

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* dikemukakan oleh Freeman pada tahun 1984, teori ini mengatakan bahwa pemangku kepentingan adalah perorangan atau badan yang memiliki hubungan saling memengaruhi dalam proses kegiatan perusahaan untuk mencapai tujuannya (Kumalasari dan Endaryati, 2023). Teori *stakeholder* terbagi menjadi dua pendekatan utama yaitu pendekatan etika dan pendekatan manajerial. Teori dengan pendekatan etika menekankan kewajiban perusahaan untuk memperlakukan semua pemangku kepentingan secara adil, tanpa mempertimbangkan sejauh mana pengaruh para *stakeholder* terhadap perusahaan. Sedangkan, pendekatan manajerial berfokus pada pengelolaan hubungan dengan pemangku kepentingan yang memiliki pengaruh lebih besar (Raihan Maulana et al., 2023).

Pemangku kepentingan memiliki peran penting dalam mendukung keberlanjutan suatu perusahaan, karena dapat bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama maupun dapat bertentangan mengenai isu-isu yang dapat mempengaruhi keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang (Awa et al., 2024). Perspektif lain dari pemangku kepentingan yaitu dapat bertindak sebagai penyedia dan penerima manfaat atau sebagai penyedia dan penanggung risiko (Starik & Kanashiro, 2020).

Stakeholder mencakup tiga kelompok besar yaitu berbasis pasar, berbasis sumber daya dan berbasis sosial dan politik. Pemangku kepentingan berbasis pasar terdiri dari pelanggan, mitra dagang, dan pesaing yang berkaitan dengan strategi perusahaan. Pemangku kepentingan berbasis sumber daya terdiri dari pemasok, karyawan, direktur, bank, dan pemilik atau investor yang menyediakan infrastruktur untuk kegiatan operasi perusahaan. Pemangku kepentingan berbasis sosial politik terdiri dari pemerintah, badan pengatur, pemerhati lingkungan, serikat pekerja, partai politik, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), kelompok sosial dan media yang berkaitan dengan tempat perusahaan beroperasi, yang memberikan saran mengenai isu terkait dengan kelestarian lingkungan (Awa et al., 2024).

Teori ini menekankan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh para pemangku kepentingan (*stakeholder*) seperti karyawan, konsumen, masyarakat, pemerintah dan pihak lainnya (Kumalasari dan Endaryati, 2023). Dalam hal ini, perusahaan dipandang memiliki tanggung jawab sosial yang lebih luas, sehingga perlu mempertimbangkan dampak dari setiap aktivitas operasionalnya terhadap berbagai pemangku kepentingan (Saputri et al., 2024). Selain itu, transparansi dan akuntabilitas menjadi aspek penting dalam penerapan teori *stakeholder* dalam praktik CSR (Palupi et al., 2024). Hal tersebut mencakup pelaporan

dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan bukan hanya berorientasi pada aspek ekonomi, tetapi juga bertanggung jawab terhadap aspek sosial dan lingkungan melalui kegiatan CSR (Rahmantari, 2021). Pengungkapan CSR yang lebih luas dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas *stakeholder*, sehingga dapat berdampak pada meningkatnya citra perusahaan, peluang investasi yang lebih besar yang berpotensi dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan (Sabilla, 2020).

Kondisi tersebut menekankan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan, tetapi juga dituntut untuk memperhatikan keseimbangan kepentingan seluruh *stakeholder* yang terlibat dalam aktivitas bisnisnya. Hal ini menjadi penting karena keberlangsungan suatu perusahaan dalam jangka panjang dapat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam membangun, menjaga, dan mengelola hubungan yang baik dengan para pemangku kepentingan. Hubungan yang baik antara perusahaan dan karyawan dapat menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, meningkatkan motivasi, serta loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Disamping itu, perhatian perusahaan terhadap kepuasan pelanggan melalui kualitas produk, pelayanan yang baik, dapat memperkuat kepercayaan konsumen, meningkatkan loyalitas, serta berdampak pada peningkatan penjualan (Saputri et al., 2024). Dengan demikian, penerapan CSR tidak hanya memberikan manfaat sosial, tetapi juga berkontribusi terhadap kinerja dan keberlanjutan perusahaan.

Ukuran perusahaan juga berperan dalam teori ini, karena semakin besar ukuran perusahaan maka semakin banyak pula pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) yang terlibat di dalamnya. Hal ini menyebabkan perusahaan dengan skala besar tidak hanya berfokus pada pencapaian laba, tetapi juga dituntut untuk mampu memenuhi ekspektasi yang lebih besar dari berbagai pihak seperti investor, karyawan, pemerintah, masyarakat, hingga konsumen (Samosir & Panjaitan, 2023). Semakin banyak pihak berkepentingan yang terlibat, maka semakin besar pula tekanan bagi perusahaan untuk menjaga hubungan yang baik dengan seluruh pihak tersebut melalui transparansi, tanggung jawab sosial, dan kinerja yang berkelanjutan. Dengan hal ini, teori ini menjelaskan bahwa keberlanjutan suatu perusahaan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, tetapi juga sangat bergantung pada dukungan dan legitimasi yang diberikan oleh para *stakeholder* (Z. A. Aziz & Kholmi, 2024). Dengan kata lain, perusahaan akan dapat bertahan dan berkembang apabila mampu menyeimbangkan kepentingan ekonomi dengan kepentingan sosial dan lingkungan dari para pemangku kepentingannya. Oleh karena itu, ukuran perusahaan yang besar tidak hanya mencerminkan besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan atau kapasitas operasional, tetapi juga mencerminkan semakin besarnya tanggung jawab perusahaan dalam menjaga hubungan dengan *stakeholder* untuk keberlanjutan usaha.

Teori *stakeholder* ini sejalan dengan variabel CSR dan ukuran perusahaan karena keduanya berperan dalam membangun hubungan yang positif dengan para pemangku kepentingan. Melalui pelaksanaan CSR, perusahaan menunjukkan bentuk tanggung

jawabnya terhadap aspek sosial dan lingkungan, yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada kepentingan masyarakat dan lingkungan sekitar. Pelaksanaan CSR yang baik dapat meningkatkan citra perusahaan di mata publik, memperkuat kepercayaan *stakeholder* serta menumbuhkan loyalitas konsumen dan investor yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan. Selain itu, ukuran perusahaan juga memiliki keterkaitan dengan teori *stakeholder* ini. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar umumnya dipandang memiliki kemampuan yang lebih kuat dalam mempertahankan keberlangsungan bisnisnya, karena didukung oleh sumber daya dan akses pendanaan yang lebih luas. Kondisi ini membuat perusahaan besar memiliki kapasitas yang lebih besar pula dalam memenuhi berbagai tuntutan *stakeholder*, termasuk dalam pelaksanaan program CSR yang lebih luas dan berkelanjutan (Samosir & Panjaitan, 2023). Dengan demikian, semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin besar pula tanggung jawab dan ekspektasi yang harus dipenuhi terhadap para pemangku kepentingan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, teori *stakeholder* memberikan landasan bahwa keberhasilan dan keberlanjutan suatu perusahaan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan dalam menghasilkan laba, tetapi juga sangat bergantung pada sejauh mana perusahaan mampu menjaga hubungan yang baik dengan *stakeholder* melalui pengungkapan CSR yang efektif serta pengelolaan aset yang dimiliki perusahaan. Dengan demikian, teori ini mendukung hubungan antara CSR, ukuran perusahaan, dan profitabilitas, karena dukungan *stakeholder* menjadi faktor penting dalam menjaga keberlangsungan dan kinerja jangka panjang perusahaan.

