

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI REPUTASI
PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN
MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA**

SKRIPSI

*Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Ak)
Program Studi Akuntansi*



OLEH:

NAMA : PUTRI MADINAH NASUTION
NPM : 1805170192
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI
KONSENTRASI : AKUNTANSI MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2022**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Muchtar Basri No. 3 (061) 66224567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Senin, tanggal 12 September 2022, Pukul 08:00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan dan seterusnya:

MEMUTUSKAN

Nama : PUTRI MADINAH NASUTION
NPM : 1805170192
Program Studi : AKUNTANSI
Judul Skripsi : FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI REPUTASI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Dinyatakan : (A) *Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.*

TIM PENGUJI

Penguji I

(Dr. IRFAN, S.E., M.M., PhD)

Penguji II

(DIAN YUSTRIAWAN, S.E., M.Si.)

Pembimbing

(Dr. EKA NURMALASARI, S.E., M.Si., Ak., CA)

PANITIA UJIAN

Ketua

(H. JANURI, S.E., M.M., M.Si.)

Sekretaris



(Asoc. Prof. Dr. ADE GUMAWAN, S.E., M.Si.)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Lengkap : PUTRI MADINAH NASUTION
N.P.M : 1805170192
Program Studi : AKUNTANSI
Konsentrasi : AKUNTANSI MANAJEMEN
Judul Penelitian : FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI REPUTASI
PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN
MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA

Disetujui untuk memenuhi persyaratan diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, Agustus 2022

Pembimbing


Dr. EKA NURMALA SARI S.E., M.SI., AK., CA

Diketahui/Disetujui

Oleh :

Ketua Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Assoc. Prof Dr. ZULIA HANUM, S.E., M.Si

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis


H. JANURI, SE, M.M, M.Si





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

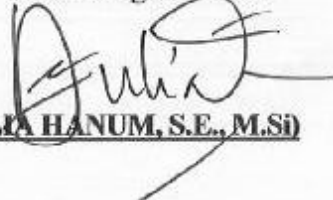
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : PUTRI MADINAH NASUTION
N.P.M : 1805170192
Dosen Pembimbing: Dr. EKA NURMALA SARI, S.E., M.Si, Ak., CA
Program Studi : AKUNTANSI
Konsentrasi : AKUNTANSI MANAJEMEN
Judul Penelitian : FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI REPUTASI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
BAB 1	—		
BAB 2	Perhatikan lagi kerangka konseptual	10 ²²	3/10/22
BAB 3	Lihat lagi Tabel Analisis Data	10 ²²	2/1
BAB 4	- Deskriptif data - Cek Rumus hitung Reputasi	10 ²²	3/1
BAB 5	- Data di In kan. - Cek Rumus - Rumus Uang	10 ²²	3/1
Daftar Pustaka	—		
Persetujuan Sidang Meha Hijau	—		

Medan, Agustus 2022

Diketahui oleh:
Ketua Program Studi


(Dr. ZULIA HANUM, S.E., M.Si)

Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing


(DR. EKA NURMALA SARI, S.E., M.Si., AK., CA)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

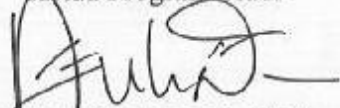
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : PUTRI MADINAH NASUTION
N.P.M : 1805170192
Dosen Pembimbing: Dr. EKA NURMALA SARI, S.E., M.Si., Ak., CA
Program Studi : AKUNTANSI
Konsentrasi : AKUNTANSI MANAJEMEN
Judul Penelitian : FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI REPUTASI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
BAB 1	—		
BAB 2	—		
BAB 3	—		
BAB 4	Bab 4 perlu buat gambar um perusahaan makan & minuman	10/22	ef
BAB 5	desain & data perlu saran luas operasi	10/22	ef
Daftar Pustaka	—		
Persetujuan Sidang Mcha Hijau	—		

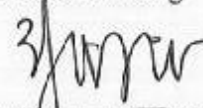
Medan, Agustus 2022

Diketahui oleh:
Ketua Program Studi



(Dr. ZULIA HANUM, S.E., M.Si)

Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing



(DR. EKA NURMALA SARI, S.E., M.SI., AK., CA)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : PUTRI MADINAH NASUTION
N.P.M : 1805170192
Dosen Pembimbing: Dr. EKA NURMALA SARI, S.E., M.Si., Ak., CA
Program Studi : AKUNTANSI
Konsentrasi : AKUNTANSI MANAJEMEN
Judul Penelitian : FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI REPUTASI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
BAB 1	—		
BAB 2	—		
BAB 3	—		
BAB 4	<i>pembahasan harus lebih rinci, elaborasi deskriptif data.</i>	<i>1/8 22</i>	<i>3/</i>
BAB 5	<i>harus lebih operasional</i>	<i>1/8 22</i>	<i>3/</i>
Daftar Pustaka	—		
Persetujuan Sidang Meha Hijau	<i>Ace, lampir ke sidang</i>		

Medan, Agustus 2022

Diketahui oleh:
Ketua Program Studi

(Dr. ZULIAHANUM, S.E., M.Si)

Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing

(DR. EKA NURMALA SARI, S.E., M.SI., AK., CA)

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji dan menganalisis profitabilitas, biaya lingkungan dan *corporate social responsibility* terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan sampel yang memenuhi kriteria penarikan sampel pengamatan yang dilakukan selama lima tahun dan sebanyak sepuluh perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi. dan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, pengujian hipotesis dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan sedangkan profitabilitas dan biaya lingkungan tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Secara simultan profitabilitas, biaya lingkungan dan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan

Kata Kunci: Profitabilitas, Biaya Lingkungan, *Corporate Social Responsibility*,
Reputasi Perusahaan

ABSTRACT

This study was conducted with the aim of testing and analyzing profitability, environmental costs and corporate social responsibility on the company's reputation in food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The population in this study were all food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange, while the samples that met the criteria for sampling were observed for five years and as many as ten food and beverage companies were listed on the Indonesia Stock Exchange. This research approach uses associative research. Data collection techniques in this study using documentation techniques, and the analysis technique used is multiple linear regression analysis, hypothesis testing and coefficient of determination. The results show that partially corporate social responsibility affects the company's reputation while profitability and environmental costs have no effect on the company's reputation. Simultaneously profitability, environmental costs and corporate social responsibility affect the company's reputation

Keywords: Profitability, Environmental Costs, Corporate Social Responsibility, Company Reputation

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillah rabbil'alamin puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan rahmatnya yang berlimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Selanjutnya tidak lupa pula peneliti mengucapkan Shalawat dan Salam kepada Junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa Risalahnya kepada seluruh umat manusia dan menjadi suri tauladan bagi kita semua. Penelitian ini merupakan kewajiban bagi peneliti guna melengkapi tugas-tugas serta memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Sastra 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Adapun judul peneliti yaitu : **“Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Reputasi Perusahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.”**.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak yang tidak ternilai harganya. Untuk itu dalam kesempatan ini dengan ketulusan hati penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah bersedia membantu, memotivasi, membimbing, dan mengarahkan selama penyusunan skripsi. Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih sebesar - besarnya terutama kepada Teristimewa terima kasih untuk kedua orang tua saya, ayahanda

Alm H. M Nasir Nasution dan ibunda tercinta saya Hj. Nazrah Hanim yang telah mengasuh dan memberikan rasa cinta dan kasih sayang serta mendidik dan mendukung peneliti dalam pembuatan skripsi ini. Dan seluruh keluarga besarku yang telah banyak memberikan dukungan moril, materi dan spiritual kepada penulis serta kasih sayangnya yang tiada henti kepada penulis.

1. Bapak **Prof. Dr. Agussani, M.AP** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak **H. Januri S.E., M.M, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak **Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan S.E., M.Si** selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak **Dr. Hasrudy Tanjung S.E., M.Si** selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu **Assoc. Prof. Dr. Zulia Hanum, S.E. M.Si** selaku Ketua Jurusan Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak **Riva Ubar Harahap S.E., M.Si., Ak., CA., CPA** selaku sekretaris program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu **Dr. Eka Nurmala Sari, S.E., M.Si., Ak., CA** selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan serta meluangkan waktunya untuk membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
8. Kepada Kakak saya Kiki Maharani Nasution dan Riri Nazriyani Nasution yang telah membantu peneliti dalam menyusun skripsi.

9. Kepada Dea Ayu Lestari, Khairun Nisyah, Nurul Ainun, Arif Maulana, Annisa Cerolyn, M. Daffa Daeng, Fatia Aulia, Dian Hang Pawana yang selalu memberikan dukungan kepada peneliti dalam proses penyelesaian skripsi ini.
10. Serta seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, peneliti hanya bisa berharap semoga Alalh SWT membalas kebaikan kalian semua. Amin.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu dengan kerendahan hati peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini dari semua pihak.

Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pembaca dan dapat memperluas cakrawala pemikiran kita dimasa yang akan datang dan berharap sekripsi ini dapat menjadi lebih sempurna kedepannya.

