

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam dinamika bisnis global yang kian bersaing, profitabilitas menjadi satu diantara tolok ukur primer dalam mengevaluasi kesuksesan suatu entitas bisnis. Tingkat profitabilitas merefleksikan kapasitas sebuah organisasi dalam menciptakan laba dari keseluruhan kegiatan usahanya. Tanpa profitabilitas yang stabil, perusahaan akan kesulitan dalam memenuhi kewajiban finansial, menjalankan ekspansi, serta mempertahankan keberlanjutan jangka panjang. Profitabilitas juga menjadi sebuah pertimbangan krusial bagi para penanam modal dalam mengambil keputusan investasi, karena menggambarkan efisiensi dan efektivitas sebuah korporasi dalam mengendalikan sumber daya yang dimilikinya.

Industri perkebunan, sebagai bagian penting dari sektor agrikultur di Indonesia, memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional. Komoditas seperti kelapa sawit, karet, teh, serta kopi merupakan komoditas andalan untuk ekspor sekaligus menjadi penopang pendapatan nasional. Namun, perusahaan di subsektor ini sering menghadapi tantangan yang kompleks, seperti ketergantungan pada harga komoditas global, risiko iklim yang tidak dapat diprediksi, serta tekanan dari pihak eksternal terkait isu sosial dan lingkungan. Kondisi ini mendorong agar setiap badan usaha tidak semata-mata berorientasi pada perolehan laba, namun juga mempertimbangkan imbas sosial serta lingkungan dari kegiatan operasionalnya.

Profitabilitas dianggap sebagai salah satu parameter esensial untuk menilai keberhasilan operasional sebuah entitas bisnis. Secara mendasar, profitabilitas

memperlihatkan kemampuan suatu organisasi untuk menghasilkan keuntungan dari aktivitas komersialnya. Indikator ini sangat penting karena mencerminkan efisiensi perusahaan dalam mengelola sumber daya dan kemampuannya dalam menciptakan nilai ekonomi. Dalam subsektor perkebunan, yang merupakan bagian dari industri primer, tingkat profitabilitas seringkali dipengaruhi oleh fluktuasi harga komoditas, biaya produksi yang tinggi, serta risiko iklim dan lingkungan yang sulit diprediksi. Oleh karena itu, profitabilitas menjadi perhatian utama tidak hanya untuk kalangan manajemen, namun juga bagi para investor serta pemangku kepentingan lainnya (Sari & Anggraini, 2020).

Profitabilitas juga berperan penting dalam menjamin keberlanjutan bisnis jangka panjang. Perusahaan yang tidak mampu mencetak laba dalam jangka waktu tertentu akan kesulitan memenuhi kewajiban keuangan, melakukan investasi, maupun mempertahankan operasionalnya. Di sektor perkebunan, tantangan seperti perubahan kebijakan agraria, tekanan dari masyarakat lokal, dan regulasi lingkungan membuat perusahaan harus semakin cermat dalam menjaga profitabilitas tanpa mengabaikan aspek keberlanjutan. Dalam hal ini, penerapan strategi manajemen yang baik, termasuk pengungkapan CSR yang efektif dan efisiensi operasional, dapat menjadi penentu dalam mempertahankan profitabilitas di tengah berbagai tekanan eksternal (Hidayat *et al.*, 2022).

Profitabilitas juga berperan penting dalam menjamin keberlanjutan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang. Suatu korporasi yang gagal membukukan keuntungan dalam jangka waktu tertentu akan kesulitan memenuhi kewajiban keuangan, melakukan investasi, maupun mempertahankan operasionalnya. Di sektor perkebunan, tantangan seperti perubahan kebijakan agraria, tekanan dari masyarakat lokal, dan regulasi lingkungan membuat

perusahaan harus semakin cermat dalam menjaga profitabilitas tanpa mengabaikan aspek keberlanjutan. Dalam hal ini, penerapan strategi manajemen yang baik, termasuk pengungkapan CSR yang efektif dan efisiensi operasional, dapat menjadi penentu dalam mempertahankan profitabilitas di tengah berbagai tekanan eksternal (Hidayat *et al.*, 2022).