2.2 Akuntansi Keuangan

Akuntansi keuangan merupakan proses pencatatan, pengolahan serta penyajian informasi keuangan perusahaan dalam bentuk laporan keuangan yang digunakan untuk menilai kinerja keuangan entitas. Laporan keuangan pada dasarnya disusun untuk memenuhi kebutuhan berbagai pihak yang berkepentingan terhadap suatu entitas seperti pemilik perusahaan, manajer, maupun pemegang saham. Melalui laporan keuangan, para pemangku kepentingan tersebut dapat menilai kinerja manajemen, mengevaluasi pertanggungjawaban keuangan, serta mengambil keputusan ekonomi yang tepat berdasarkan informasi yang disajikan (Ramadhandi, 2024).

Menurut Junita et al. (2023) akuntansi keuangan merupakan cabang akuntansi yang berfokus pada penyusunan dan pelaporan informasi keuangan suatu entitas. Tujuan utama akuntansi keuangan yaitu menghasilkan informasi yang bermanfaat bagi para pemangku kepentingan sebagai pengguna laporan keuangan untuk mengambil keputusan ekonomi.

Sedangkan menurut Makrus et al. (2023) akuntansi keuangan dapat diartikan sebagai proses yang meliputi pencatatan transaksi keuangan, penggolongan, serta pelaporan informasi keuangan dalam suatu periode tertentu yang digunakan oleh pihak internal maupun eksternal.

Financial Accounting Standards Board (FASB) mendefinisikan akuntansi keuangan sebagai “*The process of identifying, measuring, and reporting financial information about an entity to external users*”. Kutipan tersebut menyatakan bahwa akuntansi keuangan yaitu proses mengidentifikasi, mengukur, dan melaporkan informasi keuangan tentang suatu entitas kepada pengguna eksternal (Ramadhandi, 2024).

Secara umum, akuntansi keuangan bertujuan untuk menyediakan informasi yang relevan kepada para investor dan kreditor. Investor membutuhkan informasi terkait profitabilitas untuk menilai prospek keuntungan yang akan mereka peroleh, sedangkan kreditor membutuhkan informasi yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya (Apriliyani et al., 2024). Dengan demikian, peran akuntansi keuangan tidak hanya terbatas pada penyediaan informasi historis, tetapi juga sebagai dasar dalam menilai kinerja perusahaan di masa depan serta mendukung keberlangsungan usaha secara jangka panjang.

Berdasarkan definisi di atas, akuntansi keuangan adalah bagian akuntansi yang berkaitan dengan pencatatan, penyusunan dan penyajian informasi keuangan yang digunakan oleh pihak internal maupun eksternal.

2.3 Corporate Sosial Responsibility

2.3.1 Definisi Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility merupakan komitmen perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan melalui berbagai aktivitas yang tidak hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dan lingkungan (Samosir & Panjaitan, 2023). Pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* oleh perusahaan harus berlandaskan pada konsep *triple bottom line* yang mencakup *profit, people, dan planet*. Konsep ini menekankan bahwa keberlanjutan perusahaan tidak hanya ditentukan oleh pencapaian keuntungan, tetapi juga oleh tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat serta upaya menjaga kelestarian lingkungan. (Solikhah, 2022).

Menurut Dewan Bisnis Dunia untuk Pembangunan Berkelanjutan (WBCSD), *Corporate Social Responsibility (CSR)* yaitu tanggung jawab perusahaan untuk menjalankan kegiatan usaha secara etis serta memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Konsep ini menekankan bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan (*profit*), tetapi juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungan dalam setiap aktivitas operasionalnya. Dengan demikian, CSR menjadi bagian dari strategi bisnis perusahaan dalam menjaga keberlanjutan perusahaan jangka panjang.

Sementara itu, berdasarkan Undang-undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 pasal 1 ayat 3 Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan merupakan komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan

kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan itu sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Berdasarkan definisi tersebut, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat diartikan sebagai bentuk komitmen perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan atas dampak yang dihasilkan dari aktivitas operasionalnya sebagai upaya dalam menjaga keberlanjutan perusahaan. Implementasi CSR tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kewajiban hukum, tetapi juga sebagai upaya membangun hubungan yang harmonis dengan para pemangku kepentingan, meningkatkan citra perusahaan, serta mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

2.3.2 Konsep Dasar *Corporate Social Responsibility*

Dalam pelaksanaannya, *Corporate Social Responsibility* tidak hanya berorientasi pada pencapaian profit, tetapi juga memperhatikan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Hal ini sejalan dengan konsep *triple bottom line* yang diperkenalkan oleh John Elkington yang mencakup tiga aspek utama, yaitu *profit*, *people*, dan *planet* (Fadila, 2025). Konsep ini menekankan bahwa keberlanjutan perusahaan tidak hanya ditentukan oleh pencapaian keuntungan, tetapi juga tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat serta dalam menjaga kelestarian lingkungan.

1. Aspek *profit* (ekonomi)

Aspek ini menunjukkan bahwa perusahaan tetap berfokus pada keberlangsungan usaha serta untuk mencapai keuntungan dari aktivitas operasionalnya. Profit merupakan salah satu unsur yang menjadi tujuan utama dalam setiap kegiatan usaha. Pada dasarnya, profit merupakan tambahan pendapatan yang diperoleh perusahaan yang berperan dalam menjaga keberlangsungan operasionalnya. Adapun berbagai upaya yang dapat dilakukan dalam meningkatkan profit, diantaranya dapat melalui peningkatan produktivitas, yang diharapkan dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan secara optimal (Mubarak, 2021).

2. Aspek *people* (sosial)

Aspek ini mencerminkan peran perusahaan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui berbagai kegiatan sosial, seperti bantuan pendidikan, layanan kesehatan, serta program pemberdayaan masyarakat, karena masyarakat merupakan salah satu *stakeholder* utama bagi perusahaan, melalui dukungan yang diberikan oleh masyarakat sekitar sangat berperan dalam menunjang keberadaan serta keberlangsungan perusahaan. Oleh karena itu, sebagai bagian yang tidak dapat terpisahkan dari lingkungan sosial, perusahaan perlu memiliki komitmen untuk memberikan manfaat yang optimal kepada masyarakat (Mubarak, 2021). Selain itu, kegiatan operasional perusahaan berpotensi menimbulkan dampak terhadap masyarakat, sehingga perusahaan dituntut untuk melaksanakan berbagai program atau kegiatan yang mampu memenuhi kebutuhan serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.

3. Aspek *planet* (lingkungan)

Aspek ini berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan dalam menjaga kelestarian lingkungan melalui pengelolaan limbah, efisiensi penggunaan sumber daya, serta penerapan prinsip ramah lingkungan dalam proses produksi. Lingkungan merupakan aspek yang tidak terpisahkan dari seluruh aktivitas kehidupan manusia. Hubungan antara manusia dan lingkungan bersifat timbal balik, di mana upaya pelestarian lingkungan akan memberikan manfaat bagi kehidupan manusia, begitupun sebaliknya, kerusakan lingkungan akan menimbulkan dampak negatif yang dapat merugikan (Mubarok, 2021). Pengelolaan lingkungan yang baik dapat memberikan manfaat jangka panjang, seperti keberlanjutan ketersediaan sumber daya. Dengan demikian, perhatian terhadap aspek lingkungan seharusnya menjadi bagian penting dalam kegiatan operasional perusahaan.