Wassalammualaikum, Wr.Wb

Medan, Agustus 2022

Penulis

PUTRI MADINAH NASUTION
NPM:1805170192

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACK	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	vi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teoritis	11
2.1.1 Reputasi Perusahaan.....	11
2.1.1.1 Pengertian Reputasi Perusahaan.....	11
2.1.1.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Reputasi Perusahaan	12
2.1.1.3 Pengukuran Reputasi Perusahaan.....	15
2.1.2 Profitabilitas.....	15
2.1.3 <i>Return on Assets</i>	15
2.1.3.1 Pengertian <i>Return on Assets</i>	15
2.1.3.2 Tujuan dan Manfaat <i>Return on Assets</i>	16
2.1.3.3 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi <i>Return on Assets</i> .	18
2.1.3.4 Pengukuran <i>Return on Assets</i>	19
2.1.4 Biaya Lingkungan	20
2.1.4.1 Pengertian Biaya Lingkungan	20
2.1.4.2 Klasifikasi Biaya Lingkungan	20
2.1.4.3 Tujuan Biaya Lingkungan.....	21
2.1.4.4 Indikator Biaya Lingkungan.....	22
2.1.5 <i>Corporate Social Responsibility</i>	22
2.1.4.1 Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i>	22
2.1.4.2 Konsep <i>Corporate Social Responsibility</i>	23
2.1.4.3 Alasan Mendukung dan Menolak <i>Corporate Social</i> <i>Responsibility</i>	24
2.1.4.4 Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i>	25
2.1.4.5 Indikator Pengukuran <i>Corporate Social Responsibility</i>	26
2.2 Kerangka Konseptual.....	27
2.3 Hipotesis.....	31

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Defenisi Operasional Variabel	32
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian	33
3.4 Populasi dan Sampel	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data	36
3.6 Teknik Analisis Data.....	37

BAB 4 HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Data.....	41
4.1.1 Deskripsi Data Profitabilitas	41
4.1.2 Deskripsi Data Pajak Tangguhan	42
4.1.3 Deskripsi Data Solvabilitas	44
4.2 Analisis Data.....	45
4.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	45
4.2.2 Uji Regresi Linier Berganda	48
4.2.3 Uji Hipotesis.....	50
4.2.4 Uji Determinasi	52
4.2.5 Pembahasan.....	53

BAB 5 PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran.....	59
5.3 Keterbatasan Penelitian	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Reputasi perusahaan merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan. Perusahaan bereputasi baik artinya perusahaan memiliki sumber daya langka dan berharga, serta merupakan sumber keunggulan daya saing untuk mendapatkan *above average return*. Ruang lingkup reputasi perusahaan sangat luas dan secara potensial dapat menjadi keunggulan bersaing. Reputasi perusahaan diperoleh dengan mengintegrasikan beberapa pertimbangan (*blends considerations*) antara keuangan, manajemen, periklanan (*advertising*), dan hubungan masyarakat (*public relations*).

Para pesaing tidak bisa membuat replikasi faktor faktor yang unik dan proses kompleks untuk menghasilkan reputasi, sehingga reputasi dikatakan mempunyai nilai ekonomi bagi perusahaan. Mempertahankan keunggulan relatif, perusahaan memerlukan komitmen dari manajemen perusahaan terhadap reputasi perusahaan.

Reputasi perusahaan juga ditentukan dari perhatian pelaku bisnis terhadap pelaporan ekonomi, sosial dan lingkungan. Hal ini berarti apabila perusahaan tidak memperhatikan isu tentang kerusakan lingkungan dan sosial, akan mengakibatkan reputasi perusahaan menurun, sehingga para investor enggan berinvestasi pada perusahaan. Keengganan investor melakukan investasi menyebabkan perusahaan kehilangan salah satu sumber pendanaan bagi kegiatan operasional dan kelangsungan hidup perusahaan (Alpi, 2021)

Faktor yang mempengaruhi reputasi perusahaan antara lain profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dalam periode tertentu, dengan tingkat efektif dan efisien agar laba yang diperoleh dapat digunakan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan. Oleh karena itu profitabilitas sering kali digunakan sebagai uji utama atas keefektifan operasi manajemen, (Jufrizen & Asfa, 2015).

Salah satu alat untuk mengukur kekuatan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (profit) adalah *Return On Assets*. Secara umum *Return On Assets* adalah salah satu alat ukur profitabilitas untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam mengelola asetnya untuk menghasilkan laba selama suatu periode, (Jufrizen, Sari, Radiman, Muslih, & Putri, 2019). ROA merupakan perkalian antara faktor net income margin dengan perputaran aktiva. Net income margin menunjukkan kemampuan memperoleh laba dari setiap penjualan yang diciptakan oleh perusahaan, sedangkan perputaran aktiva menunjukkan seberapa jauh perusahaan mampu menciptakan penjualan dari aktiva yang dimilikinya (Sirait, Sari, & Rambe, 2021)

ROA (*Return On Assets*) merupakan tingkat pengembalian atau laba yang dihasilkan dari pengelolaan asset maupun investasi perusahaan. Rasio ini biasa dipakai sebagai indikator akan profitabilitas perusahaan dengan membandingkan antara laba bersih dengan keseluruhan total aktiva pada perusahaan (Nainggolan & Febriansyah, 2021). ROA dapat memberikan pengukuran yang memadai atas efektifitas keseluruhan perusahaan karena ROA memperhitungkan penggunaan aktiva dan profitabilitas dalam penjualan (Hanum & Manullang, 2022). Dengan demikian, ROA dapat dijadikan salah satu indicator dalam pengambilan

keputusan investor dalam memilih perusahaan untuk berinvestasi. Maka semakin tinggi rasio ini maka akan semakin tinggi pula kepercayaan dan minat investor untuk berinvestasi (Diaz & Jufrizen, 2014).

Faktor lainnya yang mempengaruhi reputasi perusahaan adalah biaya lingkungan. Ketika melaksanakan pengelolaan lingkungan buat menanggulangi akibat yang ditimbulkan pasti perusahaan bakal mengalokasikan anggaran lingkungan. Tetapi sayangnya, perusahaan menyangka kalau anggaran lingkungan ini cuma jadi ekstra pengeluaran dana untuk perusahaan. Di sisi lain perusahaan menyangka kalau anggaran lingkungan cuma bakal jadi akun pengurang laba untuk perusahaan. Sementara itu terdapatnya alokasi anggaran buat pengelolaan lingkungan memastikan konsistensi kepedulian lingkungan yang dilaksanakan perusahaan sehingga membangun keyakinan publik akan tanggung jawab sosial perusahaan (Tunggal & Fachrurrozie, 2014). Anggaran lingkungan ini dapat disebut sebagai investasi jangka panjang perusahaan. Perihal ini disebabkan dana yang dikeluarkan disaat ini dapat menaikkan nama dan citra yang baik buat perusahaan, sehingga dapat menaikkan keyakinan *stakeholder* pada perusahaan

Banyaknya perusahaan yang hanya ingin memaksimalkan laba tetapi tidak mengamati dampak lingkungan dan dampak sosial yang dihasilkan, akhirnya kinerja keuangan pada masa sekarang bukan yang utama dalam wujud tanggung jawab dari perusahaan. Masyarakat menyadari dampak sosial dari perusahaan yang ingin mencapai laba maksimal, maka masyarakat menuntut agar perusahaan memperhatikan dan mengatasi dampak sosial yang ditimbulkan (Rahmawati & Achmad, 2012). Pada masa sekarang tanggung jawab perusahaan tidak hanya tergantung pada kinerja keuangan tapi juga tanggung jawab sosial. Masalah ini

juga sejalan dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Tanggung jawab sosial ini umumnya disebut dengan CSR

Corporate Social Responsibility menurut (Susanto, 2009) merupakan tanggung jawab perusahaan bagi pemegang saham dan karyawan dalam bentuk profitabilitas dan kemajuan perusahaan, tanggung jawab eksternal sebagai wajib pajak dan penyedia lapangan pekerjaan, meningkatkan manfaat dan kapasitas masyarakat dan melindungi lingkungan dari generasi ke generasi yang akan datang. Oleh karena itu, perusahaan tidak hanya bermanfaat untuk bisnisnya tetapi juga untuk pihak lain.

Corporate Social Responsibility erat kaitannya dengan *stakeholder*. Menurut (Hadi, 2011) *stakeholder* merupakan seluruh pihak baik internal ataupun eksternal yang mempunyai ikatan baik bertabiat mempengaruhi ataupun dipengaruhi, bertabiat langsung ataupun tidak langsung oleh industri. Selaku pihak yang mempunyai kepentingan serta tujuan, *stakeholder* dalam mengambil keputusan pula mempertimbangkan *Corporate Social Responsibility* yang dijalankan oleh perusahaan. (Angela & Yudianti, 2014) mengatakan transparansi pengungkapan CSR dalam laporan keuangan jadi berguna untuk pemakai laporan keuangan atau *stakeholder* buat menganalisis sepanjang mana atensi serta tanggung jawab industri dalam melaksanakan bisnis.

