikator), anti persaingan (1 indikator), kepatuhan (1 indikator), asesmen pemasok atas dampak pada masyarakat (2 indikator) dan mekanisme pengaduan dampak terhadap masyarakat (1 indikator).

Sub kategori tanggung jawab atas produk (PR) memiliki aspek pembahasan antara lain: kesehatan dan keselamatan pelanggan (2 indikator), pelabelan produk dan jasa (3 indikator), komunikasi pemasaran (2 indikator), privasi pelanggan (1 indikator) dan kepatuhan (1 indikator).

2.6 Pengertian Profitabilitas

Menurut Subramanyam (2014:13) analisis profitabilitas merupakan evaluasi laba atas investasi perusahaan yang berfokus pada sumber, tingkat keuntungan perusahaan dan melibatkan identifikasi serta pengukuran dampak dari berbagai faktor pendorong profitabilitas. Analisis ini mencakup evaluasi dari *margin* (porsi penjualan yang tidak diimbangi oleh biaya) dan perputaran (pemanfaatan modal) sebagai dua sumber utama dari profitabilitas. Analisis profitabilitas juga berfokus pada alasan perubahan profitabilitas dan keberlanjutan pendapatan. Menurut Kasmir (2019:114) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio profitabilitas memberikan informasi mengenai tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan melalui laba penjualan dan pendapatan investasi yang dihasilkan.

Menurut Sutrisno (2007:222) profitabilitas merupakan rasio yang memperlihatkan kemampuan suatu perusahaan dalam mengukur tingkat keuntungan yang dapat diperoleh. Sukamulja (2017:51) menyatakan bahwa profitabilitas memperlihatkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Dalam operasi perusahaan, profitabilitas sering digunakan dengan membandingkan antara laba dan modal yang digunakan. Profitabilitas perusahaan dapat digunakan pemilik modal sebagai alat untuk mengukur modal yang ditanamkan pada perusahaan tersebut.

Dari berbagai macam definisi yang ada, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan yang dimiliki oleh suatu perusahaan untuk memperoleh laba pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu selama waktu yang telah ditentukan.

2.7 Pengukuran Rasio Profitabilitas

Sukamulja (2017:51) berpendapat bahwa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur rasio profitabilitas antara lain ROA, ROE dan NPM. Rasio ini ditujukan untuk memperlihatkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Tiga indikator tersebut menjadi indikator yang paling umum dan luas digunakan dibandingkan dengan rasio-rasio keuangan yang lain. ROA digunakan untuk mengukur pengembalian atas total aset setelah bunga dari pajak, dimana hasil pengembalian total aset menunjukkan kinerja manajemen dalam menggunakan aset perusahaan untuk menghasilkan laba. Menurut Sugiono (2009:80-81) ROA merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian dari bisnis atas seluruh aset yang ada atau rasio yang menggambarkan efisiensi pada dana yang digunakan dalam perusahaan. Semakin tinggi ROA, menandakan perusahaan semakin mampu menggunakan asetnya dengan baik untuk memperoleh keuntungan.

ROE digunakan untuk mengukur tingkat efektivitas perusahaan dalam mengelola modal sendiri, mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang telah dilakukan pemilik modal sendiri atau pemegang saham perusahaan. Jika rasionya semakin besar maka akan semakin baik. Sugiono (2009:81) berpendapat bahwa ROE merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian dari bisnis atas seluruh modal yang ada. NPM digunakan untuk mengukur keuntungan penjualan setelah menghitung seluruh biaya dan pajak penghasilan dengan penjualan. Menurut Harahap (2018:304) NPM menunjukkan angka presentase pendapatan bersih yang

diperoleh dari setiap penjualan, semakin besar rasionya maka semakin baik karena perusahaan dianggap mampu memperoleh laba yang cukup tinggi.

2.8 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Rasio Profitabilitas

Profitabilitas menjadi faktor yang sangat penting bagi keberadaan sebuah perusahaan. Maka dari itu, perlu mengetahui faktor-faktor yang menjadi pengaruh ukuran rasio profitabilitas untuk mengetahui perubahan yang terjadi dengan tepat. Menurut Kasmir (2019:89) faktor yang menjadi pengaruh profitabilitas yaitu, margin laba bersih, perputaran total aset, laba bersih, penjualan, total aset, aset tetap, aset lancar dan total biaya. Masing-masing dari faktor tersebut memiliki peran penting untuk menentukan hasil perhitungan dari profitabilitas.