Dalam menghadapi tekanan tersebut, *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebuah pendekatan strategis yang bisa dimanfaatkan oleh korporasi demi memelihara keseimbangan antara kepentingan finansial, masyarakat, dan ekologis. CSR meliputi beragam kegiatan, yang diawali dari pemberdayaan masyarakat, perlindungan lingkungan, pembangunan infrastruktur sosial, hingga pengelolaan limbah. Melalui pelaksanaan CSR yang konsisten dan berkelanjutan, perusahaan bukan sekadar membentuk citra yang baik, tetapi juga mengukuhkan legitimasi di tengah masyarakat dan hubungan dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*).

Perusahaan di subsektor perkebunan memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan yang tinggi mengingat aktivitasnya yang bersinggungan langsung dengan ekosistem dan masyarakat lokal. Isu-isu seperti deforestasi, konflik lahan, serta degradasi lingkungan menjadi tantangan yang tidak bisa diabaikan. Oleh karena itu, CSR dalam subsektor ini tidak hanya menjadi tuntutan moral, tetapi juga menjadi keharusan bisnis untuk menjaga keberlanjutan usaha. Perusahaan yang aktif dan transparan dalam mengungkapkan kegiatan CSR-nya berpotensi mendapatkan dukungan sosial yang lebih luas dan mengurangi risiko bisnis di masa depan.

CSR yang dilaksanakan dengan baik dan disampaikan melalui pengungkapan yang transparan dapat meningkatkan kepercayaan publik, loyalitas konsumen, serta menarik minat investor. Pengungkapan CSR (*CSR Disclosure*) menjadi penting sebagai bentuk akuntabilitas perusahaan terhadap pelaksanaan tanggung jawab sosialnya. Dalam konteks perusahaan terbuka, pengungkapan CSR dalam laporan tahunan menjadi indikator bagi investor untuk menilai komitmen perusahaan terhadap prinsip keberlanjutan dan etika bisnis. Dengan demikian, *CSR Disclosure* berpotensi memberikan pengaruh positif terhadap kinerja keuangan, termasuk profitabilitas.

Sejumlah tahun belakangan, isu keberlanjutan dan tanggung jawab sosial telah mendapatkan sorotan yang turut memengaruhi strategi bisnis perusahaan perkebunan. Perusahaan-perusahaan besar mulai mengintegrasikan praktik CSR sebagai elemen dari strategi jangka panjang guna mendorong profitabilitas. CSR tidak hanya dilihat sebagai biaya tambahan, bukan sebagai beban, melainkan sebagai bentuk investasi pada reputasi dan bagian dari manajemen risiko yang berpotensi menciptakan nilai ekonomi di masa depan.

CSR kerap kali dipandang sebagai esensi dari etika bisnis. Ini menyiratkan bahwa sebuah organisasi tidak hanya menanggung kewajiban kepada pemegang saham atau pemegang saham secara ekonomi dan hukum, melainkan turut mempunyai tanggung jawab kepada para pemangku kepentingan lainnya, dengan cakupan yang melampaui obligasi ekonomi dan hukum. Tanggung jawab sosial dari suatu entitas bisnis melalui *Corporate Social Responsibility* merujuk pada keseluruhan relasi yang terbentuk antara sebuah korporasi dengan segenap stakeholder, mencakup pelanggan, karyawan, komunitas, pemilik modal, pemerintah, pemasok, bahkan pesaing. Global

*Compact Initiative* (2002) mengistilahkan pemahaman tersebut sebagai 3P (*profit, people, planet*), yang berarti tujuan bisnis tidak lagi hanya mengejar keuntungan (*profit*), tetapi juga meningkatkan kesejahteraan manusia (*people*), dan menjamin kelestarian planet (Nugroho, 2007 dalam Dahli dan Siregar, 2008).

Selain CSR, faktor internal perusahaan juga turut memengaruhi tingkat profitabilitas. Salah satu faktor yang lazim diaplikasikan dalam sebuah riset adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merefleksikan kapasitas sumber daya, skala operasional, dan kemampuan dalam menjangkau pasar. Organisasi berskala lebih besar pada umumnya mempunyai sumber daya finansial, teknis, dan manajerial yang lebih superior, yang memungkinkannya untuk dapat menciptakan efisiensi produksi yang berdampak positif pada peningkatan laba.