Berikut data reputasi perusahaan, profitabilitas, biaya lingkungan dan *corporate sosial responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman

Tabel 1.1 Reputasi Perusahaan, Profitabilitas, Biaya Lingkungan dan CSR Pada Perusahaan Makan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020

Kode Perusahaan	Tahun	Reputasi Perusahaan	Profitabilitas	Biaya Lingkungan	CSR
CEKA	2016	167,041	17.51	355.60	0.13
	2017	89,250	7.71	840.67	0.14
	2018	26,775	7.93	1,054.14	0.14
	2019	59,500	15.47	525.06	0.21
	2020	59,500	11.61	693.41	0.15
DLTA	2016	96,079	21.25	397.78	0.14
	2017	144,118	20.87	409.13	0.17
	2018	208,171	22.19	379.78	0.18
	2019	382,715	22.29	381.85	0.18
	2020	312,257	10.07	826.06	0.22
INDF	2016	147,511	6.41	834.29	0.23
	2017	206,340	5.77	924.08	0.23
	2018	265,168	5.14	1,006.01	0.23
	2019	244,095	6.14	918.26	0.24
	2020	150,145	5.36	904.22	0.28
MYOR	2016	268,303	10.75	453.33	0.19
	2017	469,532	10.93	450.92	0.24
	2018	603,684	9.95	485.25	0.26
	2019	648,402	10.71	485.43	0.22
	2020	670,760	10.61	537.20	0.22
STTP	2016	295,602	7.95	629.23	0.17
	2017	30,995	7.44	795.04	0.13
	2018	351,351	9.69	645.42	0.13
	2019	482,621	16.75	445.10	0.13
	2020	100,005	18.23	425.26	0.13
ICBP	2016	144,272	12.56	509.48	0.17
	2017	179,593	11.21	573.62	0.21
	2018	256,562	13.56	487.41	0.23
	2019	159,768	13.85	497.59	0.23
	2020	250,731	7.16	678.27	0.22
ROTI	2016	53,698	6.38	775.06	0.17
	2017	69,448	4.08	1,514.99	0.17
	2018	36,005	2.89	2,293.68	0.18
	2019	59,725	5.05	1,307.55	0.24
	2020	149,528	3.79	1,914.28	0.26
ULTJ	2016	8,166	16.74	491.56	0.21
	2017	75,095	13.72	591.38	0.21
	2018	115,535	12.63	680.57	0.21
	2019	138,642	15.67	545.93	0.18
	2020	124,778	12.68	430.92	0.17
SKBM	2016	9,836	2.25	1,634.02	0.12
	2017	7,698	1.59	3,872.63	0.12
	2018	6,493	0.90	6,522.35	0.13
	2019	3,551	0.05	18,236.15	0.13
	2020	5,003	0.31	17,761.84	0.13
SKLT	2016	3,658	3.63	1,434.42	0.12

	2017	3,399	3.61	1,339.00	0.12
	2018	6,354	4.28	1,061.64	0.13
	2019	5,594	5.68	846.36	0.21
	2020	9,324	5.49	957.09	0.22

Sumber: Bursa Efek Indonesia (2022)

Berdasarkan tabel di 1.1 di atas dapat dilihat bahwa reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami penurunan di tahun 2020 pada perusahaan ULTJ, perusahaan STTP, Perusahaan DLTA. Reputasi perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham (Hermuningsih, 2013). Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula reputasi perusahaan. Reputasi perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan, dan manajemen aset (Hermuningsih, 2013).

Berdasarkan tabel di 1.1 di atas dapat dilihat bahwa *return on assets* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami penurunan di tahun 2020 pada perusahaan DLTA, perusahaan MYOR, perusahaan ROTI, perusahaan ULTJ, dan perusahaan SKLT. *Return On Asets* adalah pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aset yang tersedia dalam perusahaan, di mana *return on assets* disebabkan karena terjadinya penurunan laba bersih dan diikuti oleh peningkatan aset perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik keadaan suatu perusahaan. Tingkat pengembalian atas aset menentukan pembagian laba dalam bentuk dividen yang dapat digunakan oleh

pemegang saham baik ditanamkan kembali di dalam perusahaan maupun di tempat lain (Arseto & Jufrizen, 2018). Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Cahaya & Riwoe, 2018) (Masuri, Halik, & Arif, 2019) menyatakan *return on asset* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Sondakh, Saerang, & Samadi, 2019) (Triagustina, Sukarmanto, & Helliana, 2015) menyatakan *return on asset* tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat dilihat biaya lingkungan mengalami penurunan di tahun 2020 pada perusahaan SSTP, perusahaan ULTJ, perusahaan SKBM. Alokasi biaya pengelolaan lingkungan menunjukkan konsistensi perlindungan lingkungan perusahaan dalam rangka membangun kepercayaan masyarakat terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (Tunggal & Fachrurrozie, 2014). Biaya lingkungan ini dapat dikatakan sebagai investasi jangka panjang perusahaan, karena dana yang dikeluarkan saat ini dapat membawa reputasi yang baik bagi perusahaan. Hal ini sesuai dengan pandangan (Camilia, 2016) bahwa jika rencana pengembangan masyarakat (yang akan menyebabkan biaya lingkungan) dikeluarkan, maka akan dapat meningkatkan reputasi yang mempengaruhi keunggulan kompetitif dan dapat digunakan sebagai strategi untuk meningkatkan penjualan atau keuntungan perusahaan. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Buana & Nuzula, 2017) (Dinniyah & Nuzula, 2021) menyatakan biaya lingkungan berpengaruh terhadap reputasi perusahaan, sedangkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Angraeni, Situmorang, & Fadilah, 2020) (Sapulette & Limba, 2021) menyatakan biaya lingkungan tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat dilihat *corporate sosial responsibility* mengalami penurunan. Pengungkapan CSR menyebabkan reputasi perusahaan semakin meningkat di tahun pada perusahaan DLTA, perusahaan ROTI, perusahaan SKLT. Hasil ini sejalan dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa pihak eksekutif perusahaan yang memiliki informasi lebih baik mengenai perusahaannya akan terdorong untuk menyampaikan informasi tersebut kepada calon investor dimana perusahaan dapat meningkatkan reputasi perusahaan melalui pelaporannya dengan mengirimkan sinyal melalui laporan tahunannya. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Widanaputra, Widhyadanta, & Ratnadi, 2018) (Nahda & Harjito, 2011) menyatakan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan, sedangkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Wicaksono, 2018) (Hafez, 2016) menyatakan csr tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan

Berdasarkan fenomena yang diungkapkan di atas serta perbedaan hasil penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Reputasi Perusahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan diatas, maka penulis mengidentifikasi beberapa permasalahan yang ada adalah sebagai berikut:

1. Reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami penurunan

2. Profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami penurunan
3. Biaya lingkungan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami penurunan
4. *Corporate social responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami penurunan

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan penelitian ini, maka penulis memberikan batasan masalah hanya pada profitabilitas yang diukur dengan *return on asset*, biaya lingkungan dan *Corporate social responsibility* diukur dengan indeks pengungkapan CSR perusahaan yang menjadi variabel independen dan reputasi perusahaan sebagai variabel dependen

1.4 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah biaya lingkungan berpengaruh terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

4. Apakah Profitabilitas, biaya lingkungan dan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh biaya lingkungan terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Profitabilitas, biaya lingkungan dan *corporate social responsibility* terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai media pembelajaran dan pengembangan diri dalam upaya memecahkan masalah dan persoalan

nyata yang terjadi di dalam suatu perusahaan khususnya tentang Profitabilitas, biaya lingkungan, *corporate social responsibilty* terhadap reputasi perusahaan

2. Manfaat Praktisi

Menjadi referensi dan perusahaan dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai bahan masukan dalam mengevaluasi reputasi perusahaan. Memberikan kesempatan kepada peneliti lain bahwa perusahaan dapat menjadi sarana untuk pembelajaran melalui ilmiah.

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Reputasi Perusahaan

2.1.1.1 Pengertian Reputasi Perusahaan

Reputasi menurut Chartered Institute of Public Relation dalam Kolah (2016:371-372) adalah kepercayaan atau pendapat yang dipegang tentang sebuah organisasi atau seorang individu. Kepercayaan atau pendapat dibentuk melalui harapan, pengalaman, pesan yang disampaikan pada orang-orang dan percakapan yang mereka amati atau ikut berpartisipasi di dalamnya.

Reputasi perusahaan adalah representasi tindakan masa lalu suatu perusahaan dan hasil yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan nilai kepada stakeholders (Fombrun dalam Roper dan Fill, 2012:7). Menurut Urip (2014:11), reputasi perusahaan mencerminkan persepsi (baik/buruk) berbagai stakeholders yang dengan sukarela berinteraksi dengan perusahaan yang berada dalam lingkup pengaruhnya. Stakeholders membangun persepsi berdasarkan penilaian terhadap budaya, tindakan, dan kinerja bisnis saat mereka bekerja di dalamnya atau bekerja sama dengan perusahaan tersebut; atau melalui informasi yang tersedia

Hur et al. (2014) berpendapat bahwa reputasi berperan sebagai kunci perusahaan dan keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan. Konsumen yang kekurangan akan informasi produk atau perusahaan akan bergantung kepada reputasi perusahaan untuk menilai suatu produk atau jasa perusahaan (Schinietz dan Epstein dalam Hur et al. 2014). Disisi lain, reputasi yang baik akan

melindungi perusahaan dari persepsi konsumen yang memberikan informasi yang negatif (Lange et al. dalam Hur et al. 2014). Reputasi perusahaan yang baik juga dapat membedakan perusahaan dari pesaingnya dan merupakan aset strategi yang penting untuk sebuah perusahaan karena tidak hanya memiliki potensi penciptaan nilai, tetapi juga karena karakter tidak berwujudnya yang membuat perusahaan pesaing sulit meniru (Fombrun & Shanley, Roberts & Dowling dalam Lai, Chiu, Yang, Pai, 2010).

