

**PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN, PROFITABILITAS,
PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(Studi pada Perusahaan Energi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Tahun 2016 – 2021)**

(Skripsi)

Oleh

**Nabilah Dwi Anjani
NPM 1916051011**



**JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN, PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (Studi pada Perusahaan Energi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016 – 2021)

Oleh

NABILAH DWI ANJANI

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai suatu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan yang berperan untuk meningkatkan kualitas kehidupan serta lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kinerja lingkungan, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi data yang bersumber pada laporan tahunan yang dipublikasikan melalui BEI dan website resmi masing-masing perusahaan energi. Pengumpulan sampel menggunakan metode purposive sampling didapatkan jumlah sampel dari penelitian ini sebanyak 108 yang terdiri dari 18 perusahaan dari Perusahaan Energi yang terdaftar di BEI pada tahun 2016-2021.

Penelitian ini menggunakan analisis data analisis regresi data panel dengan cara menganalisis melalui aplikasi E-views 12. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan kinerja lingkungan, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility. Pengujian secara parsial menunjukkan hasil bahwa kinerja lingkungan, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan tidak ada yang berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility.

Kata kunci: **Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Kinerja Lingkungan, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan**

ABSTRACT

***THE EFFECTS OF ENVIRONMENTAL PERFORMANCE,
PROFITABILITY, SALES GROWTH AND SIZE COMPANIES
ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE
(Research On Energy Companies registered in Indonesia Stock Exchange
2016-2021)***

By

NABILAH DWI ANJANI

Corporate Social Responsibility disclosure is a form of corporate social and environmental responsibility whose role is to improve the quality of environment. This study aims to analyze the effects of environmental performance, profitability, sales growth, and company size on Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure. The method of data collection is done by documentation of data source from the annual report published by BEI and official website of the company. By using purposive sampling techniques, there were found 108 samples of this study from 18 Companies Energy which registered on BEI during 2016-2021.

This data analysis use panel data regression by analyzing through the E-views 12 application. The result of the study shows that simultaneously environmental performance, profitability, sales growth, and company size have a significant effect on Corporate Social Responsibility disclosure. The result of partially techniques shows that environmental performance, profitability, sales growth, and company size do not have a significant effect on Corporate Social Responsibility disclosure.

Key words: Corporate Social Responsibility Disclosure, Environmental Performance, Profitability, Sales Growth, Company Size

**PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN, PROFITABILITAS,
PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(Studi pada Perusahaan Energi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Tahun 2016 – 2021)**

Oleh

Nabilah Dwi Anjani

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ADMINISTRASI BISNIS

Pada

Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Judul Skripsi : **PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN,
PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN
PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY* (Studi pada Perusahaan
Energi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Tahun 2016 – 2021)**

Nama Mahasiswa : **Nabilah Dwi Anjani**

No Pokok Mahasiswa : **1916051011**

Program Studi : **Ilmu Administrasi Bisnis**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



1. Komisi Pembimbing

Dr. K. Bagus Wardianto, S.Sos., M.A.B
NIP. 198001172003121002

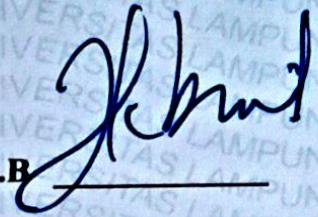
2. Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc.
NIP 19740918 200112 1 001

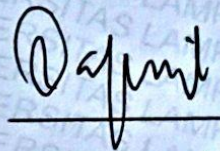
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

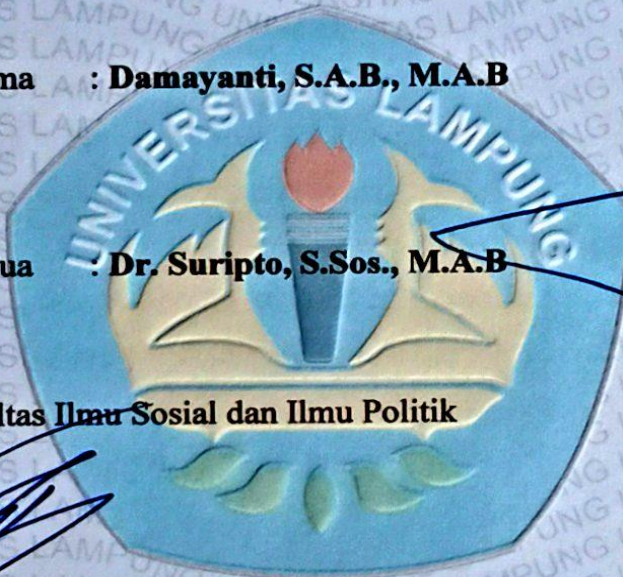
Ketua : Dr. K. Bagus Wardianto, S.Sos., M.A.B



Penguji Utama : Damayanti, S.A.B., M.A.B



Penguji Kedua : Dr. Suripto, S.Sos., M.A.B



Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP. 19610807 198703 2 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2023

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari komisi pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersih dan menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 18 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Nabilah Dwi Anjani

NPM. 1916051011

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Nabilah Dwi Anjani yang lahir di Metro, pada 11 November 2000. Penulis merupakan putri kedua dari dua bersaudara dari pasangan Alm. Bapak Setyo Utomo, SH. dan Ibu Sa'adiyah. Saudara perempuan bernama Jihan Lutfi Utami yang memiliki perbedaan usia 2 tahun dengan penulis.

Penulis mengawali pendidikan Taman Kanak-Kanak 'Aisyiah Bustanul Athfal pada tahun 2005. Penulis melanjutkan pendidikan di SDN 9 Metro Barat pada tahun 2007. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 2 Metro pada tahun 2013. Setelah menamatkan pendidikan selama 3 tahun, penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 2 Metro pada tahun 2016.

Selanjutnya pada tahun 2019, penulis menempuh pendidikan di Universitas Lampung mengambil Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Selama menjadi mahasiswa, penulis mengikuti unit kegiatan mahasiswa Koperasi Mahasiswa saat penulis menjadi mahasiswa semester 3. Penulis juga aktif menjadi anggota Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis pada divisi Kewirausahaan. Pada tahun 2022, penulis mengikuti program KKN di Kelurahan Mulyojati, Kecamatan Metro Barat, Kota Metro dan melaksanakan kegiatan PKL di TELKOM Kota Metro.

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(AL-Insyirah Ayat 5)

“Yakinlah ada sesuatu yang menantimu setelah banyak kesabaran (yang kau jalani), yang akan membuatmu terpana hingga kau kau lupa betapa pedihnya rasa sakit”

(Ali bin Abi Thalib)

“Love your parents. We are so busy growing up, we often forget they are also growing old” (Jihan Lutfi Utami)

“Waktu itu lebih mahal daripada emas”

(Nabilah Dwi Anjani)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas segala limpahan
Rahmat, Berkah, dan Karunianya.

Karya Ini Kupersembahkan Untuk:

Ayah dan Ibu yang selalu mencurahkan kasih dan sayang yang tiada habisnya
untukku, serta selalu mendukung dan memotivasi dalam setiap.
Terima kasih telah mendo'akan dan berjuang untuk kehidupanku.

Kakakku tersayang, terima kasih telah memberiku dukungan, motivasi dan terima
kasih telah hadir serta memberi warna dalam hidupku.

Bapak dan Ibu Dosen yang selalu memberikanku ilmu yang bermanfaat dan
membantuku dalam menggapai impian.

Teman-teman yang selalu memberikanku motivasi dan semangat

serta

Almamater Tercinta

Universitas Lampung

SANWACANA

Puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya serta lantunan sholawat teriring salam pada suritauladan kita, Nabi Muhammad SAW.

Penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kinerja Lingkungan, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Energi yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2021”** yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa selama proses penyusunan dan penulisan skripsi ini banyak mendapatkan bantuan, bimbingan, saran, kritik dan semangat dari banyak pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dengan itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Ida Nurhaida., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Dedy Hermawan, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerja sama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Arif Sugiono, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
4. Bapak Dr. Robi Cahyadi, M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
5. Bapak Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

6. Bapak Dr. K. Bagus Wardianto, S.Sos., M.AB., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung dan selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah banyak meluangkan waktu serta memberikan bimbingan, motivasi, masukan, nasihat, saran, kritik, dan ilmu pengetahuan selama perkuliahan maupun penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Ibu Damayanti, S.A.B., M.A.B selaku Dosen Pembahas I atas bimbingan, saran, kritik, serta ilmu pengetahuan selama perkuliahan maupun penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Bapak Dr. Suropto, S.Sos., M.A.B selaku Dosen Pembahas II atas bimbingan, saran, kritik, serta ilmu pengetahuan selama perkuliahan maupun penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Bapak Deddy Apriliani., S.A.N., M.A selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan dukungan selama perkuliahan.
10. Seluruh Dosen jurusan Ilmu Administrasi Bisnis FISIP Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan dan motivasi selama masa perkuliahan maupun penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Seluruh staff dan karyawan jurusan Ilmu Administrasi Bisnis FISIP Universitas Lampung yang telah banyak membantu untuk kelancaran penyelesaian skripsi penulis.
12. Teristimewa untuk cinta pertamaku, Ayahanda Alm. Setyo Utomo, yang selalu memberikan doa, memberikan kekuatan, mencurahkan kasih sayang, memberikan nasihat agar penulis selalu sabar dan tabah dalam mengemban ilmu serta tidak lupa selalu mengingatkan saya kepada Allah SWT agar selalu dalam lindungan-Nya. Terimakasih banyak ayah karna perjuangamu yang tak kenal lelah dan memberikan yang terbaik untuk penulis dan keluarga.
13. Teristimewa untuk pintu surgaku, Ibunda tercinta Sa'adiyah yang selalu mendukung, memberikan doa disetiap langkahku, memberikan kekuatan, mencurahkan kasih sayang, memberikan nasihat agar penulis selalu sabar dan tabah dalam mengemban ilmu serta tidak lupa selalu meningkatkan saya kepada Allah SWT agar selalu dalam lindungan-Nya. Terimakasih banyak

ibu sudah memberikan yang terbaik untukku dan kakak. Semoga ibu sehat selalu agar dapat menemani langkah saya sampai di masa depan.

14. Jihan Lutfi Utami, kakak tersayangku yang selalu memberikan doa, semangat, motivasi dan menghibur di saat penulis sedih. Terimakasih banyak kakak sudah menjadi kakak terbaik dan mendukung dalam setiap langkahku.
15. Sahabat perkuliahanku, Support Sistem (Egri, Latip, Hanny, Putri dan Hasna). Terimakasih telah memberikan semangat, bantuan dan kegembiraan dan mendengarkan keluh kesah penulis selama masa perkuliahan.
16. Sahabat SMAku, Ikiwir (Rafli, Berni, Adel, Wina, Pinki dan Ervita) yang selalu memberikan dukungan dan menjadi tempat penulis berbagi cerita.
17. Sahabat SMPku, Pance Fam (Elsa, Vanesa, Depi, Afcha, Dina, Rafika, Rama, Nanda dan Septa) yang selalu memberikan dukungan, keceriaan dan menjadi tempat penulis berbagi cerita.
18. Seluruh teman-teman ABI angkatan 2019 terutama Mely dan Siska yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
19. Terima kasih kepada diri saya yang telah bertahan selama proses perkuliahan dan mampu menyelesaikan skripsi ini.
20. Serta almamater Universitas Lampung tercinta

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan baru kepada pembaca.