2.9 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama Penulis (Tahun)	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Pengaruh pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Kinerja	Alfawaz & Fathah (2022)	a. Variabel Independen (X): CSRI1 (kategori ekonomi), CSRI2 (kategori lingkungan), dan CSRI3	a. Metode Penelitian: Analisis regresi multivariat. b. Alat: SPSS 23. c. Sampel: 15 perusahaan sektor industri kesehatan yang	a. CSRI1 tidak berpengaruh terhadap ROA. b. CSRI2 berpengaruh positif terhadap ROA.

No	Judul Penelitian	Nama Penulis (Tahun)	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Keuangan Perusahaan Sektor Industri Kesehatan		(kategori sosial). b. Variabel Dependen (Y): kinerja keuangan perusahaan yang diproyeksikan dengan <i>return on asset</i> (ROA), <i>return on equity</i> (ROE), dan <i>net profit margin</i> (NPM).	terdaftar di BEI periode 2016-2019 dan mengungkapkan laporan tahunan atau laporan keberlanjutan secara lengkap.	c. CSRI3 berpengaruh positif terhadap ROA. d. CSRI1 tidak berpengaruh terhadap ROE. e. CSRI2 berpengaruh positif terhadap ROE. f. CSRI3 berpengaruh positif terhadap ROE. g. CSRI1 tidak berpengaruh terhadap NPM. h. CSRI2 berpengaruh positif terhadap NPM. i. CSRI3 berpengaruh positif terhadap NPM.
2.	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility dan Good</i>	Oktaviana (2019)	a. Variabel Independen (X): kategori ekonomi (X1), kategori	a. Metode Penelitian: Analisis regresi linier berganda. b. Alat: SPSS versi 21.	Variabel CSR kategori ekonomi, lingkungan dan sosial serta variabel GCG berpengaruh

No	Judul Penelitian	Nama Penulis (Tahun)	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>Corporate Governance</i> terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi pada Badan Usaha Milik Negara yang Terdaftar di Bursa Efek tahun 2013-2016)		lingkungan (X2) dan kategori sosial (X3), Dewan Komisaris Independen (X4), Komite Audit (X5), dan Dewan Direksi (X6). b. Variabel Dependen (Y): <i>Return on Assets</i> (Y1) dan Harga Saham (Y2).	c. Sampel: 8 perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek tahun 2013-2016	positif terhadap kinerja keuangan (ROA) dan harga saham.
3.	Pengaruh Pengungkapan kinerja Ekonomi, Lingkungan, dan Sosial dalam <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Profitabilitas pada Perusahaan	Sutanto (2017)	a. Variabel Independen (X): CSR kategori ekonomi, lingkungan dan sosial. b. Variabel Dependen (Y): Profitabilitas perusahaan yang diprosikan ke dalam <i>Return on</i>	a. Metode Penelitian: Analisis regresi berganda. b. Alat: <i>IBM SPSS Statistics Version 20.0</i> c. Sampel: 13 perusahaan industri otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015, menerbitkan laporan keuangan	a. CSR kategori ekonomi berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan (ROA). b. CSR kategori lingkungan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan (ROA).