2.1.1.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Reputasi Perusahaan

Roper dan Fill (2012:42-46) menyatakan ada beberapa kriteria/elemen yang dapat mempengaruhi corporate reputation/reputasi perusahaan, adalah sebagai berikut:

1. Produk/kualitas layanan (termasuk nilai)

Untuk meningkatkan reputasi secara positif, produk, kualitas layanan, dan merupakan faktor yang sangat penting. Selain produk atau kualitas layanan, nilai yang terdapat pada produk juga merupakan faktor yang penting. Hal ini mengacu pada persepsi konsumen bahwa harga yang relatif lebih tinggi mencerminkan kualitas yang lebih baik. Dalam sebuah produk, semakin tinggi kualitas maka konsumen memiliki harapan yang tinggi terhadap produk perusahaan tersebut.

2. Kepuasan karyawan

Kepuasan karyawan diukur dari seberapa bahagia karyawan dengan pekerjaannya dan lingkungan kerja mereka. Hal ini penting dari sudut pandang reputasi bagi karyawan untuk menjadi konten, karena pekerja yang

bahagia cenderung lebih produktif, memiliki tingkat absensi/izin yang rendah dan tingkat loyalitas tinggi terhadap perusahaan.

3. Kepuasan pelanggan

Kepuasan adalah perbandingan harapan individu dengan persepsi pengalaman aktual konsumen.

4. Customer service

Customer service merupakan total dari tindakan sebuah perusahaan untuk memenuhi ekspektasi konsumen dan menciptakan kepuasan konsumen. Hal ini juga bisa dianggap sebagai kemampuan perusahaan untuk menyediakan layanan atau produk sesuai dengan yang dijanjikan.

5. Innovation

Inovasi adalah cara baru dalam melakukan sesuatu dari segi pembuatan produk baru, produk asli, atau proses yang baru.

6. Visi dan Kepemimpinan

Pemimpin yang memiliki inspirasi mempunyai visi mengenai arah jalannya perusahaan mereka. Mereka memiliki kemampuan untuk menginspirasi orang lain tentang visi ini dan memperoleh arah untuk dibagikan dan diikuti oleh mereka.

7. Corporate social responsibility

Corporate social responsibility adalah suatu aturan yang ditetapkan oleh suatu organisasi itu sendiri yang menekankan sikap etika terhadap model bisnisnya. Sebuah perusahaan yang mempraktekan Corporate Social Responsibility harus menanggung tanggung jawab secara positif atas tindakannya terutama terhadap lingkungan dan stakeholders.

8. Profitability

Laba adalah salah satu bentuk ukuran suksesnya sebuah perusahaan. Namun, bukan hanya dilihat dari laba suatu perusahaan semata-mata namun juga melihat bagaimana reputasi sebuah perusahaan mendominasi dibanding pesaing-pesaingnya

9. Posisi pasar

Sebuah merek harus memiliki keterkaitan dengan konsumen agar produk yang dijual dapat diterima di kalangan konsumen sesuai dengan posisi yang sudah ditetapkan suatu merek dalam suatu produk.

10. Comprehensive reputation

Tujuan penting dalam sebuah organisasi adalah untuk menjadi organisasi yang dikenal dengan seluruh aspek organisasi yang baik.

(Amani, Nurleli, & Lestari, 2020) menyatakan ada faktor yang dapat mempengaruhi corporate reputation/reputasi perusahaan, adalah sebagai berikut:

1. Kinerja Lingkungan

Kinerja perusahaan untuk ikut andil dalam melestarikan lingkungan. Kinerja lingkungan dibuat dalam bentuk peringkat oleh suatu lembaga yang berkaitan dengan lingkungan hidup

2. Biaya Lingkungan

Biaya- biaya yang terjadi karena adanya kualitas lingkungan yang buruk atau karena kualitas lingkungan yang buruk mungkin terjadi. Maka, biaya lingkungan berhubungan dengan kreasi, deteksi, perbaikan, dan pencegahan degradasi lingkungan

2.1.1.3 Pengukuran Reputasi Perusahaan

Menurut (Widanaputra et al., 2018) reputasi perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$TSR = \frac{P_{it} - P_{it-1}}{P_{it}} + D_{it}$$

Keterangan:

- TRS : Reputasi perusahaan
- P_{it} : Harga saham perusahaan i pada periode t
- P_{it-1} : Harga saham perusahaan i pada periode t-1
- D_{it} : Dividen yang dibayarkan perusahaan i pada periode t

2.1.2 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, asset dan modal saham tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aktiva atau modal yang akan diperbandingkan satu dengan lainnya. *Return on Asset* merupakan salah satu cara mengukur profitabilitas

2.1.3 Return On Asset

2.1.3.1 Pengertian Return On Asset

Return on asset mampu mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada masa lampau untuk kemudian diproyeksikan di masa yang akan datang. *Assets* atau aktiva yang dimaksud adalah keseluruhan harta perusahaan yang diperoleh dari modal sendiri maupun dari modal asing yang telah diubah perusahaan menjadi aktiva-aktiva perusahaan yang digunakan untuk kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut (Murhadi, 2013) "*Return on assets* mencerminkan seberapa besar return yang di hasilkan atas setiap rupiah uang yang di tanamkan dalam

bentuk aset”. Menurut (Fahmi, 2014) menyatakan bahwa: Rasio *return on investment* (ROI) atau pengembalian investasi bahwa di beberapa referensi lainnya rasio ini juga di tulis dengan *return on total assets* (ROA). Rasio ini melihat sejauh mana investasi yang telah di tanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang di harapkan. dan investasi tersebut sebenarnya sama dengan aset perusahaan yang di tanamkan atau di tempatkan”.

Sedangkan menurut (Brigham & Houston, 2014) “Rasio laba bersih terhadap total asset mengukur pengembalian atas total asset (ROA) setelah bunga dan pajak.” Semakin besar *return on asset* (ROA), berarti semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar, dan sebaliknya.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa ROA dalam penelitian ini adalah mengukur perbandingan antara laba bersih setelah dikurangi beban bunga dan pajak (*Earning After Taxes / EAT*) yang dihasilkan dari kegiatan pokok perusahaan dengan total aktiva (assets) yang dimiliki perusahaan untuk melakukan aktivitas perusahaan secara keseluruhan dan dinyatakan dalam persentase.

2.1.3.2 Tujuan dan Manfaat *Return On Asset*

Informasi tentang *return on assets* (ROA) memiliki tujuan dan manfaat bukan hanya bagi pemilik usaha dan manajemen saja, tetapi juga bagi pihak diluar perusahaan, terutama bagi pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan termaksud para investor dan pemegang saham.

Menurut (Kasmir, 2017) tujuan perusahaan menggunakan rasio *rerurn on assets* (ROA) adalah :

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam suatu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

Menurut (Kasmir, 2017) manfaat yang diperoleh perusahaan dalam menggunakan rasio profitabilitas :

1. Mengetahui besarnya tingkat laba perusahaan yang diperoleh perusahaan dalam suatu periode tertentu.
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.

Mengetahui produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Menurut (Hery, 2018) menyatakan bahwa tujuan dan manfaat rasio profitabilitas secara keseluruhan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.

2. Untuk mengenal menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan di hasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.
5. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan di hasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aekuitas.
6. Untuk mengukur margin laba kotor atas penjualan bersih.
7. Untuk mengukur margin laba operasional atas penjualan bersih.
8. Untuk mengukur margin laba bersih atas penjualan bersih.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa rasio profitabilitas memiliki tujuan tidak hanya bagi pemilik usaha atau manajemen saja tapi juga bagi pihak luar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan antara kepentingan dengan perusahaan.

2.1.3.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi *Return On Asset*

Return on Assets merupakan salah satu dari rasio profitabilitas. Dalam analisis laporan keuangan, rasio ini paling sering dilihat, karena dapat menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

Menurut (Riyanto, 2010) menyatakan adapun faktor-faktor yang menentukan tinggi rendahnya *return on assets* (ROA), yaitu sebagai berikut:

1. *Profit Margin* yaitu perbandingan antara *net operating income* dengan *net sales*. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa profit margin adalah selisih antara *net sales* dengan *operating expenses*.