Bandar Lampung, 18 Juli 2023

Penulis,

Nabilah Dwi Anjani

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR RUMUS	vi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	8
2.2 Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	9
2.3 Teori <i>Stakeholder</i>	10
2.4 Kinerja Lingkungan	11
2.5 Profitabilitas	13
2.5.1 Rasio Pengembalian Aset (<i>Return On Assets</i>)	14
2.5.2 Rasio Pengembalian Ekuitas (<i>Return On Equity</i>)	14
2.5.4 Marjin Laba Bersih (<i>Net Profit Margin</i>).....	14
2.5.4 Marjin Laba Kotor (<i>Gross Profit Margin</i>).....	15
2.5.5 Pengembalian Penjualan (<i>Return On Sales</i>).....	15
2.5.6 Pengembalian Investasi (<i>Return On Investment</i>).....	15
2.6 Pertumbuhan Penjualan.....	16
2.7 Ukuran Perusahaan.....	17
2.8 Penelitian Terdahulu	17
2.9 Kerangka Pemikiran.....	21
2.9.1 Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	21
2.9.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	22
2.9.3 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	23
2.9.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	24
2.10 Hipotesis.....	25

III. METODE PENELITIAN	27
3.1 Desain Penelitian.....	27
3.2 Populasi dan Sampel	28
3.2.1 Populasi	28
3.2.2 Sampel.....	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.4 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	30
3.4.1 Variabel Penelitian	30
3.4.2 Definisi Konseptual.....	30
3.4.3 Definisi Operasional.....	32
3.5 Teknik Analisis Data.....	33
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	33
3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda Model Data Panel	34
3.6 Penentuan Model Regresi Data Panel	34
3.6.1 Uji <i>Chow</i>	35
3.6.2 Uji <i>Hausman</i>	36
3.6.3 Uji <i>Lagrange Multiplier</i> (LM)	37
3.7 Uji Hipotesis	37
3.7.1 Uji <i>t</i> (Parsial)	38
3.7.2 Uji <i>F</i> (Simultan)	38
3.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	39
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	41
4.1.1 Adaro Enegrgy Indonesia Tbk.(ADRO)	41
4.1.2 AKR Corporindo Tbk. (AKRA)	42
4.1.3 Astrindo Nusantara Infrastruktur Tbk. (BIPI).....	42
4.1.4 Baramulti Suksessarana Tbk. (BSSR).....	43
4.1.5 Bumi Resources Tbk. (BUMI).....	43
4.1.6 Bayan Resources Tbk. (BYAN).....	44
4.1.7 Delta Dunia Makmur Tbk. (DOID)	44
4.1.8 Energi Mega Persada Tbk. (ENRG).....	45
4.1.9 Golden Energy Mines Tbk. (GEMS)	45
4.1.10 Harum Energy Tbk. (HRUM)	45
4.1.11 Indika Energy Tbk. (INDY).....	46
4.1.12 Indo Tambangraya Megah Tbk. (ITMG).....	46
4.1.13 Mitrabara Adiperdana Tbk. (MBAP).....	47
4.1.14 Medco Energi Internasional Tbk. (MEDC)	47
4.1.15 Perusahaan Gas Negara Tbk. (PGAS)	48
4.1.16 Bukit Asam Tbk. (PTBA)	48
4.1.17 Golden Eagle Energy Tbk. (SMMT)	48
4.1.18 TBS Energi Utama Tbk. (TOBA)	49
4.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	49

4.3	Penentuan Model Regresi Data Panel	56
4.3.1	Uji <i>Chow</i>	56
4.3.2	Uji <i>Hausman</i>	57
4.3.3	Uji <i>Lagrange Multiplier</i> (LM)	58
4.4	Regresi Data Panel	59
4.5	Hasil Pengujian Hipotesis	61
4.5.1	Uji <i>t</i> (Parsial)	61
4.5.2	Uji <i>F</i> (Simultan)	62
4.6	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	63
4.7	Pembahasan.....	64
4.7.1	Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	64
4.7.2	Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	67
4.7.3	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	69
4.7.4	Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	71
4.7.5	Pengaruh Kinerja Lingkungan, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social</i> <i>Responsibility</i> (CSR).....	73
4.8	Keterbatasan Penelitian	75
V.	KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1	Kesimpulan	76
5.2	Saran.....	76
	DAFTAR PUSTAKA	78
	LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Kasus CSR pada Perusahaan Energi	3
2.1 Kriteria penilaian pemeringkatan PROPER.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Hasil Penelitian Terdahulu	21
3.1 Daftar Sampel Perusahaan	29
3.2 Definisi Operasional.....	32
3.3 Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi (R^2).....	40
4.1 Daftar Objek Penelitian.....	41
4.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Pengungkapan CSR.....	50
4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kinerja Lingkungan.....	51
4.4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Profitabilitas	52
4.5 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Sales Growth</i>	54
4.6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Ukuran Perusahaan.....	55
4.7 Hasil Uji <i>Chow</i>	56
4.8 Hasil Uji <i>Hausman</i>	57
4.9 Hasil Uji <i>Lagrange Multiplier</i> (LM).....	58
4.10 Regresi Data Panel <i>Random Effect Model</i>	59
4.11 Hasil Perhitungan Uji t.....	61
4.12 Hasil Perhitungan Uji F.....	63
4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Model Hipotesis	26
4.1 Rata-rata CSR per tahun 2016 – 2021	50
4.2 Rata-rata PROPER per tahun 2016 – 2021	52
4.3 Rata-rata ROA per tahun 2016 – 2021.....	53
4.4 Rata-rata <i>Sales Growth</i> per tahun 2016 – 2021	54
4.5 Rata-rata Ukuran Perusahaan per tahun 2016 – 2021.....	55

DAFTAR RUMUS

Rumus	Halaman
2.1 Indeks <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	10
2.2 <i>Return On Assets</i> (ROA).....	14
2.3 <i>Return On Equity</i> (ROE).....	14
2.4 <i>Net Profit Margin</i> (NPM).....	14
2.5 <i>Gross Profit Margin</i> (GPM)	15
2.6 <i>Return On Sales</i> (ROS)	15
2.7 <i>Return On Investment</i> (ROI)	15
2.8 <i>Sales Growth</i>	16
2.9 Ukuran Perusahaan.....	17
3.1 <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> (CSRD).....	34
3.2 Uji <i>Chow</i>	35
3.3 Uji <i>Hausman</i>	36
3.4 Uji <i>t</i> (Parsial).....	38
3.5 Uji <i>F</i> (Simultan)	38
3.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	39

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini *Corporate Social Responsibility* atau biasa disingkat dengan CSR merupakan suatu pertanggungjawaban berupa kegiatan sosial yang dapat mengatasi permasalahan lingkungan sehingga dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. Hal tersebut dikarenakan kemampuan suatu perusahaan dalam meningkatkan laba perusahaan merupakan salah satu hal penting dalam meningkatkan pengungkapan CSR dalam suatu perusahaan. Kegiatan CSR dilaksanakan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakatnya dan memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan. Keuntungan jangka panjang tersebut berupa penghematan penggunaan air serta melestarikan dan menjaga lingkungan sekitar perusahaan. Saat ini CSR menjadi sebuah kewajiban perusahaan yang bertujuan agar masyarakat juga mendapatkan sebagian keuntungan dari adanya kegiatan CSR di perusahaan tersebut.

Pelaksanaan CSR juga memiliki dasar hukum yang tertuang dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT), pada pasal 74 bahwa perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam diwajibkan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu, pengungkapan CSR telah diatur dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 paragraf 9 tentang pengungkapan dampak lingkungan. Sehingga perusahaan dapat dijalankan dengan lancar harus mengikuti peraturan perundang-undangan yang sudah ditentukan oleh pemerintahan.

Dasar hukum tersebut sangat dibutuhkan untuk mengimplementasikan CSR agar dapat memudahkan kegiatan CSR ke dampak positif bagi masyarakat seperti yang dinyatakan dalam penelitian (Renyaaam et al., 2019). Pengungkapan CSR diharapkan mampu memberikan respon positif oleh pelaku pasar sehingga dapat memaksimalkan profit dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam jangka panjang. Berdasarkan teori *stakeholder* dalam menjalankan suatu perusahaan, dapat meningkatkan pengungkapan CSR sehingga memberikan manfaat tidak hanya bagi perusahaan saja melainkan juga untuk pemegang kepentingan (*stakeholder*). Perusahaan juga dapat menyesuaikan mengenai banyak sedikitnya pengungkapan CSR berdasarkan kebutuhannya akan konflik setiap *stakeholder*.

Menurut (Apriyanti, A & Yuliandhari, 2018) serta (Hidayat, 2022) dalam pengungkapan CSR dipengaruhi oleh 4 faktor yakni kinerja lingkungan, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan. Faktor yang pertama adalah kinerja lingkungan. Kinerja lingkungan merupakan pengelolaan masalah-masalah lingkungan yang harus diatasi agar dapat terlaksananya kegiatan operasional perusahaan dengan kondusif sehingga perusahaan dapat meningkatkan profit. Kinerja lingkungan digunakan sebagai dasar dalam menilai keberhasilan dari pelaksanaan aktivitas sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Menurut penelitian dari (Hidayat, 2022) kinerja lingkungan dapat mencerminkan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya.

Kepedulian perusahaan terhadap lingkungan semakin tinggi maka citra perusahaan akan menjadi baik sehingga tingkat keuntungan perusahaan ikut meningkat. Pengungkapan CSR perusahaan akan di nilai sebagai perusahaan yang ramah lingkungan. Artinya bahwa perusahaan tidak hanya memikirkan keuntungan yang didapatkan perusahaan saja tetapi perusahaan juga memikirkan dampak yang akan diterima oleh masyarakat sekitar akibat berjalannya kegiatan operasional di perusahaan tersebut. Penelitian lainnya

menunjukkan bahwa pengelolaan lingkungan yang baik dapat menghindarkan klaim masyarakat dan pemerintah sekaligus meningkatkan kualitas produk sehingga dapat meningkatkan laba keuangan perusahaan (Putra, 2018).