Menurut Elkington, konsep 3P ini dapat menjamin keberlangsungan suatu bisnis, karena perusahaan yang hanya berfokus pada pencapaian keuntungan (*profit*) tanpa memperhatikan aspek sosial (*people*) dan lingkungan (*planet*) berpotensi menimbulkan berbagai dampak negatif (Mubarok, 2021). Kerusakan lingkungan serta kurangnya perhatian terhadap kepentingan masyarakat sekitar dapat menjadi salah satu faktor penghambat bagi keberlanjutan perusahaan. Ketidakseimbangan tersebut dapat menyebabkan terganggunya aktivitas perusahaan yang diakibatkan oleh munculnya konflik sosial, penolakan masyarakat, maupun permasalahan lingkungan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penerapan konsep *triple bottom line* yang mencakup keseimbangan antara aspek profit, people, dan planet memiliki pengaruh terhadap keberlangsungan usaha, karena dengan menjaga keseimbangan tersebut, perusahaan tidak hanya mampu mencapai kinerja keuangan, tetapi juga dapat menciptakan hubungan yang baik dengan masyarakat serta menjaga kelestarian lingkungan, sehingga dapat bermanfaat untuk keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Dengan demikian, CSR tidak hanya dipandang sebagai kewajiban perusahaan, tetapi juga sebagai strategi bisnis yang mampu memberikan manfaat jangka panjang, seperti meningkatkan reputasi perusahaan, kepercayaan publik, serta memperkuat hubungan dengan para pemangku kepentingan.

2.3.3 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Terdapat beberapa manfaat dari pelaksanaan CSR, baik bagi perusahaan, masyarakat, pemerintah, dan pemangku lainnya. Menurut Wibisono dalam Kholis (2020) menjelaskan terkait manfaat pelaksanaan CSR sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Implementasi *Corporate Social Responsibility* memberikan beberapa keuntungan bagi perusahaan. Pertama, keberlangsungan usaha dapat terjaga dan dapat meningkatkan citra positif perusahaan di masyarakat. Kedua, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap sumber modal. Ketiga, perusahaan mampu mempertahankan tenaga kerja

yang berkualitas. Keempat, CSR dapat membantu perusahaan dalam proses pengambilan keputusan serta memberikan kemudahan dalam pengelolaan risiko.

2. Bagi Masyarakat

Pelaksanaan CSR yang baik dapat meningkatkan nilai tambah perusahaan dari keberadaan perusahaan di suatu lingkungan karena dapat menyerap tenaga kerja dan meningkatkan kualitas sosial di lingkungan tersebut. Masyarakat lokal yang direkrut akan mendapatkan perlindungan hak-hak sebagai pekerja. Selain itu, jika terdapat masyarakat lokal, implementasi CSR akan menghormati serta melestarikan tradisi dan budaya yang ada. Pelaksanaan CSR dapat memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar dalam bentuk terciptanya lapangan pekerjaan, pendanaan untuk memperoleh donasi, kompetensi teknis dan sebagainya (Mubarok, 2021).

3. Bagi Lingkungan

Pelaksanaan CSR berperan dalam pencegahan penggunaan sumber daya alam secara berlebihan dan dapat menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi, dan mendorong keterlibatan perusahaan dalam upaya pelestarian lingkungan di sekitarnya. Partisipasi perusahaan dalam upaya pemeliharaan dan pelestarian lingkungan mencerminkan kontribusi perusahaan dalam mencegah terjadinya bencana alam yang disebabkan oleh kerusakan lingkungan. Dengan demikian, dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya, perusahaan tidak hanya berorientasi pada laba tetapi juga berkontribusi dalam pelestarian lingkungan (Mubarok, 2021).

4. Bagi Pemerintah

Pelaksanaan CSR yang baik dapat mencegah praktik bisnis yang merugikan, seperti penyuapan kepada aparat negara atau aparat hukum yang dapat meningkatkan risiko korupsi. Selain itu, negara memperoleh manfaat berupa penerimaan pajak transparan dari perusahaan. Selain itu, melalui pelaksanaan CSR dapat menjalin hubungan baik antara perusahaan dan pemerintah dalam mengatasi berbagai permasalahan sosial yaitu dalam bentuk dukungan pembiayaan, sarana dan prasarana dan lain sebagainya (Mubarok, 2021).

2.3.4 Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility*

Menurut Crowther & Aras (2008) dalam buku terdapat beberapa prinsip yang dapat dijadikan dasar dalam menilai pelaksanaan CSR diantaranya yaitu:

1. *Sustainability* (Keberlanjutan)

Prinsip ini menekankan bahwa setiap aktivitas perusahaan harus mempertimbangkan dampaknya di masa mendatang. Misalnya, dalam penggunaan sumber daya alam, perusahaan tidak boleh hanya berfokus pada kebutuhan saat ini, tetapi juga harus memikirkan ketersediannya bagi generasi mendatang. Dengan demikian, keberlanjutan dapat dilihat dari seberapa besar sumber daya yang digunakan serta kemampuan sumber daya tersebut untuk diperbarui kembali.

2. *Accountability* (Akuntabilitas)

Prinsip ini menyatakan bahwa perusahaan bertanggung jawab kepada seluruh pemangku kepentingan. Oleh karena itu, setiap keputusan yang diambil oleh perusahaan harus mempertimbangkan dampak yang ditimbulkan, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, serta diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

3. *Transparency* (Transparansi)

Prinsip ini menekankan perusahaan untuk menyampaikan informasi secara terbuka terkait aktivitas yang berdampak pada lingkungan dan masyarakat. Transparansi informasi menjadi hal yang penting karena memungkinkan para pemangku kepentingan untuk memperoleh gambaran mengenai kinerja perusahaan, tidak hanya dari sisi ekonomi, tetapi juga dari aspek sosial dan lingkungan.

2.3.5 Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan CSR dapat diukur dengan menggunakan standar *global reporting initiative* (GRI). Standar GRI digunakan oleh perusahaan untuk mengidentifikasi, mengukur, serta melaporkan dampak kegiatan operasional terhadap aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial secara transparan. Penggunaan standar ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas informasi yang disampaikan kepada para pemangku kepentingan, sehingga laporan yang dihasilkan lebih dapat dibandingkan dan dipercaya. Pengungkapan CSR dapat diukur dengan GRI G4 yang memiliki 91 indikator dalam tiga kategori, antara lain:

1. Kategori Ekonomi, terdapat empat aspek pokok dalam kategori ini, yaitu:
 - a. Kinerja Ekonomi
 - b. Keberadaan Pasar
 - c. Dampak Ekonomi Tidak Langsung
 - d. Praktek Pengadaan
2. Kategori Lingkungan, terdapat dua belas aspek pokok dalam kategori ini, yaitu:
 - a. Bahan
 - b. Energi
 - c. Air
 - d. Keanekaragaman Hayati
 - e. Emisi
 - f. Efluen dan Limbah
 - g. Produk dan jasa
 - h. Kepatuhan
 - i. Transportasi
 - j. Lain-lain
 - k. Asesmen Pemasok Atas Lingkungan
 - l. Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan

3. Kategori Sosial, yang terdiri dari:
 - a. Praktek ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, terdapat tujuh aspek pokok sub kategori ini, yaitu:
 - 1) Kepegawaian
 - 2) Hubungan Industrial
 - 3) Kesehatan dan Keselamatan Kerja
 - 4) Pelatihan dan Pendidikan
 - 5) Keberagaman dan Kestaraan Peluang
 - 6) Kestaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-Laki
 - 7) Asesmen Pemasok Terkait Praktik Ketenagakerjaan
 - b. Hak asasi manusia, terdapat Sepuluh aspek pokok dalam sub kategori ini, yaitu:
 - 1) Investasi
 - 2) Non-Diskriminasi
 - 3) Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama
 - 4) Pekerja Anak
 - 5) Pekerja Paksa atau Wajib Kerja
 - 6) Praktik Pengamanan
 - 7) Hak Adat
 - 8) Asesmen
 - 9) Asesmen Pemasok Atas Hak Asasi Manusia
 - 10) Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia
 - c. Masyarakat, terdapat tujuh aspek pokok dalam sub kategori ini, yaitu:
 - 1) Masyarakat Lokal
 - 2) Anti Korupsi
 - 3) Kebijakan Publik
 - 4) Anti Persaingan
 - 5) Kepatuhan
 - 6) Asesmen Pemasok Atas Dampak Terhadap Masyarakat
 - 7) Mekanisme Pengaduan Dampak Terhadap Masyarakat
 - d. Tanggungjawab atas produk, terdapat lima aspek pokok dalam sub kategori ini, yaitu:
 - 1) Kesehatan Keselamatan Pelanggan
 - 2) Pelabelan Produk dan Jasa
 - 3) Komunikasi dan Pemasaran
 - 4) Privasi Pelanggan
 - 5) Kepatuhan

Pengungkapan standar dalam GRI G4 mencakup dua jenis kategori pengungkapan, yaitu pengungkapan standar umum dan standar khusus. Pengungkapan standar umum merupakan informasi dasar yang wajib dilaporkan kepada para pemangku kepentingan, yang berkaitan dengan profil organisasi, strategi perusahaan, tata kelola, serta prinsip etika dan integritas. Informasi ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi perusahaan sebagai dasar dalam memahami laporan keberlanjutan secara keseluruhan.

Sementara itu, pengungkapan standar khusus berfokus pada kinerja perusahaan dalam tiga aspek utama, yaitu aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial, yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengungkapan Aspek Ekonomi

Aspek ekonomi menjelaskan dampak yang dihasilkan dari kegiatan operasional perusahaan terhadap kondisi ekonomi, baik bagi perusahaan itu sendiri maupun bagi masyarakat secara luas. Pengungkapan ini mencakup informasi terkait kinerja keuangan, distribusi nilai ekonomi kepada *stakeholder*, serta kontribusi perusahaan terhadap pembangunan ekonomi. Dengan adanya pengungkapan yang transparan, *stakeholder* dapat menilai sejauh mana perusahaan memberikan manfaat ekonomi secara berkelanjutan.

2. Pengungkapan Aspek Lingkungan

Aspek lingkungan berkaitan dengan dampak aktivitas operasional perusahaan terhadap lingkungan hidup di sekitar perusahaan beroperasi. Pengungkapan ini meliputi penggunaan sumber daya alam seperti energi dan air, pengelolaan limbah dan emisi, serta upaya perusahaan dalam menjaga kelestarian lingkungan. Informasi ini penting untuk menunjukkan tanggung jawab perusahaan dalam meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dan mendukung praktik bisnis yang berkelanjutan.

3. Pengungkapan Aspek Sosial

Aspek sosial merujuk pada dampak kegiatan perusahaan terhadap masyarakat. Kesehatan, kesejahteraan hingga keselamatan dari dampak lingkungan yang ditimbulkan oleh kegiatan operasional perusahaan (Apriliyani et al., 2021). Pengungkapan ini mencakup berbagai dimensi, seperti kesehatan dan keselamatan kerja, kesejahteraan karyawan, perlindungan hak asasi manusia, hubungan dengan masyarakat sekitar, serta tanggung jawab terhadap konsumen. Dengan pengungkapan ini, *stakeholder* dapat menilai sejauh mana perusahaan memperhatikan aspek sosial dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.

Semakin besar jumlah informasi CSR yang diungkapkan oleh perusahaan, maka semakin tinggi tingkat transparansi dan akuntabilitas perusahaan terhadap para pemangku kepentingan (Priyamanda & Jayanti, 2021). Hal ini menunjukkan komitmen perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial secara lebih luas dan berkelanjutan.

2.3.6 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan CSR disajikan dalam laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan. Tujuan dari pengungkapan ini yaitu untuk memberikan informasi kepada pihak internal maupun eksternal mengenai tanggung jawab sosial yang dilaksanakan perusahaan atas dampak sosial dari kegiatan operasionalnya. Pengungkapan CSR dapat diukur dengan menghitung jumlah indikator CSR yang diungkapkan oleh perusahaan kemudian dibagi dengan total 91 indikator yang tercantum dalam GRI-G4. Standar GRI

G4 merupakan pedoman internasional yang diakui secara luas, karena mampu menyajikan data secara akurat serta menghasilkan nilai kuantitatif yang memudahkan proses perbandingan dalam hal transparansi (Lusiana & Mujiyati, 2025). Variabel CSR dihitung berdasarkan variabel dummy, yaitu dengan memberikan nilai 1 pada setiap item yang diungkapkan oleh perusahaan dan memberikan nilai 0 pada item yang tidak diungkapkan.

Pengungkapan CSR dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut.:

$$CSRDI = \frac{\sum Xi}{n}$$

Keterangan:

CSRDI: *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*

$\sum Xi$: Jumlah item CSR yang diungkapkan perusahaan

n : Jumlah item CSR (91 item GRI G4)

2.4 Ukuran Perusahaan

2.4.1 Definisi Ukuran Perusahaan

Nasir (2020) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang digunakan untuk menentukan besar atau kecilnya suatu perusahaan. Selain itu, ukuran perusahaan juga berperan sebagai salah satu indikator yang digunakan investor dalam menilai aset serta kinerja keuangan perusahaan. Ukuran perusahaan juga berpengaruh terhadap struktur pendanaan yang dimilikinya, semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka semakin besar pula potensi peningkatan profitabilitasnya. Perusahaan yang memiliki skala yang lebih besar umumnya memiliki kemudahan dalam mengakses berbagai sumber pendanaan, sehingga hal tersebut membuat perusahaan lebih mudah dalam memperoleh pinjaman dari kreditur. Dengan kemampuan tersebut maka perusahaan akan lebih mampu dalam memperoleh keuntungan yang lebih tinggi karena dianggap memiliki kemampuan bersaing dan bertahan dalam dunia bisnis.

Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan untuk menunjukkan besar atau kecilnya suatu perusahaan yang diukur dengan total aset, total penjualan, nilai saham dan sebagainya (Maulana & Rahayu, 2022). Perusahaan yang memiliki total aset yang besar dapat memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya untuk memperoleh keuntungan yang maksimal (Rantika et al., 2022).