2. Tingkat Perputaran Aktiva usaha yaitu kecepatan berputarnya *operating assets* dalam suatu periode tertentu.

Menurut (Munawir, 2010) besarnya *return on assets* (ROA) dipengaruhi oleh dua faktor yaitu :

1. *Turnover* dari *operating assets* (tingkat perputaran aktiva yang digunakan untuk operasi)
2. *Profit margin*, yaitu besarnya keuntungan operasi yang dinyatakan dalam persentase dan jumlah penjualan bersih. *Profit margin* ini mengukur tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan dihubungkan dengan penjualan.

Dari teori diatas dapat disimpulkan bahwa faktor yang menentukan tinggi rendahnya *return on assets* (ROA) salah satunya profit margin. Yaitu pendapatan operasi bersih yang dibandingkan dengan penjualan bersih, dan selanjutnya tingkat perputaran aktiva usaha dengan melihat kecepatan perputaran aktiva dalam suatu periode.

2.1.3.4 Pengukuran Return On Asset

Return On Asset menunjukkan keefisienan perusahaan dalam mengelola seluruh aktiva untuk memperoleh laba. Rasio ini penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi efektifitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aktiva perusahaan.

Menurut (Sudana, 2015) *Return On Asset* (ROA) diukur dengan menggunakan rumus:

$$\text{Return On Assets (ROA)} = \frac{\text{Earning after tax}}{\text{Total assets}}$$

Sedangkan menurut (Fahmi, 2016) *Return On Investment* (ROI) diukur dengan menggunakan rumus :

$$\text{Return On Investment (ROI)} = \frac{\text{Earning after taxes (EAT)}}{\text{Total assets}}$$

2.1.4 Biaya Lingkungan

2.1.4.1 Definisi Biaya lingkungan

Menurut (Sholihin, 2005), pengertian biaya lingkungan adalah biaya yang dikeluarkan karena adanya atau kemungkinan buruknya kualitas lingkungan. Menurut (Susenohaji, 2003) Biaya lingkungan adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan karena menyebabkan kerusakan lingkungan dan melaksanakan perlindungan.

(Hansen & Mowen, 2021) mengemukakan bahwa biaya lingkungan adalah biaya yang dikeluarkan karena kualitas lingkungan yang buruk atau kemungkinan kualitas lingkungan yang buruk. Dari tiga pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan biaya lingkungan adalah anggaran atau beban yang harus dikeluarkan oleh perusahaan akibat buruknya sistem pengelolaan perusahaan terhadap lingkungan sekitar perusahaan.

2.1.4.2 Klasifikasi Biaya Lingkungan

Menurut (Hansen & Mowen, 2021) mengutarakan bahwa biaya lingkungan terbagi menjadi empat kategori yaitu:

1. Biaya Pencegahan Lingkungan (*environmental prevention costs*) adalah biaya untuk aktivitas yang dilakukan untuk mencegah diproduksi limbah dan atau sampah yang menyebabkan kerusakan lingkungan.
2. Biaya Deteksi Lingkungan (*environmental detection costs*) adalah biaya untuk aktivitas yang dilakukan dalam menentukan apakah produk, proses, dan aktivitas lainnya di perusahaan telah memenuhi standar lingkungan yang berlaku atau tidak. Tiga cara untuk pendefinisian standar lingkungan dan

prosedur yang diikuti oleh perusahaan adalah:

- 1) Peraturan pemerintah.
 - 2) Standar sukarela (ISO 14001) yang dikembangkan oleh International Standards Organization.
 - 3) Kebijakan lingkungan yang dikembangkan oleh manajemen.
3. Biaya Kegagalan Internal Lingkungan (*environmental internal failure cost*) adalah biaya untuk aktivitas yang dilakukan karena diproduksinya limbah dan sampah, tetapi tidak dibuang ke lingkungan luar. Dengan kata lain upaya menghilangkan dan mengolah limbah sampah ketika diproduksi. Tujuan dari aktivitas kegagalan internal adalah:
- 1) Untuk memastikan bahwa limbah dan sampah yang diproduksi tidak dibuang ke lingkungan luar.
 - 2) Untuk mengurangi tingkat limbah yang dibuang sehingga jumlahnya tidak melewati standar lingkungan.
4. Biaya Kegagalan Eksternal Lingkungan (*environmental external failure*), adalah biaya untuk aktivitas yang dilakukan setelah melepas limbah atau sampah ke dalam lingkungan. Biaya kegagalan eksternal lingkungan dibagi menjadi dua yaitu:
- 1) Biaya kegagalan eksternal yang direalisasi adalah biaya yang dialami dan dibayar oleh perusahaan.
 - 2) Biaya kegagalan eksternal yang tidak direalisasikan atau biaya sosial yaitu disebabkan oleh perusahaan tetapi dialami dan dibayar oleh pihak-pihak diluar perusahaan.

2.1.4.3 Tujuan Biaya Lingkungan

Segala aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan pasti memiliki tujuan. Begitu juga dengan perhitungan biaya lingkungan oleh perusahaan. Lima (5) tujuan utama dari aspek lingkungan menurut (Hansen & Mowen, 2021) yaitu:

1. Meminimalkan penggunaan bahan baku meminimalkan penggunaan bahan baku atau bahan yang masih asli.
2. Meminimalkan penggunaan barang berbahaya.
3. Meminimalkan kebutuhan energi untuk produksi dan penggunaan produk.
4. Meminimalkan pelepasan residu padat, cair, dan gas.
5. Memaksimalkan peluang untuk daur ulang.

2.1.4.4 Indikator Pengukuran Biaya Lingkungan

Pengukuran biaya lingkungan dalam penelitian ini adalah membandingkan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dengan laba bersih. Hal ini sejalan dengan yang dijabarkan oleh (Hadi, 2011) dan (Babalola, 2012). Rumus yang dipakai pada pengukuran biaya lingkungan adalah sebagai berikut:

$$\text{Biaya Lingkungan} = \frac{\text{Cost}}{\text{Profit}} \times 100\%$$

2.1.5 *Corporate Social Responsibility*

2.1.5.1 Definisi *Corporate Social Responsibility*

Ada beberapa pengertian *Corporate Social Responsibility* yang dikemukakan oleh para ahli. Pengertian *Corporate Social Responsibility* (Ernawan, 2011) adalah: Perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban ekonomis dan legal (kepada pemegang saham atau *shareholders*) tapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*) yang

jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban diatas, karena perusahaan tidak bisa hidup, beroperasi dan memperoleh keuntungan tanpa bantuan pihak lain”.

Corporate Social Responsibility menurut (Susanto, 2009) adalah: Sebagai tanggung jawab perusahaan baik ke dalam yang diarahkan kepada pemegang saham dan karyawan dalam wujud profitabilitas dan kemajuan perusahaan, serta tanggung jawab ke luar dikaitkan sebagai pembayar pajak dan penyedia lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat, serta memelihara lingkungan bagi generasi mendatang”.

(Agoes & Ardana, 2014) mengemukakan bahwa konsep *Corporate Social Responsibility* sebenarnya tidak jauh berbeda dengan konsep *Stakeholder*. Pengenalan *Corporate Social Responsibility* adalah cara untuk lebih memperjelas dan memperkuat konsep *Stakeholder*. Berdasarkan ketiga pendapat di atas, dapat diturunkan makna *Corporate Social Responsibility*. Yang dimaksud dengan *Corporate Social Responsibility* adalah *Corporate Social Responsibility* atas perilaku bisnis yang mempengaruhi baik internal maupun eksternal, perilaku tersebut tidak terbatas pada *Shareholder*, tetapi juga mencakup *Stakeholder*”.

2.1.5.2 Konsep *Corporate Social Responsibility*

Terdapat konsep dalam *Corporate Social Responsibility* yang dikeluarkan oleh (Elkington, 1997) yaitu konsep *Triple Bottom Line*. Bahasan *Triple Bottom Line* dalam (Hadi, 2011) yaitu meliputi:

1. *Profit*, merupakan satu bentuk tanggung jawab yang harus dicapai perusahaan, bahkan *mainstream* ekonomi yang dijadikan pijakan filosofis operasional perusahaan, *profit* merupakan orientasi utama perusahaan.
2. *People*, merupakan lingkungan masyarakat (*Community*) dimana perusahaan

berada yang mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan. *Community* memiliki interelasi kuat dalam menciptakan nilai bagi perusahaan, sehingga hampir tidak mungkin perusahaan mampu menjalankan operasi secara *survive* tanpa didukung masyarakat sekitar.

3. *Planet*, merupakan lingkungan fisik (sumber daya fisik) perusahaan yang memiliki signifikan terhadap eksistensi perusahaan yang merupakan tempat di mana perusahaan menopang. Satu konsep hubungan perusahaan dengan alam yang bersifat sebab-akibat kerusakan lingkungan, eksploitasi tanpa batas keseimbangan, cepat atau lambat akan menghancurkan perusahaan dan masyarakat.