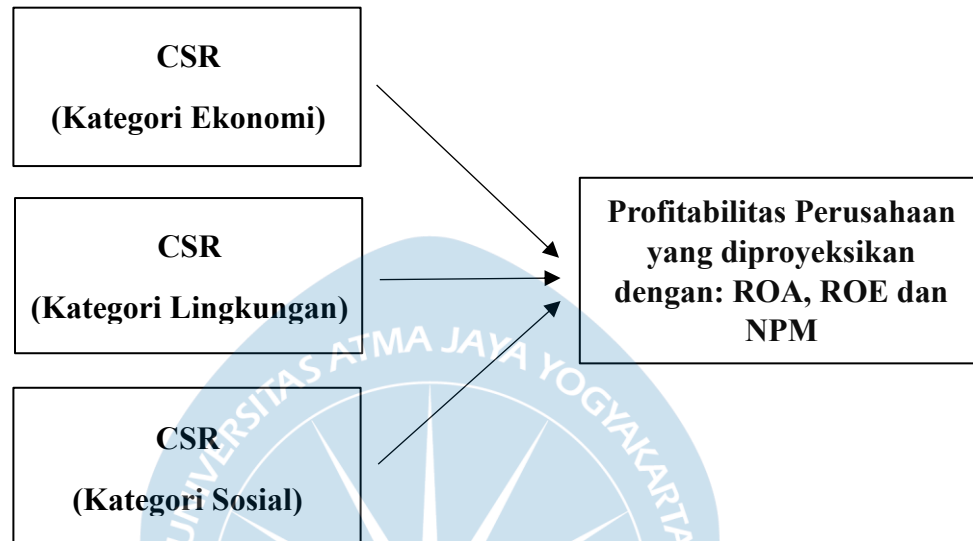
No	Judul Penelitian	Nama Penulis (Tahun)	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	n Industri Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015		<i>Assets</i> (ROA).	lengkap, menggunakan mata uang rupiah dan tidak baru <i>go public</i> .	c. CSR kategori sosial tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan (ROA).
4.	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Profitabilitas (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia)	Shahnia & Davianti (2021)	a. Variabel Independen (X): CSR kategori ekonomi, lingkungan dan sosial. b. Variabel Kontrol: Ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> c. Variabel Dependen (Y) : Profitabilitas yang diukur dengan <i>Return on Equity/ROE</i> .	a. Metode Penelitian: Regresi linear berganda. b. Alat: <i>Statistical Product and Service Solution</i> Versi 20. c. Sampel: 142 perusahaan Manufaktur di BEI.	a. CSR kategori ekonomi dan lingkungan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan (ROE). b. CSR kategori sosial memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan (ROE).
5.	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap	Rukmana & Saputra (2019)	a. Variabel Independen (X): CSR kategori ekonomi,	a. Metode Penelitian: Metode Regresi linear berganda. b. Alat:	CSR kategori ekonomi, lingkungan dan sosial berpengaruh

No	Judul Penelitian	Nama Penulis (Tahun)	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Profitabilitas pada Perusahaan Industri Penghasil Bahan Baku Sektor Perkebunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017		lingkungan dan sosial. b. Variabel Dependen (Y) : Profitabilitas perusahaan yang diukur dengan menggunakan <i>net profit margin</i> (NPM).	SPSS 23. c. Sampel: 5 perusahaan industri bahan baku sektor perkebunan yang <i>go public</i> dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang menerapkan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).	positif terhadap NPM.

2.10 Perumusan Hipotesis

Menurut Sugiyono (2019:99) hipotesis adalah jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian yang diperoleh melalui pengumpulan data berdasarkan fakta-fakta yang nyata. Berdasarkan latar belakang, landasan teori dan penelitian terdahulu, maka penelitian ini akan menguji apakah CSR yang dilihat melalui kategori ekonomi, lingkungan dan sosial berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan subsektor makanan olahan (*processed foods*) yang terdaftar di BEI periode 2017-2021 yang

diproyeksikan melalui ROA, ROE dan NPM. Berikut adalah kerangka pemikiran dalam penelitian ini:



Gambar 2.2
Kerangka Penelitian

Melalui kerangka penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

2.10.1 Pengaruh CSR (kategori ekonomi) (X1) terhadap profitabilitas perusahaan yang diproyeksikan melalui ROA (Y1)

Oktaviana (2019) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa variabel CSR kategori ekonomi berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan yang diukur melalui ROA. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sutanto (2017) mengungkapkan bahwa CSR kategori ekonomi berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan yang diukur melalui ROA. Tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

Alfawaz & Fathah (2022) mengungkapkan bahwa variabel CSR kategori ekonomi tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diukur melalui ROA. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H1: CSR (kategori ekonomi) (X1) berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan yang diproyeksikan melalui ROA (Y1)