Menurut Intan et al. (2021) ukuran perusahaan merupakan skala yang menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari jumlah aset yang dimiliki. Semakin tinggi total aset yang dimiliki suatu perusahaan mengindikasikan bahwa perusahaan termasuk dalam kategori perusahaan besar. Sebaliknya, semakin kecil total aset yang dimiliki perusahaan mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut termasuk

dalam kategori perusahaan kecil (Nasir, 2020). Jumlah aset yang dimiliki suatu perusahaan akan memengaruhi kinerja operasional perusahaan dalam memperoleh keuntungan, semakin besar ukuran suatu perusahaan maka perusahaan tersebut dapat mengalokasikan aset yang dimilikinya untuk mengimplementasikan CSR tanpa mengurangi kinerja keuangan (Lusiana & Mujiyati, 2025). Jumlah aset yang besar memungkinkan perusahaan untuk melakukan ekspansi, meningkatkan produktivitas, serta mengelola risiko dengan baik.

Ukuran perusahaan menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar umumnya memiliki sumber daya dan aset yang lebih banyak sehingga berpotensi memperoleh keuntungan yang lebih besar. Perusahaan yang besar umumnya memiliki kondisi yang lebih stabil dan kemampuan yang lebih baik dalam menghasilkan laba dibandingkan dengan perusahaan kecil (Ishak et al., 2024).

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang digunakan untuk menentukan besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dapat diukur dengan total aset, total penjualan dan sebagainya.

2.4.2. Pengukuran Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu indikator yang mencerminkan besar atau kecilnya suatu perusahaan yang umumnya diukur berdasarkan total aset yang dimiliki. Semakin besar total aset perusahaan, maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Pengukuran ukuran perusahaan dilakukan untuk mengklasifikasikan perusahaan secara kuantitatif ke dalam kategori perusahaan besar (*large firm*) dan perusahaan kecil (*small firm*). Perbedaan ukuran ini dapat memengaruhi kemampuan manajemen dalam mengelola perusahaan dalam berbagai kondisi (Nasir, 2020).

Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur menggunakan logaritma natural dari total aset (*Ln Total Asset*). Penggunaan logaritma natural bertujuan untuk mengurangi tingkat variasi data yang terlalu besar akibat perbedaan total aset antarperusahaan yang signifikan, sehingga data menjadi lebih normal dan mudah dianalisis secara statistik (Christiaan, 2022). Selain itu, transformasi logaritma juga membantu menghasilkan distribusi data yang lebih stabil serta meningkatkan keakuratan dalam pengujian hubungan antara ukuran perusahaan dan variabel lainnya. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung ukuran perusahaan

$$Size = Ln (Total Aset)$$

2.5 Profitabilitas

2.5.1 Definisi Profitabilitas

Profitabilitas merupakan salah satu indikator untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Menurut Nasir (2020) profitabilitas dapat diartikan

sebagai rasio yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan modal atau aset yang dimiliki, yang biasanya dinyatakan dalam persentase. Rasio tersebut digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menggunakan modalnya untuk memperoleh keuntungan. Tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan kinerja perusahaan yang baik, sedangkan peningkatan rasio profitabilitas dari waktu ke waktu menunjukkan bahwa perusahaan mampu beroperasi secara efisien.

Menurut Azizah & Cahyaningtyas (2023) menjelaskan bahwa profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam suatu periode tertentu. Menurut Samosir & Panjaitan (2023) profitabilitas yaitu rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Rasio ini memberikan gambaran mengenai seberapa efektif perusahaan dalam memperoleh laba.

Menurut Kartika & Nera (2025) profitabilitas merupakan indikator yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba serta menjaga keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan indikator untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan pada periode tertentu.

Pada umumnya, tujuan setiap perusahaan yaitu untuk memperoleh tingkat profitabilitas yang tinggi. Tingkat profitabilitas perusahaan dapat dinilai dari keberhasilan kegiatan operasionalnya serta kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimilikinya secara efisien (Ramadhandi, 2024).

2.5.2 Tujuan Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas tidak hanya bermanfaat bagi pihak perusahaan, tetapi juga bagi pihak eksternal yang berkepentingan terhadap kinerja perusahaan. Menurut Kasmir (2021), rasio ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui besarnya laba yang dihasilkan perusahaan dalam suatu periode tertentu.
2. Untuk membandingkan posisi laba perusahaan antara periode sebelumnya dengan periode saat ini.
3. Untuk menilai perkembangan atau pertumbuhan laba perusahaan dari waktu ke waktu.
4. Untuk mengetahui besarnya laba bersih setelah pajak yang diperoleh berdasarkan modal sendiri.
5. Untuk menilai tingkat produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan, baik yang berasal dari pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan seluruh dana yang dimiliki untuk memperoleh keuntungan.

2.5.3 Manfaat Rasio Profitabilitas

Sementara itu, rasio profitabilitas juga memberikan berbagai manfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak eksternal. Beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari rasio profitabilitas antara lain sebagai berikut:

1. Mengetahui tingkat laba yang mampu dihasilkan perusahaan dalam suatu periode tertentu.
2. Membandingkan posisi laba perusahaan antara periode sebelumnya dengan periode saat ini.
3. Menilai perkembangan laba perusahaan dari waktu ke waktu.
4. Mengetahui besarnya laba bersih setelah pajak yang diperoleh berdasarkan modal sendiri.
5. Menilai tingkat produktivitas seluruh dana yang digunakan perusahaan, baik yang berasal dari pinjaman maupun dari modal sendiri.
6. Mengetahui kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan modal yang dimiliki guna memperoleh keuntungan.

2.5.4 Pengukuran Profitabilitas

Secara umum, terdapat empat jenis rasio utama yang digunakan dalam mengukur profitabilitas perusahaan diantaranya sebagai berikut:

1. *Gross Profit Margin (GPM)*

Gross Profit Margin atau margin laba kotor merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba kotor dari penjualan bersih. Rasio ini menggambarkan seberapa besar laba kotor yang mampu dihasilkan perusahaan jika dibandingkan dengan total penjualan bersih yang dihasilkan. Semakin tinggi nilai GPM, maka semakin besar laba kotor yang mampu dihasilkan perusahaan dari setiap penjualan bersihnya. Kondisi tersebut mencerminkan efisiensi perusahaan dalam kegiatan produksinya. Sebaliknya, apabila nilai GPM semakin rendah, maka laba kotor yang diperoleh juga semakin kecil (Ginting, 2023). Hal ini dapat terjadi karena kurang efisiennya proses produksi dan pengelolaan persediaan. Pengukuran GPM dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut (Seto et al., 2023).

$$GPM = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

2. *Net Profit Margin (NPM)*

Net Profit Margin atau margin laba bersih merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba bersih dari total penjualan bersih. Rasio ini menggambarkan seberapa besar laba bersih yang dapat dihasilkan perusahaan setelah seluruh beban diperhitungkan.

Semakin tinggi nilai NPM, maka semakin besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari setiap penjualan yang dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengendalikan biaya serta beban lainnya dengan lebih efisien. Sebaliknya, apabila nilai NPM semakin rendah, maka hal tersebut mengindikasikan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari penjualan semakin kecil. Hal tersebut dapat terjadi karena tingginya beban biaya atau pengelolaan operasional perusahaan yang belum efisien, sehingga laba yang diperoleh dari setiap penjualan menjadi lebih sedikit (Ginting, 2023). Pengukuran GPM dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut (Seto et al., 2023).

$$NPM = \frac{\text{Laba Setelah Bunga dan Pajak}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

3. *Return on Asset (ROA)*

Return on Asset (ROA) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dengan memanfaatkan total aset yang dimilikinya. Rasio ini menunjukkan seberapa optimal perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk memperoleh keuntungan. Semakin tinggi nilai ROA, maka semakin efisien perusahaan dalam mengelola seluruh aset yang dimilikinya untuk menghasilkan laba. Sebaliknya, apabila nilai ROA semakin rendah, maka hal tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan kurang efektif dalam mengelola aset yang dimilikinya untuk menghasilkan laba (Ginting, 2023).