Kinerja lingkungan sangat penting untuk upaya pengungkapan CSR di perusahaan dan meningkatkan profit yang akan diterima perusahaan tersebut. Kurangnya kepedulian akan kondisi lingkungan maupun sosial di sekitar perusahaan akibat dari adanya pelaksanaan kegiatan CSR dan kegiatan operasional di perusahaan sehingga menimbulkan suatu permasalahan. Berikut ini merupakan beberapa contoh kasus terkait permasalahan yang muncul tersebut, sebagai berikut:

Tabel 1.1 Kasus CSR pada Perusahaan Energi

No.	Nama Perusahaan	Kasus CSR
1	PT Freeport Indonesia	Konflik berkepanjangan dengan masyarakat lokal, baik terkait dengan tanah ulayat, pelanggaran adat, maupun kesenjangan sosial dan ekonomi yang terjadi.
2	PT Newmon Minahasa Raya (NMR)	Kasus Pencemaran Teluk Buyat, yaitu pembuangan tailing ke dasar laut yang mengandung bahan beracun berbahaya (B3) dan mengakibatkan tercemarnya laut. Sehingga berkurangnya tangkapan ikan dan menurunnya kualitas kesehatan masyarakat lokal akibat operasional.
3	PT Caltex Pacific Indonesia (CPI)	Konflik terjadi akibat pencemaran lingkungan dan masalah sosial terkait operasional dimana masyarakat menuntut kompensasi hingga tingkat DPR pusat terkait dampak negatif operasional perusahaan tersebut terhadap kondisi ekonomi, kesehatan dan lingkungan yang semakin memburuk.

Sumber: Jurnal (Retnaningsih, 2015)

Tabel 1 menjelaskan terkait masih perlu adanya peningkatan kesadaran perusahaan tentang pentingnya menjaga lingkungan. Perusahaan seharusnya berkontribusi secara aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan dengan baik maka akan membantu perusahaan dalam mengejar keuntungan ekonomi dan pengungkapan CSR perusahaan tersebut. Perusahaan juga memperhatikan dan terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan para *stakeholder*. Hal tersebut berkaitan dengan teori *stakeholder*, dimana perusahaan juga memperhatikan keuntungan *stakeholder* (Dewi & Wirasedana, 2017).

Hal ini mencerminkan bahwa perusahaan juga bertanggung jawab terhadap apa yang telah dikerjakannya sehingga masyarakat juga akan mengetahui seberapa besar tanggung jawab dan andil perusahaan terhadap lingkungannya. Menurut penelitian Hidayat (2022) membuktikan bahwa perusahaan yang mengikuti program PROPER tidak serta merta diikuti dengan pengungkapan laporan CSR yang tinggi, sebab hanya dengan mencantumkan penghargaan PROPER dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan perusahaan sudah menunjukkan bagaimana kinerja lingkungan yang telah dilakukan perusahaan. Bagi perusahaan, pengungkapan CSR digunakan sebagai tambahan terkait kegiatan sosial dan lingkungan yang telah dijalankan serta perusahaan akan memperhatikan lingkungan sehingga berkontribusi menjaga ekosistem alam (Hidayat, 2022).

Faktor kedua yang mempengaruhi pengungkapan CSR yakni profitabilitas. Menurut (Sanjana & Rizky, 2018), rasio profitabilitas adalah rasio yang bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu dan memberikan gambaran tentang laba yang dihasilkan terhadap penjualan dan investasi perusahaan. Pengukuran profitabilitas ini akan dilakukan dengan menghitung tingkat pengembalian aktiva, atau biasa disebut *Return On Asset* (ROA). ROA digunakan untuk mengukur profitabilitas dikarenakan ROA dinilai dapat menunjukkan

bagaimana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. Semakin tinggi rasio yang diperoleh maka semakin efisien manajemen perusahaan mampu untuk mengelola aset perusahaan.

Tidak hanya itu, jika semakin besar perusahaan dalam menghasilkan profit dan semakin meningkatnya pengungkapan CSR karena biaya yang dialokasikan untuk pengungkapan CSR juga semakin meningkat (Kartini et al., 2019). Pelaksanaan kegiatan perusahaan harus mempertimbangkan semua *stakeholder* karena pengaruh dari *stakeholder* tersebut sangat besar bagi keberlangsungan sebuah perusahaan. Pelaksanaan kegiatan CSR juga dapat menjadi salah satu strategi dalam meminimalisir risiko. Profitabilitas yang mengalami peningkatan juga merupakan strategi perusahaan agar dapat dijadikan penilaian oleh calon investor dikarenakan profitabilitas dapat menjadi salah satu reputasi perusahaan (Rosdwianti et al., 2016). Hal ini sesuai dengan penelitian oleh (Apriyanti, A & Yuliandhari, 2018) mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Faktor ketiga yang berpengaruh dengan pengungkapan CSR adalah pertumbuhan penjualan. Menurut (Munsaidah et al., 2016) pertumbuhan penjualan merupakan perubahan penjualan dalam laporan per tahun. Penelitian yang dilakukan oleh (Apriyanti, A & Yuliandhari, 2018) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan pada teori *stakeholder*, maka pertumbuhan penjualan sangat berpengaruh terhadap keuntungan yang didapatkan oleh *stakeholder*. Pertumbuhan penjualan yang tinggi akan mendapat banyak perhatian dari masyarakat, sehingga cenderung lebih banyak melakukan pengungkapan CSR. Jika pengungkapan CSR semakin baik akan membuat *stakeholder* memberikan dukungan penuh atas segala aktivitas perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan mencapai laba yang diharapkan.

Faktor terakhir yang mempengaruhi pengungkapan CSR yakni ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan karakteristik perusahaan yang dapat mempengaruhi seberapa luas pengungkapan informasi perusahaan. Ukuran perusahaan juga menunjukkan besarnya total aset yang dimiliki oleh perusahaan sehingga semakin besar modal perusahaan maka semakin besar pula perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan ini sesuai dengan konsep *stakeholder* dalam penelitian Widyatmoko dalam (Tampubolon & Siregar, 2019), bahwa perusahaan besar mempunyai jumlah *stakeholder* yang banyak sehingga akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mendapatkan dukungan dari para *stakeholder*. Penelitian yang dilakukan oleh Apriyanti, A & Yuliandhari (2018) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR dikarenakan semakin besar ukuran perusahaan maka perusahaan akan melakukan pengungkapan CSR yang lebih banyak.

Berdasarkan penjelasan di atas dan karena penelitian sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR maka penulis ingin melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh kinerja lingkungan, profitabilitas, penjualan dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada Perusahaan Energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 – 2021. Industri Energi dipilih menjadi sampel penelitian karena perusahaan energi ini cenderung lebih sensitif terhadap kondisi perusahaan yang berdampak pada lingkungan dan masyarakat di sekitar perusahaan energi tersebut. Beberapa dari perusahaan energi tidak semua yang mengungkapkan CSR dalam laporan tahunannya. Selain itu, masih kurangnya kesadaran perusahaan energi akan pentingnya program CSR yang dapat memberikan citra baik kepada perusahaan serta berdampak bagi keberlangsungan perusahaan dan kesejahteraan masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan. Hal lain seperti dengan adanya pengungkapan CSR ini akan memberikan dampak positif baik pada perusahaan maupun lingkungan dan masyarakatnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah:

1. Apakah kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
3. Apakah *sales growth* berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
5. Apakah kinerja lingkungan, profitabilitas, penjualan dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan dari penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
2. Untuk mengetahui profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
3. Untuk mengetahui *sales growth* berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
4. Untuk mengetahui ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
5. Untuk mengetahui kinerja lingkungan, profitabilitas, penjualan dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan dimana perusahaan itu berada berupa suatu tindakan yang dilakukan perusahaan sesuai dengan kemampuan perusahaan (Mudah & Retnani, 2020). Sedangkan menurut (Rahmanda & Njatrijani, 2019) menyatakan bahwa istilah CSR merupakan tanggung jawab aktivitas sosial kemasyarakatan yang tidak hanya berorientasi pada profit seperti yang dijelaskan oleh John Elkington dalam bukunya yang berjudul "*Triple Bottom Line*" dengan 3P tipe. 3P tipe itu terdiri dari profit yang mendukung laba perusahaan, people yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan yang terakhir planet yang meningkatkan kualitas lingkungan. *Triple Bottom Lines* tersebut digunakan perusahaan agar berdampak pada aspek sosial, lingkungan dan keuangan (Firmansyah & Mahardika, 2018).

Disimpulkan bahwa CSR merupakan kegiatan dalam pertanggungjawaban sosial perusahaan di lingkungan masyarakat dimana kegiatan perusahaan lebih mengutamakan peningkatan laba yang seimbang dengan kesejahteraan masyarakat disekitar perusahaan tersebut. CSR juga salah satu hal yang diperhatikan dalam memperoleh kepercayaan dari investor. Menurut (Mudah & Retnani, 2020) dijelaskan bahwa perusahaan yang menjalankan CSR dengan baik akan memiliki citra baik di mata masyarakat sehingga dapat meningkatkan laba jangka panjang dan mempertahankan kelangsungan perusahaan kedepannya. Citra baik tersebut merupakan investasi untuk memberikan sinyal kepada *stakeholder* dalam pengambilan keputusan yang dapat menguntungkan bagi perusahaan.

2.2 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan CSR adalah komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perusahaan maupun masyarakat (Apriyanti, A & Yuliandhari, 2018). CSR tersebut diungkapkan dalam *sustainability reporting*. Namun, banyak perusahaan yang mengungkapkan aktivitas CSR di dalam laporan tahunan (*annual report*). Pengungkapan CSR tersebut akan berdampak positif pada image masyarakat yang akan mengakibatkan peningkatan penjualan secara jangka panjang akan menghasilkan pertumbuhan laba yang semakin meningkat. Pengungkapan CSR akan menyediakan informasi mengenai aktivitas perusahaan yang dapat mengubah persepsi masyarakat (Lindawati & Puspita, 2015). Pengungkapan tersebut dilakukan dengan harapan dapat memenuhi kebutuhan informasi agar mendapat dukungan dari para *stakeholder* untuk kelangsungan hidup suatu perusahaan. Semakin baik pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan maka *stakeholder* akan semakin memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala aktivitasnya yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan mencapai laba yang diharapkan perusahaan. Menurut Lindawati & Puspita (2015), CSR sendiri dapat menjadi strategi perusahaan untuk memenuhi kepentingan dari para *stakeholder* akan informasi non keuangan perusahaan terkait dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari adanya aktivitas perusahaan.