2.1.5.3 Alasan Mendukung dan Menolak *Corporate Social Responsibility*

Ada perusahaan yang mendukung dan menolak pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*. Berikut ini dijelaskan oleh (Keraf, 1998) alasan pro dan kontra suatu perusahaan terhadap pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*. Alasan perusahaan menolak *Corporate Social Responsibility* yakni:

1. Menghalangi maksimalisasi laba, dunia bisnis menjadi bertanggung jawab secara sosial hanya jika ia mengejar kepentingan ekonominya.
2. Lunturnya tujuan, mengejar sasaran-sasaran sosial itu melunturkan maksud utama perusahaan produktivitas ekonomi.
3. Biaya, banyak tindakan yang secara sosial bertanggung jawab tidak menutup biayanya dan seseorang harus membayar ongkos ini.
4. Kurangnya keterampilan, para pemimpin bisnis kurang memiliki keahlian yang diperlukan untuk memecahkan masalah sosial.

5. Kurangnya pertanggungjawaban, tidak ada garis-garis tanggung jawab sosial langsung untuk berbagai tindakan sosial.

Alasan perusahaan yang mendukung *Corporate Social Responsibility* adalah:

1. Harapan masyarakat, opini publik sekarang mendukung pengusaha yang mengejar sasaran ekonomis dan sosial.
2. Laba jangka panjang, perusahaan-perusahaan yang secara sosial bertanggung jawab itu cenderung memiliki laba jangka panjang yang lebih terjamin.
3. Kewajiban etis, dunia bisnis seharusnya bertanggung jawab secara sosial karena tindakan-tindakan yang bertanggung jawab itu merupakan tindakan yang tepat untuk dilakukan.
4. Citra masyarakat, dunia bisnis dapat menciptakan citra masyarakat yang menguntungkan dengan mengejar sasaran-sasaran sosial.
5. Lingkungan yang lebih baik, keterlibatan dunia bisnis dapat menolong memecahkan masalah-masalah yang sulit.
6. Keseimbangan tanggung jawab dengan kekuasaan, dunia bisnis memiliki banyak kekuasaan di dalam masyarakat. Dibutuhkan jumlah tanggung jawab yang cukup besar untuk mengimbangnya.
7. Kepentingan-kepentingan pemegang saham, tanggung jawab sosial akan memperbaiki harga saham perusahaan dalam jangka panjang.
8. Kepemilikan sumber daya, dunia bisnis memiliki sumber daya dalam rangka mendukung proyek publik dan proyek amal yang memerlukan bantuan.

2.1.5.4 Manfaat Corporate Social Responsibility

Dari pihak perusahaan ada berbagai manfaat yang didapat dari kegiatan *Corporate Social Responsibility* (Susanto, 2009), yaitu:

1. Mengurangi risiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan.
2. Sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis.
3. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan, karena bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi baik yang melakukan upaya peningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan sekitarnya.
4. *Corporate Social Responsibility* yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholder*-nya.
5. Meningkatkan penjualan, seperti yang terungkap dalam riset *Roper Search Worldwide*, yaitu bahwa konsumen lebih menyukai produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan tanggung jawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik.
6. Insentif-insentif lainnya seperti insentif pajak dan berbagai perlakuan khusus lainnya.

2.1.5.5 Indikator Pengukuran *Corporate Social Responsibility*

Penelitian ini menggunakan indikator pengukuran dari *Global Reporting Initiative* (GRI) versi 4.0 dengan jumlah 78 pengungkapan. GRI versi 4.0 terdiri dari beberapa kategori yaitu: kategori ekonomi, kategori lingkungan, dan kategori sosial yang terdiri dari aspek praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, aspek Hak Asasi Manusia, aspek masyarakat, serta aspek tanggung jawab atas produk. Pendekatan untuk menghitung *Corporate Social Responsibility* ini menggunakan variabel dummy yang dimana jika perusahaan mengungkapkan

diberi nilai 1 namun jika tidak mengungkapkan diberi nilai 0, selanjutnya skor dari item-item yang diungkapkan tersebut, dijumlahkan, lalu dihitung dengan membandingkan jumlah pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan dengan jumlah pengungkapan yang seharusnya dilakukan. Rumus perhitungan *Corporate Social Responsibility* adalah:

$$CSR = \frac{V}{M}$$

Keterangan:

CSR : Index pengungkapan CSR
 V : Jumlah Item Yang Diungkapkan Perusahaan
 M : Jumlah Item Yang Seharusnya Diungkapkan Perusahaan

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Reputasi Perusahaan

ROA (*Return on Assets*) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang berasal dari aktivitas investasi. Rasio ini digunakan mengukur kemampuan manajemen dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan. Semakin besar ROA, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan tersebut dan semakin baik pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan tersebut dan semakin baik pula posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan aset (Sondakh et al., 2019).

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Cahya & Riwoe, 2018) (Masuri et al., 2019) (Halik, 2018) (Huynh & Nguyen, 2019) (Jao, Hamzah, Laba, & Mediaty, 2020) menyatakan profitabilitas berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

2.2.2 Pengaruh Biaya Lingkungan Terhadap Reputasi Perusahaan

Tingginya tingkat kinerja lingkungan perusahaan tidak dianggap sebagai nilai yang tinggi oleh investor. Pada saat perusahaan ingin menyajikan informasi lingkungan sebagai informasi tambahan perusahaan yang merupakan suatu sinyal agar menarik investor sebagai bukti bahwa perusahaan memiliki tingkat kinerja lingkungan yang tinggi dan bukti bahwa perusahaan bertanggung jawab terhadap lingkungan, perusahaan juga harus menyadari bahwa hal tersebut akan membutuhkan dan menimbulkan *environmental cost* tinggi, dengan tingginya *environmental cost* menarik minat investor untuk melakukan investasi dikarenakan perusahaan peduli lingkungan yang ada.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Buana & Nuzula, 2017) (Dinniyah & Nuzula, 2021) (Jo, Kim, & Park, 2016) (Nuzula, 2019) (Khanifah, Udin, Hadi, & Alfiana, 2020) menyatakan biaya lingkungan berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

2.2.3 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Reputasi Perusahaan

Setiap perusahaan diminta untuk menunjukkan tindakan tanggung jawab kepada semua pemangku kepentingan, tidak hanya dari dalam perusahaan tetapi juga dari luar perusahaan, yang juga termasuk tanggung jawab terhadap lingkungan. Perusahaan bisa membangun reputasi positif dengan menunjukkan tanggung jawab dalam pelestarian lingkungan dan sosial. Dalam hal ini, tanggung jawab sosial perusahaan bisa mempromosikan reputasi perusahaan. Dengan demikian, meningkatnya kualitas dan reputasi yang intrinsik terjalin dengan kualitas lingkungan dan tanggung jawab sosial (Widanaputra et al., 2018)

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Widanaputra et al., 2018) (Nahda & Harjito, 2011) (Šontaitė-Petkevičienė, 2015) (Yanto, 2018) (Karina & Setiadi, 2020) menyatakan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

2.2.4 Pengaruh Profitabilitas, Biaya Lingkungan, *Corporate Social Responsibility* Terhadap Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan. Perusahaan bereputasi baik artinya perusahaan memiliki sumber daya langka dan berharga, serta merupakan sumber keunggulan daya saing untuk mendapatkan *above average return*. Ruang lingkup reputasi perusahaan sangat luas dan secara potensial dapat menjadi keunggulan bersaing. Reputasi perusahaan diperoleh dengan mengintegrasikan beberapa pertimbangan (*blends considerations*) antara keuangan, manajemen, periklanan (*advertising*), dan hubungan masyarakat (*public relations*).

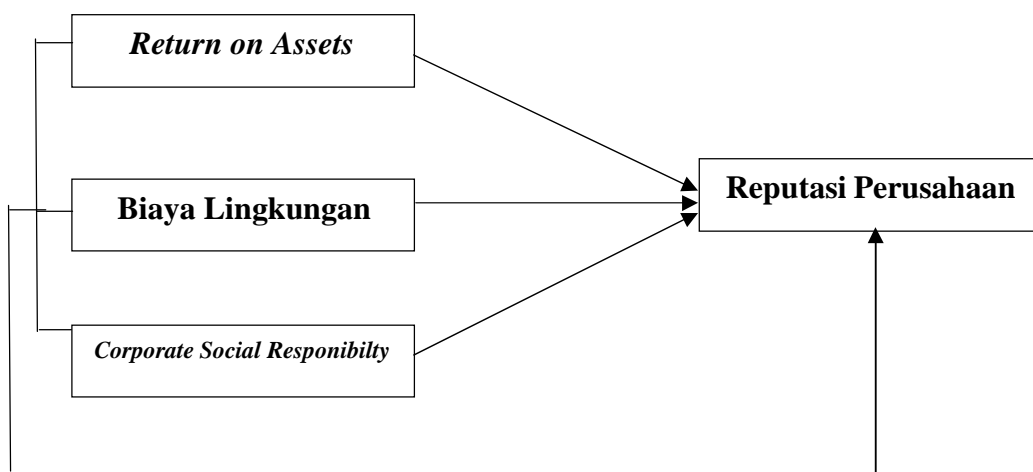
ROA (*Return on Assets*) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang berasal dari aktivitas investasi. Rasio ini digunakan mengukur kemampuan manajemen dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan. Semakin besar ROA, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan tersebut dan semakin baik pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan tersebut dan semakin baik pula posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan aset (Sondakh et al., 2019).