2.10.2 Pengaruh CSR (kategori ekonomi) (X1) terhadap profitabilitas perusahaan yang diproyeksikan melalui ROE (Y2)

Shahnia & Davianti (2021) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa CSR kategori ekonomi tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan yang diukur melalui ROE. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfawaz & Fathah (2022) mengungkapkan bahwa CSR kategori ekonomi tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diukur melalui ROE. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H2: CSR (kategori ekonomi) (X1) berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan yang diproyeksikan melalui ROE (Y2)

2.10.3 Pengaruh CSR (kategori ekonomi) (X1) terhadap profitabilitas perusahaan yang diproyeksikan melalui NPM (Y3)

Rukmana & Saputra (2019) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa CSR kategori ekonomi berpengaruh positif terhadap NPM. Tidak sejalan dengan penelitian

yang dilakukan oleh Alfawaz & Fathah (2022) mengungkapkan bahwa CSR kategori ekonomi tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diukur melalui NPM. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H3: CSR (kategori ekonomi) (X1) berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan yang diproyeksikan melalui NPM (Y3)

2.10.4 Pengaruh CSR (kategori lingkungan) (X2) terhadap profitabilitas perusahaan yang diproyeksikan melalui ROA (Y1)

Oktaviana (2019) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa variabel CSR kategori lingkungan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan yang diukur melalui ROA. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfawaz & Fathah (2022) mengungkapkan bahwa variabel CSR kategori lingkungan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan yang diukur melalui ROA. Tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sutanto (2017) mengungkapkan bahwa CSR kategori lingkungan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan yang diukur melalui ROA. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H4: CSR (kategori lingkungan) (X2) berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan yang diproyeksikan melalui ROA (Y1)

2.10.5 Pengaruh CSR (kategori lingkungan) (X2) terhadap profitabilitas perusahaan yang diproyeksikan melalui ROE (Y2)

Shahnia & Davianti (2021) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa CSR kategori lingkungan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan yang diukur melalui ROE. Tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfawaz & Fathah (2022) mengungkapkan bahwa CSR kategori lingkungan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan yang diukur melalui ROE. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H5: CSR (kategori lingkungan) (X2) berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan yang diproyeksikan melalui ROE (Y2)

2.10.6 Pengaruh CSR (kategori lingkungan) (X2) terhadap profitabilitas perusahaan yang diproyeksikan melalui NPM (Y3)

Rukmana & Saputra (2019) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa CSR kategori lingkungan berpengaruh positif terhadap NPM. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfawaz & Fathah (2022) mengungkapkan bahwa CSR kategori lingkungan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan yang diukur melalui NPM. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H6: CSR (kategori lingkungan) (X2) berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan yang diproyeksikan melalui NPM (Y3)

2.10.7 Pengaruh CSR (kategori sosial) (X3) terhadap profitabilitas perusahaan yang diproyeksikan melalui ROA (Y1)

Oktaviana (2019) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa variabel CSR kategori sosial berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan yang diukur melalui ROA. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfawaz & Fathah (2022) mengungkapkan bahwa variabel CSR kategori sosial berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan yang diukur melalui ROA. Tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sutanto (2017) mengungkapkan bahwa CSR kategori sosial tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan yang diukur melalui ROA. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H7: CSR (kategori sosial) (X3) berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan yang diproyeksikan melalui ROA (Y1)

2.10.8 Pengaruh CSR (kategori sosial) (X3) terhadap profitabilitas perusahaan yang diproyeksikan melalui ROE (Y2)

Shahnia & Davianti (2021) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa CSR kategori sosial berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan yang diukur melalui ROE. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfawaz & Fathah (2022) mengungkapkan bahwa CSR kategori sosial berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan yang diukur melalui ROE. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H8: CSR (kategori sosial) (X3) berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan yang diproyeksikan melalui ROE (Y2)

2.10.9 Pengaruh CSR (kategori sosial) (X3) terhadap profitabilitas perusahaan yang diproyeksikan melalui NPM (Y3)

Rukmana & Saputra (2019) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa CSR kategori sosial berpengaruh positif terhadap NPM. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfawaz & Fathah (2022) mengungkapkan bahwa CSR kategori sosial berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan yang diukur melalui NPM. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H9: CSR (kategori sosial) (X3) berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan yang diproyeksikan melalui NPM (Y3)