Rumus untuk menghitung *Return on Asset* adalah sebagai berikut (Seto et al., 2023).

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

4. *Return on Equity (ROE)*

Return on Equity (ROE) adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba bersih berdasarkan modal yang dimiliki. Rasio ini menunjukkan tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan dengan memanfaatkan modal yang dimilikinya. Semakin tinggi nilai ROE, maka semakin besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari modal yang ditanamkan oleh pemegang saham. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola ekuitas secara efektif dan efisien untuk memperoleh keuntungan yang optimal. Sebaliknya, apabila nilai ROE semakin rendah, maka kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari ekuitas yang dimiliki semakin kecil. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa modal yang dimiliki belum dimanfaatkan secara optimal (Ginting, 2023). Hal tersebut dapat disebabkan oleh kurang efisiennya pengelolaan operasional atau tingginya beban yang dimiliki perusahaan. Perhitungan ROE dapat dilakukan dengan rumus berikut (Seto et al., 2023).

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

Dalam penelitian ini, indikator profitabilitas yang digunakan adalah *Return on Asset* (ROA). Hal ini karena ROA mampu menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan seluruh aset yang dimiliki. Semakin tinggi nilai ROA, maka semakin baik kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aset yang dimilikinya (Ramadhandi, 2024).

2.6 Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

2.6.1 Penelitian Sebelumnya

Penelitian terdahulu berfungsi sebagai referensi dan pembandingan dalam penelitian ini. Berikut disajikan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik yang diteliti.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Indra Cahya Aulia (2020) Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019	Variabel Independen: 1. Ukuran Perusahaan 2. CSR Variabel Dependen: Profitabilitas	Variabel Independen: 1. Ln (Total Asset) 2. Indikator semibering Variabel Dependen: ROA	Model Regresi Data Panel	1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas (ROA) 2. CSR secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas (ROA) 3. Semua variabel independent, ukuran

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					perusahaan dan CSR) berpengaruh terhadap variabel dependen profitabilitas (ROA)
2.	Mubarok (2021) Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (Csr) Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industry Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020	Variabel Independen: 1. Profitabilitas 2. Leverage 3. Ukuran perusahaan Variabel Dependen: CSR	Variabel Independen: 1. NPM 2. DAR 3. Ln (Total Aset) Variabel Dependen: GRI 4	Metode Analisis Regresi Linear Berganda	1. Secara parsial profitabilitas yang diproksikan dengan net profit margin (NPM) tidak terpengaruh terhadap pengungkapan CSR 2. Secara parsial leverage yang diproksikan dengan debt to asset ratio (DAR) berpengaruh terhadap pengungkapan CSR 3. Secara parsial ukuran perusahaan yang diproksikan dengan logaritma natural dari total asset berpengaruh terhadap pengungkapan CSR Profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					secara Bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan CSR
3.	Kholmi & Nafiza (2022) Pengaruh Penerapan <i>Green Accounting</i> Dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2018-2019)	Variabel Independen: <i>Green Accounting</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Dependen: Profitabilitas	Variabel Independen: GRI G4 Variabel Dependen: ROE	Regresi Linear Berganda	1. Akuntansi hijau (green accounting) tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. 2. CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas.
4.	Imroatus Solikhah (2022) Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Profitabilitas Dan Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei))	Variabel Independen: CSR Variabel Dependen: Profitabilitas dan Manajemen Laba	Variabel Independen: GRI-4 Variabel Dependen: NPM <i>Discretionary Accruals</i> (DAC)	Analisis Regresi Linear Berganda	1. Pengungkapan CSR berpengaruh terhadap profitabilitas. 2. Pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap manajemen laba

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Tahun 2015-2017)				
5.	Santi Altina Ginting (2023) Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (Csr) Pada Perusahaan Sektor Property, Real Estate Dan Kontruksi Bangunan Yang Terdaftar Di Bei Periode 2017-2021	Variabel independent: Profitabilitas dan Likuiditas Variabel Dependen: CSR	Variabel Independen: ROA Current ratio Variabel Dependen: GRI G4	Regresi linear berganda	1. Profitabilitas yang diproksikan ROA tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pengungkapan CSR 2. Likuiditas yang diproksikan CR tidak memiliki pngaruh positif yang signifikan terhadap pengungkapan CSR 3. Profitabilitas dan likuiditas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR
6.	Rafli Ramadhandi (2024) Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan <i>Good Corporate Governance</i>	Variabel Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> Variabel Dependen:	Variabel Independen: GRI standar 2016 Kepemilikan institusional Dewan Komisaris Variabel Dependen:	Regresi linear berganda	1. CSR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>Return on Asset</i> (ROA) 2. GCG yang diproksikan dengan kepemilikan institusional

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	(GCG) Terhadap Profitabilitas Perusahaan Perkebunan Sub Sektor Sawit Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2022	Profitabilitas	ROA		memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ROA 3. GCG yang diproksikan dengan dewan komisaris memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ROA 4. CSR dan GCG memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ROA
7.	Ziral Raditya Aziz dan Masiyah Kholmi (2024) Pengaruh Green Accounting Dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Profitabilitas (Studi Empiris Pada Perusahaan Energi Sub Sektor Pertambangan Yang Terdaftar	Variabel Independen: 1. Green Accounting 2. CSR Variabel Dependen: Profitabilitas	Variabel Independen: 1. Pengungkapan biaya lingkungan 2. GRI G4 Variabel Dependen: ROA	Analisis Regresi Linear Sederhana	Green Accounting berpengaruh terhadap Profitabilitas dan <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap Profitabilitas.

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Di Bei Tahun 2019 – 2021				
8.	Mellano Trias Mahendra & Abubakar Arif (2024) Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), Kinerja Lingkungan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Terhadap Perusahaan <i>Consumer Non-Cyclicals</i> Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2020 – 2022	Variabel Independen: 1. CSR 2. Kinerja lingkungan 3. Ukuran perusahaan Variabel dependen: Kinerja keuangan	Variabel Independen: 1. GRI G4 2. PROPER 3. Ln Total Asset Variabel dependen: ROA	Analisis Regresi Linear Berganda	1. CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan 2. Kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan 3. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan
9.	Prima Aprilia Lusiana & Mujiyati (2025) Pengaruh <i>Green Accounting</i> , Kinerja Lingkungan, Biaya Lingkungan, Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan	Variabel Independen 1. Green accounting 2. kinerja lingkungan 3. biaya lingkungan 4. pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> 5. ukuran perusahaan Variabel Dependen Profitabilitas	Variabel Independen 1. Metode dummy 2. PROPER 3. GRI-G4 4. Ln Total Asset Variabel Dependen ROA	Analisis Rgresi Linear Berganda	1. <i>Green accounting</i> , kinerja lingkungan, biaya lingkungan dan pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> tidak berpengaruh langsung terhadap profitabilitas Ukuran perusahaan berpengaruh