Pengungkapan CSR ini diukur berdasarkan indikator kinerja *Global Reporting Initiatives* (Trijaya & Riswandari, 2017). GRI ini merupakan organisasi internasional independen yang membentuk bisnis dan organisasi lain yang berpusat di Belanda. GRI yang dipilih adalah GRI G4. GRI G4 adalah standar dari pelaporan terbaru yang diterima dan diterbitkan pada tahun 2013 digunakan sebagai panduan untuk melaporkan laporan berkelanjutan dari perusahaan yang menyajikan informasi terkait isu-isu perusahaan tersebut. GRI ini dipilih karena standar GRI ini lebih fokus pada standar pengungkapan sebagai kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan

perusahaan yang mencakup praktek ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab atas produk dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas hingga pemanfaatan *sustainability report*. Indikator GRI tersebut digunakan untuk mengukur tingkat pengungkapan CSR di suatu perusahaan yang mencakup 91 item sehingga dapat diperolehnya rasio untuk mengukur CSR tersebut yang sudah dijabarkan pada lampiran 1. Rumus yang digunakan dalam mengukur *Corporate Social Responsibility* (CSR), yaitu:

$$\text{CSRDI}_i = \frac{\sum x_{ij}}{n_j} \dots\dots\dots 2.1$$

2.3 Teori Stakeholder

Konsep tanggung jawab sosial telah mulai dikenal sejak tahun 1970 dikenal dengan *Stakeholder Theory*. Teori *stakeholder* ditemukan oleh Milton Freeman tahun 1984, menyebutkan bahwa *stakeholder* merupakan individu atau kelompok yang saling mempengaruhi satu sama lainnya sebagai dampak dari aktivitas-aktivitasnya. Deegan (2004) menyatakan bahwa *stakeholder theory* adalah “teori yang menyatakan bahwa semua *stakeholder* mempunyai hak memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan yang dapat memengaruhi pengambilan keputusan mereka. Para *stakeholder* juga dapat memilih untuk menggunakan atau tidak menggunakan informasi tersebut dan *stakeholder* tidak dapat memainkan peran secara langsung dalam suatu perusahaan”. Oleh karena itu, teori *stakeholder* menegaskan bahwa perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun juga bermanfaat bagi *stakeholder*. Selain itu, perusahaan juga memiliki tujuan tidak hanya mencari keuntungan tetapi perusahaan harus memperhatikan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan perusahaan dengan cara melakukan pengungkapan CSR.

2.4 Kinerja Lingkungan

Menurut (Suaidah & Putri, 2020) menyatakan bahwa kinerja lingkungan merupakan kinerja suatu perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sekitar yang berguna untuk meningkatkan profit suatu perusahaan. Jika lingkungan dan sumber daya disekitar perusahaan sudah terjaga dengan baik, maka bisa dipastikan bahwa kinerja lingkungan perusahaan akan baik pula sehingga keberlanjutan perusahaan akan tetap berlangsung. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* informasi mengenai aktivitas perusahaan yang dapat memengaruhi pengambilan keputusan para *stakeholder*. Jika perusahaan dapat meningkatkan kinerja perusahaan untuk menjaga lingkungannya maka *stakeholder* akan mendukung penuh perusahaan. Dengan begitu tujuan dari perusahaan tidak hanya untuk keuntungan perusahaan saja tetapi perusahaan tetap memperhatikan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan perusahaan.

Kinerja lingkungan dalam penelitian ini diukur menggunakan PROPER. PROPER disebut juga dengan Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam pengelolaan Lingkungan Hidup adalah program penilaian terhadap upaya penanggung jawab kegiatan dalam mengendalikan pencemaran atau kerusakan lingkungan hidup serta pengelolaan limbah B3. PROPER diatur dalam Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor 6 Tahun 2013 tentang PROPER yang diterapkan untuk mengatur mengenai mekanisme dan kriteria penilaian PROPER. PROPER juga merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk mendorong penataan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup melalui instrumen informasi.

PROPER didirikan berdasarkan beberapa prinsip dasar, yang terpenting adalah peserta PROPER bersifat selektif, khususnya untuk industri yang berdampak signifikan terhadap lingkungan dan peduli terhadap citra atau reputasi. Untuk menekan perusahaan dan industri agar lebih meningkatkan

kinerja pengelolaan lingkungannya, PROPER memanfaatkan pasar dan masyarakat agar perusahaan lebih patuh. Pemberdayaan masyarakat dan pasar dilakukan dengan menyebarkan informasi yang kredibel untuk membangun citra atau reputasi. Warna digunakan untuk mengkomunikasikan informasi tentang kinerja perusahaan untuk membantu pemahaman publik.

Kriteria Penilaian PROPER terdiri dari dua kategori, antara lain:

1. Kriteria Penilaian Ketaatan

Menurut Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan menjelaskan bahwa peraturan lingkungan hidup yang digunakan sebagai dasar penilaian berkaitan dengan:

1. Persyaratan dokumen lingkungan dan pelaporannya
2. Pengendalian Pencemaran Air
3. Pengendalian Pencemaran Udara
4. Pengelolaan Limbah Bahan Berbahaya Dan Beracun (B3)
5. Pengendalian Pencemaran Air Laut
6. Potensi Kerusakan Lahan.

2. Kriteria penilaian lebih dari persyaratan dalam peraturan (*Beyond Compliance*)

Kriteria *beyond compliance* lebih bersifat dinamis karena disesuaikan dengan perkembangan teknologi, penerapan praktik-praktik pengelolaan lingkungan terbaik dan isu-isu lingkungan yang bersifat global. Aspek-aspek yang dinilai dalam kriteria *beyond compliance* adalah :

1. Penerapan Sistem Manajemen Lingkungan, perusahaan memiliki sistem yang dapat mempengaruhi supplier dan konsumennya untuk melaksanakan pengelolaan lingkungan dengan baik.
2. Upaya Efisiensi Energi dengan mencakup empat ruang lingkup efisiensi energi
3. Upaya penurunan emisi baik berupa emisi kriteria polutan maupun emisi dari gas rumah kaca dan bahan perusak ozon

4. Implementasi *Reduce, Reuse* dan *Recycle* limbah B3
5. Implementasi *Reduce, Reuse* dan *Recycle* limbah padat non B3 kriteria sama dengan 3R untuk limbah B3
6. Konservasi Air dan Penurunan Beban Pencemaran Air Limbah
7. Perlindungan Keanekaragaman Hayati
8. Program Pengembangan Masyarakat

Berikut merupakan kriteria penilaian pemeringkatan PROPER, antara lain:

Tabel 2.1 Kriteria penilaian pemeringkatan PROPER

No.	Peringkat warna	Penilaian	Score	Penjelasan
1	EMAS	Sangat-sangat baik	5	Konsisten telah menunjukkan keunggulan lingkungan dalam proses produksi dan jasa serta melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat.
2	HIJAU	Sangat baik	4	Melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan dan memanfaatkan sumber daya secara efisien serta melaksanakan CSR dengan baik.
3	BIRU	Baik	3	Melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang disyaratkan sesuai dengan UU.
4	MERAH	Buruk	2	Melakukan upaya pengelolaan lingkungan tetapi belum sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam UU.
5	HITAM	Sangat Buruk	1	Sengaja melakukan kelalaian sehingga mengakibatkan terjadinya pencemaran atau kerusakan lingkungan serta melakukan pelanggaran peraturan UU dan tidak melaksanakan sanksi administrasi.

Sumber: Penilaian PROPER 2019

2.5 Profitabilitas

Menurut (Ningtyas & Triyanto, 2019) profitabilitas adalah suatu angka yang menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu. Rasio profitabilitas dijadikan alat untuk mengukur tingkat efektivitas manajemen perusahaan. Rasio profitabilitas ini dibagi menjadi beberapa jenis, antara lain :

2.5.1 Rasio Pengembalian Aset (*Return On Assets*)

Dengan menggunakan rasio ini, menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada masa lampau yang akan diproyeksikan di masa yang akan datang. Rasio ini juga menunjukkan berapa persen laba bersih atau keuntungan yang diperoleh dari perusahaan yang dihasilkan dari setiap dana yang tertanam dalam total aset yang dimiliki perusahaan. Rumus yang digunakan dalam mengukur ROA, yaitu:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak (EAT)}}{\text{Total Assets}} \times 100\% \dots\dots\dots 2.2$$

2.5.2 Rasio Pengembalian Ekuitas (*Return On Equity*)

Rasio ini digunakan untuk menghitung laba yang diperoleh dari investor yang melakukan investasi di perusahaan tersebut. Cara menghitungnya adalah, penghasilan perusahaan yang didapat terhadap modal yang diinvestasikan oleh investor. Rumus yang digunakan dalam mengukur ROE, yaitu:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}} \times 100\% \dots\dots\dots 2.3$$

2.5.3 Marjin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Rasio ini digunakan untuk mengetahui laba bersih yang sudah diperoleh perusahaan setelah dikurangi pajak yang sudah dibayarkan terhadap pendapatan yang diperoleh dari penjualan. Jika marjin yang dihasilkan semakin tinggi maka hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki tingkat operasional yang baik. Rumus yang digunakan dalam mengukur NPM, yaitu:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak (EAT)}}{\text{Pendapatan Penjualan}} \times 100\% \dots\dots\dots 2.4$$

2.5.4 Marjin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

Jenis perhitungan ini digunakan untuk mengetahui laba yang diperoleh dari suatu perusahaan yang dilihat berdasarkan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang atau jasa. Rumus yang digunakan dalam mengukur GPM, yaitu:

$$\text{GPM} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Pendapatan Penjualan}} \times 100\% \dots\dots\dots 2.5$$

2.5.5 Pengembalian Penjualan (*Return On Sales*)

Rasio yang biasa digunakan untuk mengetahui tingkat keuntungan suatu perusahaan dari setiap penjualan setelah melakukan pembayaran biaya-biaya dari suatu produksi seperti upah pekerja, bahan baku dan lain-lain sebelum dikurangi pajak dan bunga. Rumus yang digunakan dalam mengukur ROS, yaitu:

$$\text{ROS} = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak dan Bunga}}{\text{Pendapatan Penjualan}} \times 100\% \dots\dots\dots 2.6$$

2.5.6 Pengembalian Investasi (*Return On Investment*)

Suatu rasio yang digunakan untuk mengukur adanya tingkat kemampuan suatu perusahaan dalam mendapatkan adanya keuntungan terhadap semua jumlah aktiva yang dimiliki. ROI sama dengan ROE jika seluruh investasi yang dilakukan menggunakan modal sendiri. Rumus yang digunakan dalam mengukur ROI, yaitu:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Investasi} - \text{Investasi}}{\text{Investasi}} \times 100\% \dots\dots\dots 2.7$$

Dalam penelitian ini pada rasio profitabilitas mengukur dengan menggunakan *Return On Asset*. *Return On Asset* (ROA) ini mengukur efektivitas atas kinerja perusahaan melalui aktiva ataupun aset yang dimiliki oleh perusahaan yang berguna untuk menghasilkan laba dari modal yang telah diinvestasikan oleh perusahaan (Rusli & Zirman, 2017). Semakin

tinggi rasio ini maka semakin baik perusahaan dengan menggunakan aset dalam memperoleh laba bersih. Artinya perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan memberikan kebebasan kepada manajemen untuk melaksanakan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial.