Namun, besar kecilnya ukuran perusahaan juga membawa konsekuensi tertentu. Perusahaan besar memang memiliki keunggulan dalam hal akses pembiayaan dan kekuatan pasar, tetapi juga menghadapi tantangan seperti inefisiensi birokrasi, struktur organisasi yang kompleks, serta pengelolaan risiko yang lebih rumit. Sebaliknya, entitas bisnis yang lebih kecil cenderung lebih adaptif dalam pengambilan keputusan, namun keterbatasan modal dan sumber daya dapat menjadi penghambat dalam menjalankan CSR secara maksimal maupun mencapai skala ekonomi.

Ukuran perusahaan sering dianggap sebagai indikator kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Korporasi dengan total aset lebih jumbo biasanya mempunyai jangkauan yang lebih ekstensif terhadap berbagai sumber daya, teknologi, dan pasar, yang berpotensi menaikkan efisiensi operasional dan, pada akhirnya, tingkat profitabilitas. Riset oleh Hermanto dan Dewinta (2022)

yang menganalisis perusahaan subsektor makanan dan minuman di BEI atau dikatakan sebagai Bursa Efek Indonesia untuk rentang waktu 2017–2021 menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak memberikan dampak yang bermakna pada profitabilitas. Hal ini menunjukkan bahwa faktor lain, seperti likuiditas dan *leverage*, mungkin lebih berperan dalam menentukan profitabilitas perusahaan.

Namun, temuan berbeda disampaikan oleh Natanael dan Mayangsari (2022) dalam studi mereka terhadap sektor perbankan. Mereka memperoleh temuan bahwa ukuran perusahaan mempunyai efek menguntungkan (positif) pada profitabilitas. Fakta ini mungkin disebabkan oleh skala ekonomi yang lebih besar dan diversifikasi layanan yang dimiliki oleh bank-bank besar, yang memungkinkan mereka untuk mengoptimalkan pendapatan dan mengurangi biaya operasional.

Dalam konteks sektor energi, penelitian oleh Firman, et al. (2021) mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan, yang direpresentasikan melalui total aset, membawa dampak positif pada Return on Equity (ROE). Aset yang lebih besar memungkinkan perusahaan untuk menanamkan modal pada proyek-proyek berskala lebih masif dan lebih menguntungkan, serta memberikan fleksibilitas dalam pengelolaan keuangan.

Sementara itu, dalam sektor manufaktur, penelitian oleh Nugraha dan Riharjo (2022) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak senantiasa berbanding lurus dengan profitabilitas. Mereka mencatat bahwa korporasi berskala besar tidak selalu menghasilkan keuntungan lebih tinggi, terlebih jika tidak diimbangi oleh efisiensi operasional serta strategi bisnis yang akurat.

Secara garis besar, dampak ukuran perusahaan terhadap profitabilitas bisa bersifat variatif, bergantung pada sektor industri serta faktor-faktor internal organisasi tersebut. Walaupun skala yang lebih besar dapat menyajikan keunggulan kompetitif tertentu, misalnya skala ekonomi dan akses ke sumber daya, hal ini tidak menjamin profitabilitas yang lebih tinggi tanpa manajemen yang efektif dan strategi bisnis yang tepat.

Tahun 2019, PT Astra Agro Lestari Tbk (AALI) dikaji bersama dengan entitas bisnis lain yang tercatat pada Indeks SRI-KEHATI untuk rentang waktu 2017–2019. Studi ini menganalisis korelasi antara pelaporan CSR, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap imbal hasil saham sebagai indikator kinerja keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa AALI mengalami peningkatan signifikan dalam pengungkapan CSR, dari 34 item pada tahun 2017 menjadi 72 item pada tahun 2019. Namun, meskipun terjadi peningkatan dalam pengungkapan CSR, return saham AALI menunjukkan penurunan, dengan nilai return sebesar 0,16 di waktu 2017, -0,18 di waktu 2018, serta -0,13 di waktu 2019. Fenomena ini mengindikasikan bahwa eskalasi dalam pengungkapan CSR tidak selalu berkorelasi linier dengan kenaikan profitabilitas korporasi. Analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) dalam studi tersebut memperlihatkan bahwa perpaduan variabel CSR, Return on Assets (ROA), serta ukuran perusahaan cuma sanggup menerangkan 16,7% dari variasi imbal hasil saham. Temuan ini menyiratkan bahwa ada faktor-faktor lain di luar CSR dan ukuran perusahaan yang turut memiliki peran penting dalam memengaruhi profitabilitas perusahaan.

Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun AALI sebagai perusahaan besar dengan pengungkapan CSR yang meningkat, profitabilitasnya tidak secara otomatis meningkat. Hal ini menegaskan pentingnya mengikutsertakan faktor-

faktor eksternal lain yang berpotensi memengaruhi performa finansial sebuah organisasi, serta perlunya strategi yang lebih komprehensif dalam mengelola CSR untuk mendukung profitabilitas.

Teori sinyal (*Signaling Theory*) berperan penting dalam penelitian ini karena menjelaskan bagaimana perusahaan menggunakan pengungkapan informasi, termasuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan ukuran perusahaan, sebagai sinyal kepada pihak eksternal, khususnya investor dan pemangku kepentingan. Melalui pengungkapan CSR yang luas dan transparan, perusahaan berusaha memberikan sinyal positif mengenai tanggung jawab sosial dan keberlanjutan operasionalnya, yang diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan publik dan menarik minat investor. Demikian pula, ukuran perusahaan yang besar dapat menjadi sinyal kemampuan finansial dan stabilitas operasional yang lebih baik dibanding perusahaan kecil. Dengan demikian, teori ini mendasari asumsi bahwa semakin baik sinyal yang diberikan perusahaan melalui aktivitas CSR dan besarnya skala usaha, maka semakin besar pula kepercayaan pasar yang akhirnya dapat berpengaruh terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan

Teori sinyal (*signaling theory*) menjadi landasan teoritis yang penting. Teori ini menjelaskan bahwa perusahaan dapat meminimalkan asimetri informasi antara pihak manajemen dengan entitas eksternal, seperti investor, melalui penyampaian sinyal lewat pengungkapan informasi yang relevan. Salah satu bentuk sinyal tersebut adalah pengungkapan aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan. Dengan mengungkapkan informasi CSR secara transparan, perusahaan memberikan sinyal positif mengenai komitmen mereka pada tanggung jawab sosial dan lingkungan, yang berpotensi menumbuhkan

keyakinan investor serta pada akhirnya, profitabilitas perusahaan. Ukuran perusahaan juga berperan dalam konteks ini, karena organisasi berskala lebih besar umumnya memiliki sumber daya lebih banyak untuk menerapkan dan melaporkan aktivitas CSR secara lebih komprehensif, dengan demikian memberikan sinyal yang lebih kuat kepada pasar. Penelitian oleh Verado dan Kurniawati (2021) mendukung pandangan ini, dengan berpendapat bahwa transparansi CSR yang diimplementasikan oleh sebuah korporasi dapat menjadi sinyal positif untuk para penanam modal, yang berimplikasi pada kenaikan valuasi organisasi.

Keberagaman hasil (*research gap*) terlihat dalam beberapa penelitian sebelumnya tentang penjelasan CSR *Disclosure*, ukuran perusahaan dan profitabilitas. Hal tersebut ditunjukkan pada kajian riset oleh Zuhriah dan Maharani (2021) menganalisis 31 entitas bisnis sektor barang konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia untuk rentang waktu 2018–2020. Dengan adopsi pedoman Global Reporting Initiative (GRI-G4) sebagai pengukur transparansi CSR dan ROE atau dikatakan sebagai *Return on Equity* beserta EPS atau *Earning per Share* sebagai representasi profitabilitas, temuan riset mengindikasikan bahwa pengungkapan CSR memberikan dampak positif bagi profitabilitas korporasi. Hal ini menunjukkan bahwa organisasi yang lebih terbuka dalam melaporkan kegiatan sosialnya memiliki kecenderungan performa keuangan yang lebih unggul.