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Manufaktur Sektor <i>Consumer Non-Cylical</i> s Periode 2021-2023				terhadap profitabilitas
10.	Fasya Fadila, (2025) Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan BUMN yang terdaftar di BEI Tahun 2019-2023	Variabel Independen: <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Dependen: Kinerja Keuangan	Variabel Independen: 1. CSRE= CSR yang dikeluarkan 2. Jumlah dewan komisaris independen 3. Jumlah komite audit 4. Jumlah saham yang dimiliki institusi 5. Jumlah saham yang dimiliki oleh manajer Variabel dependen: ROE	Analisis regresi linear berganda	Hasil pengujian menunjukkan bahwa dewan komisaris independen memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan BUMN, Komite audit menunjukkan pengaruh positif terhadap kinerja keuangan bumn, kepemilikan institusional menunjukkan pengaruh negatif terhadap kinerja keuangan BUMN, kepemilikan manajerial menunjukkan pengaruh positif terhadap kinerja keuangan BUMN tetapi tidak signifikan dan CSR expenditures menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja keuangan BUMN. Secara simultan kelima variabel independent yaitu dewan komisaris independen, komite audit, kepemilikan

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					institusional, kepemilikan manajrial dan CSR <i>expenditures</i> bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan BUMN
11.	Isnawati, Ramadhan, & Risca (2025) Pengaruh <i>Good Corporate Goverence, Corporate Social Responsibility</i> , dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2019-2023	Variabel Independen 1. <i>Good Corporate Goverence</i> 2. <i>Corporate Social Responsibility</i> 3. Ukuran Perusahaan Variabel Dependen Kinerja Keuangan	Variabel Independen 1. Kepemilikan Institusional dan Dewan Komisaris Independen 2. CSRIj 3. Ln (Total Aset) Variabel Depeneden ROA	Analisis Regresi Linear Berganda	1. Variabel kepemilikan institusional tidak berdampak signifikan terhadap ROA pada korporasi Manufaktur yang tercatat di BEI pada periode 2019 sampai 2023 2. Dewan komisaris independen tidak berdampak signifikan terhadap pada korporasi Manufaktur yang tercatat di BEI pada periode 2019 sampai 2023 3. Variabel corporate social responsibility tidak berdampak signifikan terhadap ROA terhadap korporasi Manufaktur

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					yang tercatat di BEI pada periode 2019 sampai 2023 4. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA terhadap korporasi manufaktur yang tercatat di BEI pada periode 2019 sampai 2023.
12.	Hafidz Fachri Ramadhan, Suryo Budi Santoso, Iwan Fakhruddin, dan Hadi Pramono (2025) Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Pada Perusahaan Yang Termasuk Dalam Indeks Saham Syariah IDX Growth Sharia Tahun 2021-2023)	Variabel Independen 1. <i>Corporate Social Responsibility</i> 2. Ukuran Perusahaan 3. Nilai Perusahaan Variabel Dependen Kinerja Keuangan	Variabel Independen 1. CSR 2. Ln Total Aset 3. PBV Variabel Dependen ROA	Analisis Regresi Linear Berganda	1. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan 2. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. 3. Nilai perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.
13.	(Adzima Salsa Haliza Kormen	Variabel Independen	Variabel Independen	Analisis Regresi	1. Profitabilitas yang dinilai dengan <i>Return</i>

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	dan Sri Anik (2025) Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2023	1. Profitabilitas 2. Ukuran Perusahaan 3. Pertumbuhan Perusahaan Variabel Dependen CSR	1. ROA 2. Ln Total Aset 3. <i>Sales Growth</i> Variabel Dependen CSRD	Linear Berganda	1. <i>on Assets</i> (ROA) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR pada Perusahaan Pertambangan Periode 2022-2023 2. ukuran perusahaan tidak memengaruhi pengungkapan CSR secara signifikan pada Perusahaan Pertambangan Periode 2022-2023 3. pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR pada Perusahaan Pertambangan Periode 2022-2023

Sumber: Data diolah penulis, 2025

Berikut disajikan persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu, yaitu sebagai berikut

Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

Nama, Tahun & Judul	Persamaan	Perbedaan
Indra Cahya Aulia (2020) Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Corporate Social</i>	Memiliki persamaan pada variabelnya yaitu CSR,	Memiliki perbedaan pada objek serta periode penelitiannya

Nama, Tahun & Judul	Persamaan	Perbedaan
<i>Responsibility</i> Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019	Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas	
Mubarok (2021) Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (Csr) Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industry Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020	Memiliki persamaan pada variabelnya yaitu ukuran perusahaan	Memiliki perbedaan pada tambahan variabel independen, indikator, metode analisis serta objek dan periode penelitian
Kholmi & Nafiza (2022) Pengaruh Penerapan <i>Green Accounting</i> Dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2018-2019)	Memiliki persamaan pada variabelnya yaitu CSR dan profitabilitas	Memiliki perbedaan pada variabel independennya, indikatornya, metode analisis, objek penelitian serta periode penelitian
Imroatus Solikhah (2022) Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Profitabilitas Dan Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Tahun 2015-2017)	Memiliki persamaan pada variabelnya yaitu CSR dan Profitabilitas	Memiliki perbedaan pada tambahan variabel dependen, indikator, metode analisis, objek penelitian dan periode penelitian
Santi Altina Ginting (2023) Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap	Memiliki persamaan pada variabelnya, yaitu CSR dan	Memiliki perbedaan pada tambahan variabel, metode

Nama, Tahun & Judul	Persamaan	Perbedaan
Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (Csr) Pada Perusahaan Sektor Property, Real Estate Dan Kontruksi Bangunan Yang Terdaftar Di Bei Periode 2017-2021	profitabilitas serta indikatornya	analisis, objek penelitian serta periode penelitian
Rafli Ramadhani (2024) Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) Terhadap Profitabilitas Perusahaan Perkebunan Sub Sektor Sawit Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2022	Memiliki persamaan pada variabelnya yaitu CSR dan profitabilitas, serta indikator profitabilitasnya	Memiliki perbedaan pada variabel GCG, indikator CSR, metode analisis, periode penelitian serta objek penelitian
Ziral Raditya Aziz dan Masyah Kholmi (2024) Pengaruh <i>Green Accounting</i> Dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Profitabilitas (Studi Empiris Pada Perusahaan Energi Sub Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2019 – 2021	Memiliki persamaan pada variabel CSR dan profitabilitas, serta indikator untuk setiap variabelnya	Memiliki perbedaan pada variabel green accouting, metode analisis, objek penelitian serta periode penelitian
Mellano Trias Mahendra & Abubakar Arif (2024) Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), Kinerja Lingkungan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Terhadap Perusahaan <i>Consumer Non-Cyclicals</i> Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2020 – 2022	Memiliki persamaan pada variabel CSR, ukuran perusahaan dan profitabilitas serta indikator untuk setiap variabelnya	Memiliki perbedaan pada tambahan variabel independen, metode analisis, objek penelitian serta periode penelitian

Nama, Tahun & Judul	Persamaan	Perbedaan
Prima Aprilia Lusiana & Mujiyati (2025) Pengaruh <i>Green Accounting</i>, Kinerja Lingkungan, Biaya Lingkungan, Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Sektor <i>Consumer Non-Cyclicals</i> Periode 2021-2023	Memiliki persamaan pada variabel CSR, ukuran perusahaan dan profitabilitas serta indikator untuk setiap variabelnya	Memiliki perbedaan pada tambahan variabel independen, metode analisis, objek penelitian serta periode penelitian
Fasya Fadila, (2025) Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan BUMN yang terdaftar di BEI Tahun 2019-2023	Memiliki persamaan pada variabelnya yaitu CSR	Memiliki perbedaan pada tambahan variabel, indikator untuk setiap variabelnya, metode analisi, objek penelitian dan periode penelitian
Isnawati, Ramadhan, & Risca (2025) Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i>, <i>Corporate Social Responsibility</i>, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2019-2023	Memiliki persamaan pada variabel yang digunakan yaitu CSR dan Ukuran Perusahaan	Memiliki perbedaan pada objek, periode dan metode analisis yang digunakan
Hafidz Fachri Ramadhan, Suryo Budi Santoso, Iwan Fakhruddin dan Hadi Pramono (2025) Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Pada Perusahaan Yang Termasuk Dalam Indeks Saham Syariah	Memiliki persamaan pada variabel yang digunakan yaitu CSR dan Ukuran Perusahaan	Memiliki perbedaan pada objek, periode dan metode analisis yang digunakan serta pada variabel nilai perusahaan