2.6 Pertumbuhan Penjualan

Menurut (Munsaidah et al., 2016) pertumbuhan penjualan merupakan perubahan tingkat penjualan dalam laporan per tahun. Jika perusahaan selalu mengalami peningkatan dalam penjualannya dan biaya yang dikeluarkan dapat dikondisikan, maka laba yang diperoleh perusahaan akan meningkat dan keuntungan yang diperoleh investor juga akan meningkat. Selain itu, pertumbuhan penjualan adalah suatu indikator dari penerimaan pasar atas produk atau jasa yang dihasilkan serta pendapatan yang dihasilkan dari penjualan tersebut dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan.

Perusahaan dengan kinerja yang tinggi maka akan meningkatkan nilai perusahaan dalam proses pembentukan image yang sangat berpengaruh untuk mendapatkan kepercayaan dari para stakeholder (Rofiqkoh & Priyadi, 2016). Tingginya tingkat kepercayaan *stakeholder* akan cenderung pada lebih banyaknya perusahaan untuk melaporkan pengungkapan CSR. Perhitungan tingkat pertumbuhan penjualan dengan membandingkan antara penjualan akhir periode dengan penjualan yang dijadikan tahun dasar (penjualan akhir periode sebelumnya). Apabila presentase perbandingannya semakin besar, maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan semakin baik atau lebih baik dari periode sebelumnya. Rumus yang digunakan dalam mengukur pertumbuhan penjualan, yaitu:

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Total penjualan sesudah} - \text{Total penjualan sebelum}}{\text{Total penjualan sebelum}} \times 100\% \dots\dots\dots 2.8$$

2.7 Ukuran Perusahaan

Menurut (Putri & Yuliandhari, 2020) dalam penelitiannya dinyatakan ukuran

perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya suatu perusahaan dinilai dari berbagai cara antara lain dengan total aktiva, log size, nilai pasar saham, dan lain-lain. Semakin besar nilai dari item-item tersebut maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan sehingga memungkinkan dan membutuhkan tingkat pengungkapan secara luas. Besar kecilnya perusahaan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam menanggung risiko yang mungkin terjadi dari berbagai masalah yang dihadapi perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dihitung menggunakan logaritma natural dari total aset sehingga data total aset dapat terdistribusi normal. Logaritma natural adalah logaritma dengan basis bilangan e yang merupakan bilangan nyata dengan desimal tak terbatas. Rumus yang digunakan dalam mengukur ukuran perusahaan, yaitu:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Log natural (Total Aset)} \dots\dots\dots 2.9$$

2.8 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Apriyanti & Yuliandhari (2018)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan <i>Sales Growth</i> terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Indeks LQ-45 Non-Keuangan	Independen (X) : Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Sales Growth</i> Dependen (Y) : Pengungkapan CSR	Secara simultan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan <i>Sales Growth</i> berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR. Secara parsial, Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan negatif terhadap Pengungkapan CSR, Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap Pengungkapan CSR dan <i>Sales Growth</i> berpengaruh tidak signifikan terhadap Pengungkapan CSR.	Pada penelitian sebelumnya membahas tentang Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan <i>Sales Growth</i> terhadap Pengungkapan CSR dengan sampel penelitian pada Perusahaan Indeks LQ-45 Non-Keuangan. Sedangkan pada penelitian ini membahas tentang variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian sebelumnya yaitu Kinerja Lingkungan dengan sampel penelitian pada Perusahaan Energi.
No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan

2	Ayem & To Wea Nuwa (2021)	Pengaruh Likuiditas, <i>Leverage</i> dan <i>Sales Growth</i> terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi	Independen (X) : Likuiditas, <i>Leverage</i> dan <i>Sales Growth</i> Dependen (Y) : Pengungkapan CSR	Secara parsial likuiditas, <i>leverage</i> dan <i>sales growth</i> berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan CSR.	Pada penelitian sebelumnya membahas tentang Likuiditas, <i>Leverage</i> dan <i>Sales Growth</i> terhadap Pengungkapan CSR dengan sampel penelitian pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi. Sedangkan pada penelitian ini membahas tentang variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian sebelumnya yaitu Kinerja Lingkungan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dengan sampel penelitian pada Perusahaan Energi.
3	Dewanti & Afif (2022)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, ROA dan <i>Sales Growth</i> terhadap pengungkapan CSR pada Perusahaan Sektor Property dan Real Estate	Independen (X) : Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, ROA dan <i>Sales Growth</i> Dependen (Y) : Pengungkapan CSR	Secara parsial, ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan CSR, ROA berpengaruh signifikan negatif terhadap pengungkapan CSR serta ukuran dewan komisaris dan <i>sales growth</i> berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Secara simultan, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, ROA dan <i>sales growth</i> berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR	Pada penelitian sebelumnya membahas tentang Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, ROA dan <i>Sales Growth</i> terhadap Pengungkapan CSR dengan sampel penelitian pada Perusahaan Sektor Property dan Real Estate. Sedangkan pada penelitian ini membahas tentang variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian sebelumnya yaitu Kinerja Lingkungan dan Profitabilitas dengan sampel penelitian pada Perusahaan Energi.
4	Hidayat (2022)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Pertambangan	Independen (X) : Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Kinerja Lingkungan Dependen (Y) : Pengungkapan CSR	Secara simultan dan parsial Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Kinerja Lingkungan berpengaruh tidak signifikan terhadap Pengungkapan CSR.	Pada penelitian sebelumnya membahas tentang Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Pertambangan. Sedangkan pada penelitian ini membahas tentang variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian sebelumnya yaitu <i>Sales Growth</i> dengan sampel penelitian pada Perusahaan Energi.
No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan

5	Metri et.al., (2021)	Pengaruh Kinerja Lingkungan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Saham Publik terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Manufaktur	Independen (X) : Kinerja Lingkungan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Kepemilikan Saham Publik Dependen (Y) : Pengungkapan CSR	Secara parsial, Kinerja lingkungan dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap Pengungkapan CSR serta Kepemilikan Saham Publik berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan Profitabilitas berpengaruh tidak signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Secara simultan Kinerja Lingkungan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Saham Publik berpengaruh signifikan positif terhadap Pengungkapan CSR.	Pada penelitian sebelumnya membahas tentang Kinerja Lingkungan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Saham Publik terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Manufaktur. Sedangkan pada penelitian ini membahas tentang variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian sebelumnya yaitu <i>Sales Growth</i> dengan sampel penelitian pada Perusahaan Energi.
6	Mudah & Retnani (2020)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan <i>Sales Growth</i> terhadap Pengungkapan CSR pada perusahaan LQ-45	Independen (X) : Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan <i>Sales Growth</i> Dependen (Y) : Pengungkapan CSR	Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap Pengungkapan CSR. Sedangkan <i>Sales Growth</i> berpengaruh tidak signifikan terhadap Pengungkapan CSR.	Pada penelitian sebelumnya membahas tentang Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan <i>Sales Growth</i> terhadap Pengungkapan CSR pada perusahaan LQ-45. Sedangkan pada penelitian ini membahas tentang variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian sebelumnya yaitu Kinerja Lingkungan dengan sampel penelitian pada Perusahaan Energi.
7	Putra & Setiawan (2022)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR	Independen (X) : Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan Dependen (Y) : Pengungkapan CSR	Secara parsial profitabilitas, <i>leverage</i> dan ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR.	Pada penelitian sebelumnya membahas tentang Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR pada perusahaan LQ-45. Sedangkan pada penelitian ini membahas tentang variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian sebelumnya yaitu Kinerja Lingkungan dengan sampel penelitian pada Perusahaan Energi.

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
-----	---------------	------------------	---------------------	------------------	-----------

8	Putri & Yuliandari (2020)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Sales Growth</i> dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Indeks Kompas 100	Independen (X) : Profitabilitas, <i>Sales Growth</i> dan Ukuran Perusahaan Dependen (Y) : Pengungkapan CSR	Profitabilitas dan <i>Sales Growth</i> berpengaruh tidak signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Sedangkan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap Pengungkapan CSR.	Pada penelitian terdahulu membahas tentang Profitabilitas, <i>Sales Growth</i> dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Indeks Kompas 100. Sedangkan pada penelitian ini membahas tentang variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian sebelumnya yaitu Kinerja Lingkungan dengan sampel penelitian pada Perusahaan Energi.
9	Rofiqkoh & Priyadi (2016)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR	Independen (X) : Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan Dependen (Y) : Pengungkapan CSR	Secara parsial, profitabilitas berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan <i>leverage</i> dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan CSR. Secara simultan profitabilitas, <i>leverage</i> dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.	Pada penelitian sebelumnya membahas tentang Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan <i>Sales Growth</i> terhadap Pengungkapan CSR pada perusahaan LQ-45. Sedangkan pada penelitian ini membahas tentang variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian sebelumnya yaitu Kinerja Lingkungan dengan sampel penelitian pada Perusahaan Energi.
10	Syane & Jaeni (2021)	Pengaruh <i>Corporate Governance</i> , Kinerja Lingkungan dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR	Independen (X) : <i>Corporate Governance</i> , Kinerja Lingkungan dan Ukuran Perusahaan Dependen (Y) : Pengungkapan CSR	Secara parsial kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan kinerja lingkungan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan CSR.	Pada penelitian sebelumnya membahas tentang Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan <i>Sales Growth</i> terhadap Pengungkapan CSR pada perusahaan LQ-45. Sedangkan pada penelitian ini membahas tentang variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian sebelumnya yaitu Kinerja Lingkungan dengan sampel penelitian pada Perusahaan Energi.

Sumber: Jurnal (Data diolah, 2023)

Tabel 2.3 Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	(Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan CSR)			(Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR)			(Pertumbuhan Penjualan terhadap Pengungkapan CSR)			(Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR)		
		SIG (+)	SIG (-)	UN SIG	SIG (+)	SIG (-)	UN SIG	SIG (+)	SIG (-)	UN SIG	SIG (+)	SIG (-)	UN SIG
1	Apriyanti & Yuliandhari (2018)				√					√		√	
2	Ayem & To Wea Nuwa (2021)							√					
3	Dewanti & Afif (2022)					√				√	√		
4	Hidayat (2022)			√			√						√
5	Metri et.al., (2021)	√					√				√		
6	Mudah & Retnani (2020)				√					√	√		
7	Putra & Setiawan (2022)						√						√
8	Putri & Yuliandari (2020)						√			√	√		
9	Rofiqkoh & Priyadi (2016)						√				√		
10	Syane & Jaeni (2021)	√											√

Sumber: Jurnal (Data diolah, 2023)

2.9 Kerangka Pemikiran

2.9.1 Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut (Suaidah & Putri, 2020) menyatakan bahwa kinerja lingkungan merupakan kinerja suatu perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sekitar dan membantu meningkatkan profit perusahaan. Kinerja lingkungan ini merupakan bagian dari CSR dikarenakan kinerja lingkungan akan diungkapkan dalam Laporan *Corporate Social Responsibility* untuk menggambarkan tanggungjawab yang telah dilakukan perusahaan (Syane & Jaeni, 2021). Sehingga jika nilai kinerja lingkungannya meningkat maka pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan juga ikut meningkat. Dengan begitu, citra perusahaan akan menjadi baik karena perusahaan menjaga lingkungannya dengan baik sehingga

stakeholder akan memberikan dukungan penuh yang diharapkan dapat meningkatkan laba yang akan didapatkan oleh perusahaan.