Tingginya tingkat kinerja lingkungan perusahaan tidak dianggap sebagai nilai yang tinggi oleh investor. Pada saat perusahaan ingin menyajikan informasi

lingkungan sebagai informasi tambahan perusahaan yang merupakan suatu sinyal agar menarik investor sebagai bukti bahwa perusahaan memiliki tingkat kinerja lingkungan yang tinggi dan bukti bahwa perusahaan bertanggung jawab terhadap lingkungan, perusahaan juga harus menyadari bahwa hal tersebut akan membutuhkan dan menimbulkan *environmental cost* tinggi, dengan tingginya *environmental cost* menarik minat investor untuk melakukan investasi dikarenakan perusahaan peduli lingkungan yang ada.

Setiap perusahaan diminta untuk menunjukkan tindakan tanggung jawab kepada semua pemangku kepentingan, tidak hanya dari dalam perusahaan tetapi juga dari luar perusahaan, yang juga termasuk tanggung jawab terhadap lingkungan. Perusahaan bisa membangun reputasi positif dengan menunjukkan tanggung jawab dalam pelestarian lingkungan dan sosial. Dalam hal ini, tanggung jawab sosial perusahaan bisa mempromosikan reputasi perusahaan. Dengan demikian, meningkatnya kualitas dan reputasi yang intrinsik terjalin dengan kualitas lingkungan dan tanggung jawab sosial (Widanaputra et al., 2018)

Dari uraian diatas, maka dapat disusun kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 2.1 Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu penjelasan sementara perilaku atau keadaan tertentu yang telah terjadi. Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dari pernyataan yang ada pada perumusan masalah penelitian (Juliandi, Irfan, & Manurung, 2015).

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka disimpulkan hipotesis sebagai berikut.

1. *Return on Assets* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
2. Biaya lingkungan berpengaruh terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
3. *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
4. *Return on Assets*, biaya lingkungan dan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan asosiatif. Menurut (Juliandi et al., 2015) Pendekatan assosiatif adalah pendekatan yang dilakukan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui hubungan atau pengaruh profitabilitas, biaya lingkungan, *corporate social responsibility* terhadap reputasi perusahaan

3.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan petunjuk bagaimana suatu variabel diukur atau mempermudah pemahaman dalam membahas suatu penelitian. Menurut (Sugiyono, 2018) adalah penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variable yang dapat diukur

Sesuai dengan judul penelitian maka terdapat tiga variabel penelitian. Berdasarkan hipotesis yang akan di uji, maka variable yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah variable independent (bebas) dan variable dependent (terikat). Adapun variabel tersebut adalah sebagai berikut:

Berikut ini adalah tabel defenisi operasional dalam penelitian ini

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Pengukuran	Skala
Reputasi Perusahaan (Y)	Reputasi perusahaan merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan. Perusahaan bereputasi baik artinya perusahaan memiliki sumber daya langka dan berharga, serta	$TSR = \frac{P_{it} - P_{it-1}}{P_{it}} + D_{it}$	Rasio

	merupakan sumber keunggulan daya saing untuk mendapatkan <i>above average return</i>		
<i>Return on Assets</i> (X1)	<i>Return on Assets</i> adalah rasio antara pendapatan sebelum pajak dengan total aktiva, <i>ROA</i> menunjukkan seberapa banyak perusahaan telah memperoleh laba atas aktiva yang ditanamkan pada perusahaan.	<i>Return On Assets (ROA)</i> $= \frac{\text{Earning after tax}}{\text{Total assets}}$	Rasio
Biaya Lingkungan (X2)	Biaya lingkungan adalah biaya yang dikeluarkan karena adanya atau kemungkinan buruknya kualitas lingkungan	Biaya Lingkungan = $\frac{\text{Cost}}{\text{Profit}} \times 100\%$	Rasio
<i>Corporate Social Responsibility</i> (X3)	<i>Corporate Social Responsibility</i> adalah: Sebagai tanggung jawab perusahaan baik ke dalam yang diarahkan kepada pemegang saham dan karyawan dalam wujud profitabilitas dan kemajuan perusahaan	$\text{CSR} = \frac{V}{M}$	Rasio

3.3 dan Waktu Penelitian

3.3.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di penelitian ini dilaksanakan di Bursa Efek Indonesia Jl. Juanda No 5-6A Medan.

3.3.2 Waktu Penelitian

Waktu Penelitian dilaksanakan mulai bulan Maret 2022 sampai dengan Juli 2022. Untuk rincian pelaksanaan penelitiandapat di liat pada tabel berikut

Tabel 3.2 Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Mei 2022				Juni 2022				Juli 2022				Agustus 2022				September 2022			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul				■																
2	Pra Riset					■	■														
3	Penyusunan Skripsi							■	■	■	■	■	■								
4	Seminar Skripsi												■								
5	Riset													■	■						
6	Penulisan Skripsi														■	■					
7	Bimbingan Skripsi																■	■	■		
8	Sidang Meja Hijau																				■

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah sekumpulan yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian. Menurut (Juliandi et al., 2015) populasi merupakan totalitas dari seluruh unsur yang ada dalam wilayah penelitian.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah populasi perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020 yang berjumlah 26 perusahaan.

3.4.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2018) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Sampel dapat diambil dengan cara-cara tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Dalam penelitian sampel yang digunakan dipenelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik penarikan *non-probabilias*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu dengan tujuan agar diperoleh sampel yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan.

Penulis memilih sampel yang berdasarkan penelitian terhadap karakteristik sampel yang disesuaikan dengan penelitian kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan menerbitkan atau mempublikasikan laporan tahunan (*Annual Report*) perusahaan selama periode pengamatan selama 2016-2020.
2. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian

Berikut adalah data sampel perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 3.2 Kriteria Sampel Perusahaan Makanan Dan Miuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 sampai tahun 2020

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Kriteria		Sampel
			1	2	
1	AISA	PT. Tiga Filar Sejahtera Food Tbk	a	X	X
2	ALTO	PT. Tri Banyan Tirta Tbk	X	X	X
3	CAMP	PT. Campina Ice Cream Industry Tbk	X	X	X
4	CEKA	PT. Wilmar Cahay Indonesia Tbk	a	a	1
5	CLEO	PT. Sariguna Primatirta Tbk	X	X	X
6	COCO	PT. Wahana Interfood Nusantara Tbk	X	X	X
7	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk	a	a	2
8	DMND	PT. Diamond Food Indonesia Tbk	X	X	X
9	FOOD	PT. Senrtra Food Indonesia Tbk	X	X	X
10	GOOD	PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	X	X	X
11	HOKI	PT. Buyung Poetri Sembada Tbk	X	X	X
12	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	a	a	3
13	IKAN	PT. Era Mandiri Cemerlang Tbk	X	X	X
14	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk	a	a	4
15	KEJU	PT. Mulia Boga Jaya Tbk	X	X	X
16	MLBI	PT. Multi Bintang Tbk	a	X	X
17	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk	a	a	5
18	PANI	PT. Pratama Abadi Nusa	X	X	X

		Industri Tbk			
19	PCAR	PT. Prima Cakrawala Abadi Tbk	X	X	X
20	PSDN	PT. Prashida Aneka Niaga Tbk	a	X	X
21	PSGO	PT. Palma Serasih Tbk	X	X	X
22	ROTI	PT. Nippon Indosari Corporindo Tbk	a	a	6
23	SKBM	PT. Sekar Bumi Tbk	a	a	7
24	SKLT	PT. Sekar Laut Tbk	a	a	8
25	STTP	PT. Siantar Top Tbk	a	a	9
26	ULTJ	PT. Ultarajaya Milk Industry And Trading Company	a	a	10

Berdasarkan pada kriteria pengambilan sampel seperti yang telah disebutkan diatas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 7 perusahaan.

Tabel 3.3 Kriteria Sampel Perusahaan Makanan Dan Miuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 sampai tahun 2020

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk
2	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk
3	ROTI	PT. Nippon Indosari Corporindo Tbk
4	SKBM	PT. Sekar Bumi Tbk
5	SKLT	PT. Sekar Laut Tbk
6	STTP	PT. Siantar Top Tbk
7	ULTJ	PT. Ultarajaya Milk Industry And Trading Company
8	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia
9	INDF	Indofood Sukses Makmur
10	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik dokumentasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dengan mendokumentasikan dari laporan keuangan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, menurut (Juliandi et al., 2015) “analisis data kuantitatif adalah analisis data terhadap data-data yang mengandung angka-angka atau numerik tertentu”. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian adalah regresi linear berganda:

3.6.1 Regresi Linier Berganda

Digunakan untuk meramalkan, *Return on Assets*, biaya lingkungan dan *corporate social responsibility* terhadap reputasi perusahaan periode sebelumnya dinaikkan atau di turunkan. Dengan menggunakan persamaan regresi yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y= Variabel dependent (reputasi perusahaan)

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X_1 = Variabel independent (*Return on Assets*)

X_2 = Variabel independent (biaya lingkungan)

X_3 = Variabel independent (*corporate social responsibility*)

ϵ = Standart Error

Sebelum melakukan uji regresi berganda dilakukan uji persyaratan regresi yang disebut dengan uji asumsi klasik. Uji asumi klasik regresi berganda bertujuan “untuk melihat apakah dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian adalah model yang terbaik. jika model adalah model yang baik, maka hasil analisis regresi layak dijadikan sebagai rekomendasi untuk pengetahuan atau untuk tujuan pemecahan masalah praktis.” (Juliandi et al., 2015). Adapun syarat yang dilakukan untuk dalam pengujian regresi meliputi uji normalitas, uji multi kolinearitas, uji heterokedastisitas.