Nama, Tahun & Judul	Persamaan	Perbedaan
IDX Growth Sharia Tahun 2021-2023)		
(Adzima Salsa Haliza Kormen dan Sri Anik (2025) Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2023	Memiliki persamaan pada variabel independent yang digunakan yaitu ukura perusahaan	Memiliki perbedaan pada variabel dependen, indikator yang digunakan, serta pada objek dan periode penelitian

Sumber: Data diolah penulis, 2025

Berdasarkan Tabel 2.1, selanjutnya dapat dibuat tabel matriks yang menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen pada setiap penelitian terdahulu.

Tabel 2. 3 Matriks Penelitian Terdahulu

Variabel Independen	Variabel dependen	
	Berpengaruh	Tidak Berpengaruh
<i>Corporate Sosial Responsibility</i>	1. (Aulia, 2020) 2. (Kholmi & Nafiza, 2022) 3. (Solikhah, 2022) 4. (Ramadhandi, 2024) 5. (Mahendra & Arif, 2024) 6. (Fadila, 2025)	1. (Mubarok, 2021) 2. (Ginting, 2023) 3. (Z. R. Aziz & Kholmi, 2024) 4. Isnawati, Ramadhan, & Risca (2025) 5. (H. F. Ramadhan et al., 2025)
Ukuran Perusahaan	1. (Aulia, 2020) 2. (Lusiana & Mujiyati, 2025)	1. (Mahendra & Arif, 2024) 2. Isnawati, Ramadhan, & Risca (2025) 3. (Ramadhan et al., 2025) 4. (Salsa et al., 2025)

2.6.2 Kerangka Pemikiran

1. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas

Corporate Social Responsibility merupakan bentuk tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh suatu perusahaan atas dampak dari kegiatan operasionalnya. Berdasarkan pada teori *stakeholder* pelaksanaan CSR seharusnya dapat meningkatkan citra positif perusahaan dan loyalitas konsumen yang akan berdampak terhadap peningkatan profitabilitas. Selain itu, semakin luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan menunjukkan tingkat transparansi dan kepedulian perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan investor dan pemangku kepentingan lainnya, sehingga berpotensi meningkatkan profitabilitas perusahaan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Aulia, 2020), (Kholmi & Nafiza, 2022), (Solikhah, 2022), (Ramadhandi, 2024), (Mahendra & Arif, 2024) dan (Fadila, 2025) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, maka dihasilkan hipotesis sebagai berikut.

H₁: *Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh terhadap *Return on Asset* pada perusahaan *Consumer Non-Cylical*s Sub Sektor *Processed foods* periode 2020-2024.

2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas

Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap tingkat profitabilitas perusahaan. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, yang akan berdampak pada peningkatan profitabilitas (Nainggolan et al., 2022). Perusahaan yang memiliki skala yang lebih besar umumnya memiliki kemudahan dalam mengakses sumber pendanaan, sehingga dengan jumlah aset yang besar memungkinkan perusahaan untuk melakukan ekspansi, meningkatkan produktivitas, serta dapat mengelola risiko dengan baik yang berpotensi meningkatkan profitabilitas. Penelitian yang dilakukan oleh (Aulia, 2020) dan (Lusiana & Mujiyati, 2025) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas. Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut.

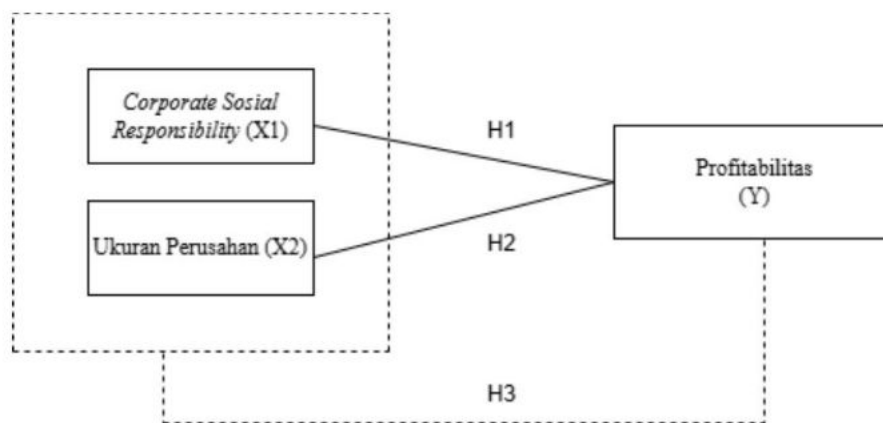
H₂: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *Return on Asset* pada perusahaan *Consumer Non-Cylical*s sub sektor *processed foods* periode 2020-2024.

3. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas

Corporate Social Responsibility (CSR) dan ukuran perusahaan merupakan dua faktor yang saling berkaitan dan dapat memengaruhi tingkat profitabilitas perusahaan. CSR mencerminkan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan, sedangkan ukuran perusahaan menunjukkan skala besar atau kecilnya suatu perusahaan. Berdasarkan teori *stakeholder*, perusahaan dengan ukuran yang lebih besar biasanya memiliki lebih banyak pihak eksternal yang berkepentingan terhadap kegiatan perusahaan. Kondisi tersebut mendorong perusahaan untuk memperluas pelaksanaan tanggung jawab sosialnya guna memenuhi harapan para pemangku kepentingan. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar umumnya memiliki kegiatan operasional yang lebih banyak sehingga memiliki dampak yang lebih luas terhadap masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan besar cenderung lebih aktif dalam melaksanakan program CSR yang akan berdampak pada loyalitas konsumen, memperkuat reputasi perusahaan serta dapat menciptakan hubungan yang baik dengan para pemangku kepentingan yang pada akhirnya akan berdampak positif terhadap peningkatan profitabilitas (Samosir & Panjaitan, 2023). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Aulia, 2020) menyatakan bahwa semua variabel independen CSR dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas. Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut.

H3: *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap *Return on Asset* pada perusahaan *Consumer Non-Cylical* sub sektor *processed foods* periode 2020-2024.

Dari uraian di atas, kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian

2.7 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2024) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang masih perlu diuji kebenarannya melalui penelitian.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah disusun dengan mengacu pada teori serta hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut.:

- H₁: *Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh terhadap profitabilitas yang diproksikan oleh *Return on Asset* pada perusahaan *Consumer Non-Cylical* Sub Sektor *Processed foods* periode 2020-2024.
- H₂: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas yang diproksikan oleh *Return on Asset* pada perusahaan *Consumer Non-Cylical* sub sektor *processed foods* periode 2020-2024.
- H₃: *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap profitabilitas yang diproksikan oleh *Return on Asset* pada perusahaan *Consumer Non-Cylical* sub sektor *processed foods* periode 2020-2024.