Hal ini selaras dengan penelitian Metri et al., (2021) dan Syane & Jaeni (2021) seberapa berpengaruh kinerja lingkungan perusahaan untuk melakukan pengelolaan lingkungan sehingga akan berdampak pada pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.9.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Profitabilitas merupakan salah satu faktor penting untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan dikarenakan suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan. (Ningtyas & Triyanto, 2019) menyatakan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu. Dengan profitabilitas yang semakin meningkat setiap tahunnya maka pengungkapan CSR yang akan dilakukan oleh perusahaan juga ikut meningkat. Dengan meningkatnya profitabilitas akan memberikan kemudahan kepada manajemen perusahaan untuk lebih luas dalam melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Apriyanti & Yuliandhari, 2018). Hal tersebut akan memberikan pandangan positif dari masyarakat maupun *stakeholder*. Dengan begitu pengungkapan informasi perusahaan terkait CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan akan semakin banyak.

Menurut teori *stakeholder*, untuk memiliki kemampuan kinerja

keuangan yang baik maka perusahaan akan melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas kepada publik dan *stakeholders*. Hal tersebut dikemukakan pada penelitian Apriyanti & Yuliandhari (2018) bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Oleh karena itu, hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

2.9.3 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut (Munsaidah et al., 2016) pertumbuhan penjualan merupakan perubahan tingkat penjualan dalam laporan per tahun. Jika perusahaan selalu mengalami peningkatan dalam penjualannya dan biaya yang dikeluarkan dapat dikondisikan, maka laba yang diperoleh perusahaan akan meningkat. Laju pertumbuhan penjualan akan mempengaruhi kemampuan perusahaan mempertahankan keuntungan. Jika pertumbuhan penjualan semakin meningkat dapat mencerminkan bahwa penerimaan pasar atas produk suatu perusahaan tersebut dikatakan baik. Laju pertumbuhan penjualan tersebut akan mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mempertahankan keuntungan untuk mendanai perusahaan di masa yang akan datang. Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi akan mendapat perhatian dari *stakeholder* dengan begitu perusahaan cenderung akan lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan (Putri & Yuliandhari, 2020).

Dengan semakin tingginya tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan maka perusahaan tersebut telah berhasil dalam melaksanakan strateginya. Pertumbuhan penjualan ini sesuai dengan teori *stakeholder*, yang menegaskan bahwa pertumbuhan penjualan akan meningkat maka perusahaan akan melakukan pengungkapan

CSR secara terbuka sehingga perusahaan akan memiliki citra yang baik di masyarakat. Pengungkapan CSR yang semakin banyak akan memberikan peningkatan dukungan dari *stakeholder* atas segala aktivitas perusahaan tersebut dengan begitu perusahaan cenderung akan lebih banyak untuk melaporkan pengungkapan CSR. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Apriyanti & Yuliandhari (2018) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Oleh karena itu, hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

2.9.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Ukuran Perusahaan merupakan skala untuk menilai besar dan kecilnya perusahaan (Putri & Yuliandhari, 2020). Ukuran perusahaan ini sesuai dengan konsep *stakeholder* dalam penelitian Widyatmoko dalam (Tampubolon & Siregar, 2019), bahwa perusahaan besar mempunyai jumlah *stakeholder* yang banyak sehingga akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mendapatkan dukungan dari *stakeholder*. Semakin besarnya ukuran perusahaan akan semakin berpengaruh lebih besar terhadap pengungkapan CSR yang harus dilakukan. Berdasarkan pada penelitian yang dikemukakan oleh Apriyanti & Yuliandhari (2018) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Oleh karena itu, hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

2.10 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tinjauan pustaka yang telah dijelaskan sebelumnya maka hipotesis penelitian ini adalah:

H₁ : Kinerja Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan
Corporate Social Responsibility

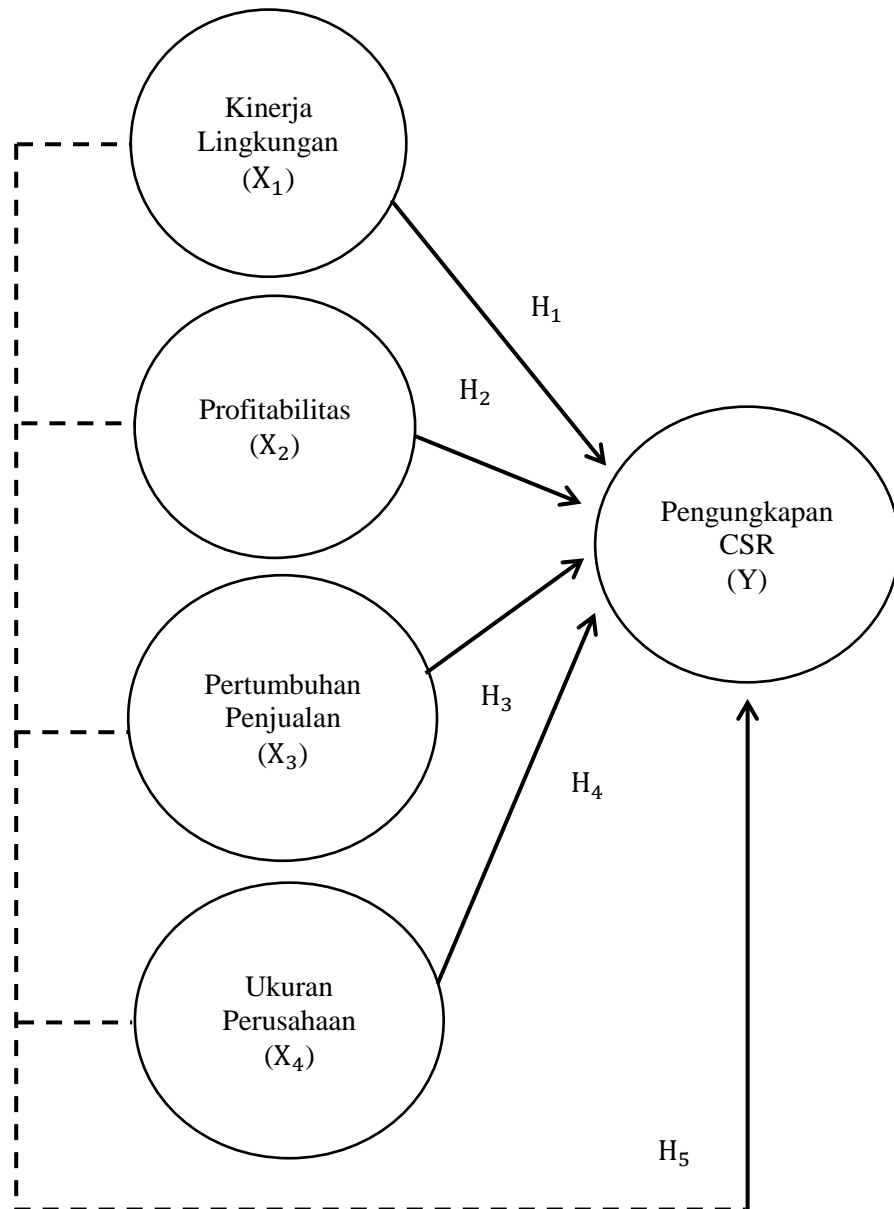
H₂ : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan
Corporate Social Responsibility

H₃ : Pertumbuhan Penjualan berpengaruh signifikan terhadap
Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

H₄ : Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan
Corporate Social Responsibility

H₅ : Kinerja Lingkungan, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan dan
Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan
Corporate Social Responsibility

Model hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Model Hipotesis

Keterangan :

- = Secara Parsial
 —————> = Secara Simultan

III. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma kuantitatif. Paradigma kuantitatif ini menggunakan pengukuran variabel-variabel penelitian dalam skala angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik untuk menguji teori-teori. Contoh dari jenis penelitian yang menggunakan paradigma kuantitatif adalah penelitian-penelitian dengan pendekatan deduktif yang bertujuan untuk menguji hipotesis (Radjab & Jam'an, 2017).

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian penjelasan (eksplanasi). Penelitian eksplanasi tersebut merupakan penelitian untuk mengkaji hubungan sebab-akibat diantara dua fenomena atau lebih. Penelitian ini digunakan untuk menentukan kevalidan antara dua atau lebih yang saling bersaing maupun keterkaitan sebab akibat. Tujuan dari penelitian eksplanasi adalah menjelaskan sebab akibat dalam permasalahan penelitian tersebut (Radjab & Jam'an, 2017). Penelitian ekplanasi juga digunakan untuk membuktikan pengaruh antar variabel. Variabel yang akan dibuktikan dalam penelitian ini adalah kinerja lingkungan, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR. Penelitian ini juga bertujuan untuk memperkuat atau menolak hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dengan menggunakan data yang telah tersedia sehingga penelitian ini termasuk ke dalam studi empiris pada Perusahaan Energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 – 2021.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan jumlah keseluruhan unit analisis yang cirinya akan dianalisis. Populasi ini berupa benda hidup maupun benda mati, dimana sifat-sifat yang ada pada objek riset dapat diukur atau diteliti. Populasi dalam penelitian ini ialah Perusahaan Energi yang terdaftar dan tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebanyak 78 perusahaan.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti yang dapat menggambarkan keadaan atau ciri populasi. Pemilihan data dan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan *judgment sampling* yang artinya pertimbangan kriteria tertentu yang telah ditentukan.

Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Perusahaan yang termasuk dalam sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Perusahaan energi yang telah mempublikasikan laporan tahunan (*annual report*) selama tahun 2016 - 2021.
3. Perusahaan yang mendapatkan penilaian peringkat PROPER selama tahun 2016 - 2021.
4. Perusahaan energi yang mengungkapkan data yang berkaitan dengan kinerja lingkungan, profitabilitas, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) selama tahun 2016 - 2021.

Berdasarkan kriteria sampel di atas, maka sampel penelitian yang terdiri dari 18 perusahaan dengan 6 tahun pengamatan. Sehingga unit analisis dalam penelitian ini adalah sebanyak $18 \times 6 \text{ tahun} = 108$ unit analisis. Berikut ini daftar sampel perusahaan, ialah:

Tabel 3.1 Daftar Sampel Perusahaan

No.	Kode	Nama Perusahaan
1	ADRO	Adaro Energy Indonesia Tbk.
2	AKRA	AKR Corporindo Tbk.
3	BIPI	Astrindo Nusantara Infrastruktur Tbk.
4	BSSR	Baramulti Suksessarana Tbk.
5	BUMI	Bumi Resources Tbk.
6	BYAN	Bayan Resources Tbk.
7	DOID	Delta Dunia Makmur Tbk.
8	ENRG	Energi Mega Persada Tbk.
9	GEMS	Golden Energy Mines Tbk.
10	HRUM	Harum Energy Tbk.
11	INDY	Indika Energy Tbk.
12	ITMG	Indo Tambangraya Megah Tbk.
13	MBAP	Mitrabara Adiperdana Tbk.
14	MEDC	Medco Energi Internasional Tbk.
15	PGAS	Perusahaan Gas Negara Tbk.
16	PTBA	Bukit Asam Tbk.
17	SMMT	Golden Eagle Energy Tbk.
18	TOBA	TBS Energi Utama Tbk.