Wulandari (2019) meneliti perusahaan-perusahaan subsektor perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2016–2018. Dengan adopsi CSR *Disclosure Index* (CSRDI) dan mengukur profitabilitas via ROA, *output* studi memperlihatkan bahwa pelaporan *Corporate Social Responsibility* mempunyai

dampak menguntungkan serta penting kepada ketiga indikator profitabilitas tersebut. Temuan ini menegaskan bahwa pengungkapan aktivitas sosial perusahaan mampu mendongkrak kinerja keuangan.

Yuvianita, *et al* (2022) mengkaji 10 korporasi BUMN yang tercatat di Bursa Efek Indonesia sepanjang periode 2017–2020. Dengan menggunakan kriteria GRI Index untuk mengukur pengungkapan CSR dan Gross Profit Margin (GPM) sebagai indikator profitabilitas, temuan studi memperlihatkan bahwa pelaporan Corporate Social Responsibility berdampak signifikan pada profitabilitas organisasi. Akan tetapi, pengaruh CSR terhadap valuasi korporasi tidaklah signifikan.

Sari, *et al* (2024) menginvestigasi entitas-entitas bisnis subsektor logam dan sejenisnya yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada rentang waktu 2020–2022. Dengan menggunakan pedoman GRI G4 untuk mengukur pengungkapan CSR dan ROA atau *Return on Assets* sebagai representasi profitabilitas, temuan riset mengindikasikan bahwa secara terpisah, kinerja ekonomi dan lingkungan tidak memberikan pengaruh pada profitabilitas, sementara kinerja sosial berpengaruh signifikan. Secara simultan, ketiga aspek CSR tidak memberikan dampak pada profitabilitas.

Solikhah (2022) mengkaji entitas-perusahaan di sektor manufaktur yang terdaftar di BEI sepanjang periode 2015–2017. Dengan menerapkan pedoman GRI untuk mengukur pengungkapan CSR serta *Return on Assets* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE) sebagai tolak ukur profitabilitas, hasil studi menunjukkan bahwa pelaporan CSR tidak memberikan efek penting pada profitabilitas badan bisnis. Namun, CSR mengandung dampak kepada manajemen laba.

Kajian studi oleh Pangestu, *et al* (2023) menganalisis perusahaan sektor Basic Materials yang terdaftar di BEI sepanjang rentang waktu 2019–2021. Temuan riset mengindikasikan bahwa transparansi CSR dan ukuran perusahaan tidak mempunyai dampak yang bermakna pada profitabilitas. Justru, *leverage* memberikan kontribusi negatif yang bermakna pada profitabilitas. Kajian riset ini merekomendasikan untuk melibatkan variabel lain seperti likuiditas atau modal intelektual pada studi berikutnya.

Bungsu *et al* (2023) menganalisis perusahaan subsektor tekstil dan garmen yang tercatat di BEI. Hasil studi memperlihatkan bahwasanya CSR dan profitabilitas tidak berdampak secara bermakna pada harga saham, sementara ukuran perusahaan dan *leverage* menunjukkan kontribusi yang penting. Secara serentak, seluruh faktor memiliki dampak yang penting pada harga saham.

Sembiring (2005) mengemukakan bahwa keragaman temuan disebabkan oleh model yang diaplikasikan bersifat simpel serta inkonsistensi pada pengukuran yang diterapkan. Adanya kesenjangan riset tersebut mendorong penulis untuk mengkaji apakah pengungkapan Corporate Social Responsibility memiliki implikasi terhadap performa finansial entitas bisnis subsektor perkebunan. Di samping itu, penelaahan ini juga akan mengidentifikasi apakah eksistensi informasi CSR yang dipublikasikan oleh korporasi dalam konteks ini akan berimplikasi bagi penerima informasi dari luar (pasar). Implikasi ini dapat terobservasi melalui profitabilitas organisasi tersebut.

Penelitian ini, profitabilitas diukur menggunakan proksi rasio ROA serta ROE, bagaimana publikasi *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan dapat memperkuat citra badan usaha dan memikat para

stakeholder, yang mencakup kreditur, penanam modal, dan juga konsumen, untuk menjalin kolaborasi dengan perseroan. Kenaikan volume niaga, seperti penjualan komoditas, akan mendorong total pendapatan dan aset organisasi, dan korporasi lalu bisa mendayagunakan seluruh aset serta penjualan tersebut untuk menciptakan laba bersih, yang terefleksi oleh ROA. Pertumbuhan volume niaga juga bisa berlangsung dalam transaksi saham, karena atensi investor terhadap suatu entitas bisnis dapat menstimulasi lebih banyak pemodal untuk menambahkan modalnya.

Pemilihan variabel *CSR disclosure*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas dalam penelitian ini didasarkan pada relevansi teoritis, temuan empiris sebelumnya, serta fenomena aktual dalam dunia bisnis. *CSR disclosure* dipilih karena merupakan bentuk tanggung jawab sosial yang mampu berfungsi sebagai isyarat positif bagi penanam modal dan masyarakat mengenai dedikasi perseroan terhadap aspek kesinambungan, selaras dengan teori sinyal yang mengemukakan bahwa keterbukaan informasi bisa menekan kesenjangan informasional antara badan usaha dengan para pemangku kepentingan. Ukuran Perusahaan turut dipertimbangkan lantaran korporasi yang lebih masif secara umum mempunyai sumber daya lebih ekstensif untuk merealisasikan dan melaporkan kegiatan *CSR* secara lebih komprehensif, serta seringkali menjadi sorotan publik, yang memperkuat sinyal positif ke pasar. Sementara itu, profitabilitas dipilih sebagai variabel dependen karena mencerminkan kinerja keuangan perusahaan yang dapat dipengaruhi oleh reputasi dan efisiensi operasional, termasuk strategi *CSR* dan skala operasional perusahaan. Dengan demikian, ketiga variabel ini saling terkait dan relevan dalam mengkaji

bagaimana faktor internal dan eksternal perusahaan memengaruhi pencapaian keuntungan.

Pembeda studi ini dengan riset-riset terdahulu terletak pada objek kajiannya, yakni sektor manufaktur, serta pada rentang waktu penelaahan yaitu periode 2021-2023. Melihat dari fenomena yang terjadi sepanjang periode penelitian tersebut serta temuan hasil-hasil kajian yang inkonsisten, maka penulis akan menyelenggarakan sebuah riset yang bertajuk **“Pengaruh CSR Disclosure dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan”**.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan, maka dirumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah CSR Disclosure berpengaruh terhadap Profitabilitas?
2. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Profitabilitas?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengevaluasi dan menelaah implikasi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* serta Ukuran Perusahaan terhadap profitabilitas pada entitas bisnis subsektor perkebunan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia dalam kurun waktu 2021-2023. Riset ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan korporasi subsektor perkebunan selama periode tersebut. Variabel bebas dalam studi ini meliputi Pengungkapan CSR dan Ukuran Perusahaan, yang masing-masing diukur dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) dan Ln (*total aset*), sementara variabel terikatnya adalah profitabilitas perseroan, yang diproksikan melalui rasio *Return On Equity* (ROE).

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoretis**

Manfaat teoretis dari penelitian adalah untuk memperkaya dan memperkuat kajian dalam ilmu manajemen, khususnya dalam bidang manajemen keuangan dan akuntansi, terkait pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan karakteristik perusahaan terhadap kinerja keuangan. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori sinyal (*signaling theory*), dengan menelaah bagaimana pengungkapan CSR dan ukuran perusahaan dapat dijadikan sebagai sinyal positif kepada investor dalam meningkatkan persepsi terhadap profitabilitas. Selain itu, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi akademik untuk memperluas pemahaman mengenai hubungan antara praktik keberlanjutan perusahaan dengan pencapaian laba, serta memperdalam studi empiris yang relevan dengan pengambilan keputusan keuangan dan strategi perusahaan.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi perusahaan: memberikan wawasan mengenai pentingnya pengungkapan CSR dan skala perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas. Dengan memahami pengaruh kedua faktor tersebut, perusahaan dapat menyusun strategi yang lebih tepat dalam mengelola aktivitas CSR dan mengoptimalkan ukuran operasional untuk menarik kepercayaan investor serta meningkatkan kinerja keuangan secara keseluruhan.
2. Bagi calon investor: Hasil penelitian ini dapat membantu calon investor menilai apakah perusahaan yang aktif mengungkapkan kegiatan CSR dan

memiliki ukuran besar cenderung memiliki profitabilitas yang lebih baik, sehingga lebih layak dijadikan pilihan investasi.