Sumber: *www.idx.co.id (data diolah, 2023)*

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian ini, yakni menggunakan metode dokumentasi. Metode dokumentasi ini diperoleh dengan cara mengumpulkan data maupun informasi pada laporan tahunan terkait yang menjadi sampel penelitian. Data tersebut diperoleh dari data yang lengkap dan valid yang telah diterbitkan situs Bursa Efek Indonesia (BEI) maupun situs perusahaan resmi masing-masing perusahaan pada sektor energi tahun 2016 – 2021.

3.4 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

3.4.1 Variabel Penelitian

Penelitian ini mengklasifikasikan variabel menjadi dua macam, yaitu:

1. Variabel terikat (*dependent variable*)

Menurut Paramita et.al., (2021) variabel terikat adalah suatu variabel dimana faktor keberadaannya dipengaruhi oleh variabel bebas. Hakekat sebuah masalah dan tujuan dalam penelitian tercermin dalam variabel dependen yang digunakan. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

2. Variabel bebas (*independent variable*)

Menurut Paramita et.al., (2021) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik pengaruh positif maupun negatif. Variabel bebas bertujuan untuk menjelaskan bagaimana masalah dalam penelitian dipecahkan. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kinerja lingkungan, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan.

3.4.2 Definisi Konseptual

1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengungkapan CSR merupakan wujud dari implementasi CSR perusahaan dalam kurun waktu tertentu yang akan dipublikasikan sehingga meningkatkan keuntungan yang akan diperoleh perusahaan. Kegiatan CSR ini bukan lagi digunakan sebagai saran biaya melainkan digunakan sebagai investasi bagi perusahaan untuk pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan dalam meraih keuntungan. Selain itu, pengungkapan CSR pada masa ini sudah dianggap menjadi suatu kepentingan bagi perusahaan, selain sebagai bentuk ketaatan terhadap hukum dan

untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan (Apriyanti, A & Yuliandhari, 2018).

2. Kinerja Lingkungan

Dilaksanakannya pengelolaan lingkungan yang baik akan menjauhkan dari pandangan buruk masyarakat sekaligus meningkatkan kualitas produk yang dapat meningkatkan laba perusahaan merupakan dampak dari dilaksanakannya pengelolaan lingkungan yang baik (Putra, 2018). Kinerja lingkungan mengacu pada usaha perusahaan untuk menciptakan hubungan antara perusahaan dan lingkungan yang berdampak meningkatnya keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan.

3. Profitabilitas

Profitabilitas ialah tingkat keuntungan atau manfaat bersih dimana bisa didapatkan oleh perusahaan ketika mempertahankan bisnisnya (Nagara & Pangaribuan, 2021). Profitabilitas digunakan untuk mengukur seberapa baik kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan (Putra & Setiawan, 2022).

4. Pertumbuhan Penjualan

Menurut Kusuma dalam (Mudah & Retnani, 2020) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan antar tahun ke tahun. Sedangkan menurut (Mudah & Retnani, 2020) pertumbuhan penjualan yang tinggi juga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu yang dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang.

5. Ukuran Perusahaan

Menurut Mudah & Retnani (2020) ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk dapat menjelaskan pengungkapan sosial di laporan tahunan yang dibuat perusahaan. Perusahaan yang memiliki aktivitas operasi dan pengaruh terhadap masyarakat yang lebih besar akan memiliki pemegang saham yang mungkin memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dan laporan tahunan yang akan digunakan untuk menyebarkan informasi tentang CSR tersebut.

3.4.3 Definisi Operasional

Tabel 3.2 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran	Skala
Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Pengungkapan CSR adalah suatu kegiatan mempublikasikan aktivitas yang dilakukan perusahaan dengan melestarikan lingkungan agar dapat memaksimalkan profit dan kesejahteraan masyarakat dalam jangka panjang.	$CSRDI_{ij} = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$ Menggunakan GRI generasi ke 4 (G4) yang berjumlah mencapai 91 indikator untuk menentukan item yang termasuk atau tidaknya pada kriteria CSR yang sudah dijabarkan pada lampiran 2.	Rasio
Kinerja Lingkungan	Kinerja lingkungan adalah kinerja suatu perusahaan dalam melakukan pelestarian lingkungan guna meningkatkan profit jangka panjang yang didapatkan perusahaan.	PROPER menggunakan pemeringkatan warna, seperti: Emas Sangat-sangat baik 5 Hijau Sangat baik 4 Biru Baik 3 Merah Buruk 2 Hitam Sangat Buruk 1	Rasio
Profitabilitas	Rasio profitabilitas adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuangan pada tingkat penjualan, asset dan modal saham. Rasio yang sering digunakan adalah ROA sebagai pengukuran kemampuan perusahaan menghasilkan laba.	$ROA = \frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Total Assets}}$ X 100 %	Rasio

Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran	Skala
Pertumbuhan Penjualan (Sales Growth)	Pertumbuhan penjualan adalah suatu pertumbuhan yang mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam mendanai kesempatan-kesempatan pada masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan tinggi, maka akan mencerminkan bahwa pendapatan meningkat sehingga pembayaran dividen cenderung meningkat.	$\text{Pertumbuhan penjualan} = \frac{\text{Sales}_1 - \text{Sales}_0}{\text{Sales}_0} \times 100\%$	Rasio
Ukuran Perusahaan	Ukuran perusahaan mengategorikan besar kecilnya suatu perusahaan berdasarkan total aset yang dimilikinya.	Size = Log n (total aset)	Rasio

Sumber: Jurnal (data diolah, 2023)

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif, analisis regresi model data panel, penentuan model regresi dan pengujian hipotesis dengan alat analisis data *Software Microsoft Excel* dan *E-views 12*.

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi (Radjab & Jam'an, 2017). Statistik deskriptif terdiri dari penghitungan mean, median, standar deviasi, maksimum, dan minimum (Silviana & Krisnawati, 2020).

3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda Model Data Panel

Uji regresi bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi berganda biasanya dipakai untuk menghitung besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan kejadian (variabel X) terhadap kejadian lainnya (variabel Y). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen.

Persamaan model regresi dalam penelitian ini adalah:

$$\text{CSR} = \beta_0 + \beta_1 \text{PROPER} + \beta_2 \text{ROA} + \beta_3 \text{SG} + \beta_4 \text{SIZE} + e \dots \dots \dots 3.1$$

Keterangan:

CSR	=	<i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>
β_0	=	Parameter Konstanta
$\beta_1 - \beta_4$	=	Koefisien Regresi
PROPER	=	Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam pengelolaan Lingkungan Hidup
ROA	=	<i>Return On Assets</i>
SG	=	Pertumbuhan penjualan (<i>Sales Growth</i>)
SIZE	=	Ukuran Perusahaan
e	=	Standar <i>Error</i>

Data panel merupakan gabungan data antar waktu (*time series*) dengan data antar individu (*cross section*).

3.6 Penentuan Model Regresi Data Panel

Untuk menentukan model regresi menggunakan data panel dapat dilakukan melalui tiga pendekatan, antara lain *Common Effect Model (CEM)*, *Fixed Effect Model (FEM)*, atau *Random Effect Model (REM)*. Maka dalam penelitian ini untuk mengetahui model terbaik yang dapat digunakan dalam

menganalisis maka dilakukan pengujian terlebih dahulu menggunakan Uji Chow dan Uji Hausman.

3.6.1 Uji Chow

Uji Chow dilakukan untuk memilih atau membandingkan yang terbaik untuk digunakan antara *Common Effect Model* atau *Fixed Effect Model* dalam mengestimasi data panel. Pengambilan keputusan dengan melihat nilai probabilitas untuk *Cross-Section F*.

Rumus pada Uji Chow ialah:

$$\text{CHOW} = \frac{(RRSS - URSS) / (N - 1)}{URSS / (NT - N - K)} \dots\dots\dots 3.2$$

Keterangan:

RRSS = *Retricted Residual Sum Square* (merupakan *Sum of Square Residual* yang diperoleh dari estimasi data panel dengan metode *common effect*)

URSS = *Unrestricted Residual Sum Square* (merupakan *Sum of Square Residual* yang diperoleh dari estimasi data panel dengan metode *fixed effect*)

N = Jumlah data *cross section*

T = Jumlah data *times series*

K = Jumlah variabel penjelas

Pengujian ini dilakukan dengan hipotesis berikut:

H_0 = *Common Effect Model*

H_1 = *Fixed Effects Model*

Pedoman yang digunakan dalam mengambil keputusan Uji Chow, dengan asumsi berikut:

- a. H_0 diterima jika nilai probabilitas *Cross-section F* maupun *Chi-square* yang diperoleh $> 0,05$ maka model yang digunakan adalah *Common Effects Model*.

- b. H_0 ditolak jika nilai probabilitas *Cross-section F* maupun *Chi-square* yang diperoleh $< 0,05$ maka model yang digunakan adalah *Fixed Effect Model*.

Jika hasil Uji Chow menyatakan bahwa H_0 diterima maka dalam menentukan regresi data panel menggunakan *Common Effect Model* maka pengujian berhenti di tahap ini. Apabila hasil Uji Chow menyatakan bahwa H_0 ditolak maka dalam menentukan regresi data panel menggunakan *Fixed Effects Model* maka pengujian akan berlanjut pada Uji Hausman dan kemudian diakhiri dengan Uji Lagrange Multiplier (LM).

3.6.2 Uji Hausman

Uji yang digunakan untuk memilih atau membandingkan model yang terbaik antara *Fixed Effects* atau *Random Effects* yang paling sesuai digunakan adalah Uji Hausman. Pengambilan keputusan dengan melihat nilai probabilitas untuk *Cross-Section Random*.

Rumus pada uji hausman ialah:

$$W = X^2 [K] \dots \dots \dots 3.3$$

Keterangan:

W = Nilai tes *Chi-square* hitung

Pengujian ini dilakukan hipotesis sebagai berikut:

H_0 = *Random Effects Model*

H_1 = *Fixed Effects Model*

Pedoman yang digunakan dalam mengambil keputusan Uji Hausman:

- a. H_0 diterima jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka model yang digunakan adalah *Random Effects*.
- b. H_0 ditolak jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka model yang digunakan adalah *Fixed Effects*.

3.6.3 Uji Lagrange Multiplier (LM)

Uji LM bertujuan untuk memastikan model mana yang akan digunakan apabila hasil *Fixed Effects* dan *Random Effects* tidak konsisten. Misalnya pada Uji Chow yang sesuai adalah *Fixed Effects Model* tetapi pada saat dilakukannya Uji Hausman yang sesuai adalah *Random Effects Model*. Untuk memutuskan model mana yang paling tepat untuk digunakan dalam mengestimasi data panel maka dilakukanlah Uji LM. Uji signifikansi LM ini dikembangkan oleh Bruesch-pagan.

Pengujian ini dilakukan dengan hipotesis berikut:

H_0 = *Common Effect Model*

H_a = *Random Effects Model*

Pedoman yang digunakan dalam mengambil keputusan dalam Uji LM yaitu:

- a. H_0 diterima jika nilai probabilitas *Breusch Pagan* $> 0,05$ maka model yang digunakan adalah *Common Effects*.
- b. H_a ditolak jika nilai probabilitas *Breusch Pagan* $< 0,05$ maka model yang digunakan adalah *Random Effects*.

3.7 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah uji yang menggunakan uji parsial untuk memberikan pembuktian diterima atau ditolaknya pengujian hipotesis penelitian. Uji hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui apakah kinerja lingkungan, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016 – 2021 baik. Untuk menguji pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) baik secara parsial maupun bersama-sama dilakukan dengan uji parsial (uji t), uji simultan (uji F) dan uji koefisien determinasi (R^2).

3.7.1 Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen signifikan atau tidak.

Rumus pada Uji t (Parsial) ialah:

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \dots \dots \dots 3.4$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

Pedoman yang digunakan dalam mengambil keputusan Uji t:

1. Apabila nilai probabilitas > 0,05 maka H₀ diterima dan H_a ditolak
maka variabel x berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel y
2. Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka H₀ ditolak dan H_a diterima
maka variabel x berpengaruh signifikan terhadap variabel y

3.7.2 Uji F (Simultan)

Uji F merupakan uji model yang menunjukkan apakah model regresi untuk diolah lebih lanjut. Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel dependen.

Rumus pada Uji F (Simultan) ialah:

$$F = \frac{R^2 / (n-1)}{(1-R^2)/(n-k)} \dots \dots \dots 3.5$$

Keterangan:

R² = Koefisien determinasi

n = Jumlah anggota sampel

k = Jumlah variabel independen

Pedoman yang digunakan dalam mengambil keputusan Uji F:

1. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
maka variabel x berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel y
2. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
maka variabel x berpengaruh signifikan terhadap variabel y

3.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Rumus koefisien determinasi ialah:

$$R^2 = \frac{\beta_1 \sum \text{PROPER } y + \beta_2 \sum \text{ROA } y + \beta_3 \sum \text{SG } y + \beta_4 \sum \text{SIZE } y}{\sum y^2} \dots\dots\dots 3.6$$

Keterangan:

- R^2 = Koefisien Determinasi
- β_{1-3} = Koefisien regresi variabel independen
- PROPER = Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam pengelolaan Lingkungan Hidup
- ROA = *Return On Assets*
- SG = Pertumbuhan penjualan (*Sales Growth*)
- SIZE = Ukuran Perusahaan
- y = *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)*

Berikut ini ialah tabel pedoman interpretasi koefisien determinasi (R^2):

Tabel 3.3 Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi (R^2)

Interval Koefisien	Tingkat Korelasi
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 2017

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kinerja lingkungan, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan energi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2016-2021. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka hasil analisis dan pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa:

1. Kinerja Lingkungan berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
2. Profitabilitas berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
3. Pertumbuhan Penjualan berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
4. Ukuran Perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
5. Kinerja lingkungan, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

5.2 Saran

Penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kinerja lingkungan, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021, terdapat

beberapa saran dan pertimbangan yang diberikan pada penelitian berikut ini:

1. Aspek Teoritis

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penambahan variabel independen lainnya yang lebih bervariasi, penambahan sampel kemudian melakukan pengujian kembali terhadap variabel independen agar dapat berpengaruh terhadap variabel dependen sehingga dapat mengukur dan mengetahui apa saja yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

2. Aspek Praktis bagi Perusahaan

Saran bagi perusahaan untuk meningkatkan dan memperhatikan dengan baik kinerja lingkungan di perusahaan agar dapat berdampak baik di lingkungan sekitar perusahaan. Sebaiknya perusahaan lebih memperhatikan penjualan perusahaan agar pertumbuhannya semakin meningkat sehingga profitabilitas yang didapatkan oleh perusahaan juga semakin meningkat. Dengan meningkatnya keuntungan akan menjadikan perusahaan menjadi besar. Dengan ukuran perusahaan yang besar akan lebih meningkatkan dan memperhatikan pengungkapan CSR yang dilakukan seperti tentang aspek sosial maupun lingkungan sehingga situasi di perusahaan menjadi lebih kondusif serta memiliki citra yang baik di masyarakat.

3. Saran Praktis bagi Investor

Saran untuk investor perlu memperhatikan kinerja lingkungan di perusahaan energi agar pengungkapan CSR yang dilakukan akan semakin luas dalam melakukan pengungkapan CSR. Selain itu, investor juga agar terhindarnya dari resiko bisnis sehingga investor perlu memperhatikan dari segi pertumbuhan penjualan produk di perusahaan agar mendapatkan keuntungan yang meningkat. Dengan keuntungan yang meningkat akan membuat perusahaan tersebut menjadi besar. Dengan ukuran perusahaan yang besar akan memperluas informasi perusahaan, salah satunya CSR. Sehingga dapat terus meningkatkan keuntungan yang akan didapatkan oleh investor.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, A & Yulianhari, W. S. (2018). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas , Dan Sales Growth Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. E-Proceeding Of Management.
- Ayem, S., & To Wea Nuwa, R. (2021). Pengaruh likuiditas , leverage dan sales growth terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi Effect of liquidity , leverage and sales growth on the disclosure of corporate social responsibility with. *Forum Ekonomi*, 23(4), 791–803.
<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI/article/view/10090/0>
- Dewanti, I., & Afif, A. S. (2022). Pengaruh Size, Ukuran Dewan Komisaris, ROA dan Sales Growth terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(10), 4112–4119.
<https://doi.org/10.54371/jiip.v5i10.929>
- Dewi, N. K. N., & Wirasedana, I. W. P. (2017). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Ekonomi. *E-Jurnal Akuntansi*, 20(1), 526–554.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/download/29119/19363>
- Haholongan, R. (2016). Kinerja Lingkungan dan Kinerja Ekonomi Perusahaan Manufaktur Go Public. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(3), 413.
<https://doi.org/10.24914/jeb.v19i3.477>
- Hidayat, M. F. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitablitas Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Disclosure. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(10), 4256–4265. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i10.1653>
- Kartini, P. T., Maiyarni, R., & Tiswiyanti, W. (2019). Pengaruh Return on Asset (ROA), Return on Equity (ROE) dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(2), 343–366. <https://doi.org/10.17509/jrak.v7i2.15636>

- Lindawati, A. S. L., & Puspita, M. E. (2015). CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY : IMPLIKASI STAKEHOLDER DAN LEGITIMACY GAP DALAM PENINGKATAN KINERJA PERUSAHAAN. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(1), 157–174.
<https://doi.org/10.18202/jamal.2015.04.6013>
- Metri, Nurwati, S., & Sarlawa, R. (2021). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen, Dan Bisnis, Akuntansi*, 1(1), 36–44.
- Mudah, K. M., & Retnani, E. D. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Sales Growth terhadap Pengungkapan CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(4), 1–20.
- Munsaidah, S., Andini, R., & Supriyanto, A. (2016). Analisis Pengaruh Firm Size, Age, Profitabilitas, Leverage, dan Growth Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR). *Journal of Accounting*, 2(2), 1–11.
- Nagara, V. A., & Pangaribuan, H. (2021). PENGARUH ROA TERHADAP PENGUNGKAPAN CSR. 46–59.
- Ningtyas, A. A., & Triyanto, D. N. (2019). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Pengungkapan Lingkungan Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *JASa (Jurnal Akuntansi, Audit, Dan Sistem Informasi Akuntansi)*, 3(1), 14–26.
- Putra, & Setiawan, M. A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). 4(3), 611–625.
- Putra, Y. P. (2018). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Intervening. *BALANCE Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 227.
<https://doi.org/10.32502/jab.v2i2.1175>
- Putri, Y. R., & Yuliandhari, W. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Sales Growth, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Indeks Kompas 100 Tahun 2017-2018. *Journal Of Applied Managerial Accounting*, 4(1), 1–11.
- Rahmanda, B., & Njatrijani, R. (2019). Law , Development & Justice Review Aspek Hukum Pemberian Corporate Social Responsibility Perusahaan Law , Development & Justice Review. *Law, Development & Justice Review*, 2(2), 118–134.

- Renyaam, B., Mantiri, M., & Kaseda, V. (2019). Efektivitas Corporate Social Responsibility (Csr) Pt. Freeport Dalam Meningkatkan Pembangunan Di Kabupaten Mimika Provinsi Papua. *Jurnal Eksekutif*, 3(3), 1–11.
file:///C:/Users/user/Downloads/28163-57867-1-SM.pdf
- Retnaningsih, H. (2015). *PERMASALAHAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAM RANGKA PEMBERDAYAAN MASYARAKAT*. 6(2), 177–188.
- Rofiqkoh, E., & Priyadi, M. P. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(10), 1–18.
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/2406>
- Rosdwianti, M. K., AR, M. D., & Z.A, Z. (2016). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN (Studi Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2014). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 19(2), 16–22.
- Rusli, & Zirman, P. (2017). *Pengaruh CSR, Konstitusional,ROA terhadap Tax Avoidance*. 45–59.
- Sanjana, S., & Rizky, M. F. (2018). Analisis Profitabilitas Dalam Menilai Kinerja Keuangan. *E-Journal Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 2(2), 277–293.
- Suaidah, Y. M., & Putri, C. A. K. (2020). Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Foreign *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan Dewantara*, 3(2), 101–109. <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JAD/article/view/666>
- Sugeng, A. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Ukuran Dewan Komisaris Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Go Public Tahun 2016-2018 Di Bursa Efek Indonesia). *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi*, 15(3), 405. <https://doi.org/10.32400/gc.15.3.29211.2020>
- Syane, A. P., & Jaeni, J. (2021). Pengaruh Corporate Governance, Kinerja Lingkungan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(2), 327.
<https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i2.351>

- Tampubolon, E. G., & Siregar, D. A. (2019). PENGARUH PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL. *JURNAL MANEKSI*, 8(2), 223–229.
<https://www.ejournal-polnam.ac.id/index.php/JurnalManeksi/article/download/393/253>
- Trijaya, W., & Riswandari, E. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan Dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Corporate Social *Ekonomi, Manajemen Dan ...*, 20(2), 28–37.
<http://jurnalwahana.aaykpn.ac.id/wahana/article/view/127>