3.6.1.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variable dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, sehingga data dalam model regresi penelitian cenderung normal.

Kriteria untuk menentukan normal atau tidaknya data, maka dapat dilihat pada nilai probabilitasnya. Data adalah normal, jika nilai *kolmogorov smirnov* adalah tidak signifikan (*Asymp. Sig (2-tailed)* $> 0,05$ ($\alpha = 5\%$)).

3.6.1.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linear ditemukan adanya korelasi yang kuat antara variabel independen dengan ketentuan menurut (Juliandi et al., 2015):

1. Jika nilai *tolerance* $< 0,5$ atau *value inflation factor* (VIF) > 5 maka terdapat masalah multikolinearitas yang serius.
2. Jika nilai *tolerance* $> 0,5$ atau *value inflation factor* (VIF) < 5 maka tidak terdapat multikolinearitas yang serius.

3.6.1.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan lain. Metode informasi dalam pengujian heterokedastisitas yaitu metode scatterplot. Dasar pengambilan keputusan menurut (Juliandi et al., 2015) adalah :

1. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, sertatitik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3.6.1.4 Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2018:111) uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Uji *Runs Test*. Hipotesis yang akan diuji adalah :

H_0 : tidak ada autokorelasi ($r=0$)

H_A : ada autokorelasi ($r\neq 0$)

3.6.2 Pengujian Hipotesis

Menurut (Juliandi et al., 2015) hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dari pertanyaan yang ada pada perumusan masalah penelitian. Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis diperoleh dengan memprediksi penelitian terdahulu sebagai referensi dalam pembuktian uji hipotesis berguna untuk mengetahui apakah secara parsial atau simultan memiliki hubungan antara X_1, X_2, X_3 berpengaruh terhadap Y ada dua jenis koefesien yang dapat dilakukan yaitu dengan uji t dan uji f .

3.6.2.1 Uji Signifikan Parsial (Uji Statistik t)

Uji t dipergunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen.

Alasan lain uji t yaitu untuk menguji apakah variabel bebas.

Rumus yang digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut :

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

Keterangan:

t = Nilai t hitung

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

Tahap-tahap:

1. Bentuk pengujian

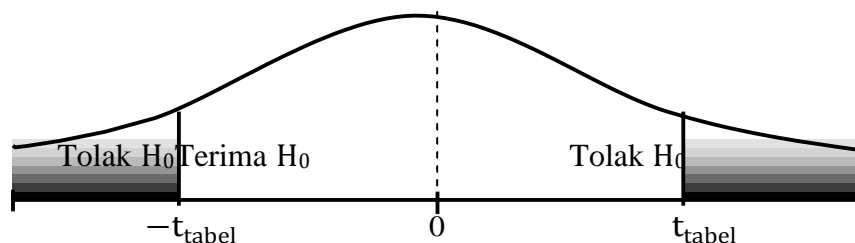
H₀: rs = 0, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

H_a: rs ≠ 0, artinya terdapat hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

2. Kriteria pengambilan keputusan

H₀ diterima : jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, pada $\alpha = 5\%$, ds = n – k

H₀ ditolak : jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$



Gambar 3.1 Kriteria Pengujian Uji t

3.6.2.2 Uji F (Simultan)

Uji F ataupun uji signifikan serentak digunakan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas untuk dapat menjelaskan keragaman variabel tidak terikat, serta untuk mengetahui apakah semua variabel memiliki koefisien regresi sama dengan nol. Rumus uji F adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

Fh= Nilai f hitung

R = Koefisien korelasi ganda

K= Jumlah variabel Independen

n = Jumlah anggota sampel

1. Bentuk pengujian

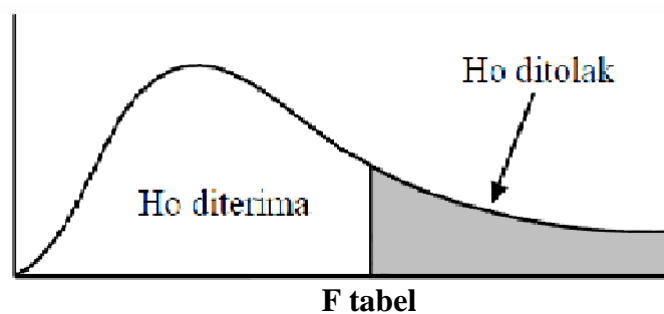
Ho: $r_s = 0$, artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y)

Ho : $r_s \neq 0$, artinya terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y)

2. Kriteria Pengambilan Keputusan

Jika $-F_{hitung} < F_{tabel}$, maka berpengaruh signifikan

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka berpengaruh tidak signifikan.



Gambar 3-2 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji F

3.6.3 Koefisien Determinasi

Nilai R-square dari koefisien determinasi digunakan untuk melihat bagaimana variasi nilai variabel terikat dipengaruhi oleh nilai variabel bebas. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Apabila nilai R-square, semakin mendekati satu maka semakin besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Nilai Korelasi Berganda

100% = Persentase Kontribusi

BAB 4

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk

PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (sebelumnya PT Cahaya Kalbar Tbk) (CEKA) didirikan 03 Februari 1968 dengan nama CV Tjahaja Kalbar dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1971. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan CEKA meliputi bidang industri makanan berupa industri minyak nabati dan minyak nabati spesialitas, termasuk perdagangan umum, impor dan ekspor. Saat ini produk utama yang dihasilkan CEKA adalah Crude Palm Oil dan Palm Kernel. Pada 10 Juni 1996, CEKA memperoleh pernyataan efektif dari Menteri Keuangan untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham CEKA (IPO) kepada masyarakat sebanyak 34.000.000 dengan nilai nominal Rp500,- per saham dengan harga penawaran Rp1.100,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 09 Juli 1996.

4.1.2 PT Delta Djakarta

PT Delta Djakarta Tbk (DLTA) didirikan tanggal 15 Juni 1970 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1933. Pabrik “Anker Bir” didirikan pada tahun 1932 dengan nama Archipel Brouwerij. Dalam perkembangannya, kepemilikan dari pabrik ini telah mengalami beberapa kali perubahan hingga berbentuk PT Delta Djakarta pada tahun 1970. DLTA merupakan salah satu anggota dari San Miguel Group, Filipina. Pada tahun 1984, DLTA memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan

Penawaran Umum Perdana Saham DLTA (IPO) kepada masyarakat sebanyak 347.400 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp2.950,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 27 Februari 1984

4.1.3 PT. Indofood Sukses Makmur

PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) didirikan tanggal 14 Agustus 1990 dengan nama PT Panganjaya Intikusuma dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1990. Induk usaha dari Perusahaan adalah CAB Holding Limited, Seychelles, sedangkan induk usaha terakhir dari Perusahaan adalah First Pacific Company Limited (FP), Hong Kong. Saat ini, Perusahaan memiliki anak usaha yang juga tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI), antara lain: PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) dan PT Salim Ivomas Pratama Tbk (SIMP). Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan INDF antara lain terdiri dari mendirikan dan menjalankan industri makanan olahan, bumbu penyedap, minuman ringan, kemasan, minyak goreng, penggilingan biji gandum dan tekstil pembuatan karung terigu. Pada tahun 1994, INDF memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham INDF (IPO) kepada masyarakat sebanyak 21.000.000 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp6.200,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 14 Juli 1994

4.1.4 PT. Mayora Indah Tbk

PT Mayora Indah Tbk (MYOR) didirikan 17 Februari 1977 dan mulai beroperasi secara komersial pada bulan Mei 1978. Berdasarkan Anggaran Dasar

Perusahaan, ruang lingkup kegiatan MYOR adalah menjalankan usaha dalam bidang industri, perdagangan serta agen/perwakilan. Saat ini, MYOR menjalankan bidang usaha industri makanan, kembang gula dan biskuit serta menjual produknya di pasar lokal dan luar negeri. Pada tanggal 25 Mei 1990, MYOR memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham (IPO) MYOR kepada masyarakat sebanyak 3.000.000 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp9.300,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 04 Juli 1990.

4.1.5 PT Siantar Top Tbk

PT Siantar Top Tbk (STTP) didirikan tanggal 12 Mei 1987 dan mulai beroperasi secara komersial pada bulan September 1989. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan Perusahaan terutama bergerak dalam bidang industri makanan ringan, yaitu mie (snack noodle), kerupuk (crackers) dan kembang gula (candy). Hasil produksi Perusahaan dipasarkan di dalam dan di luar negeri, khususnya Asia. PT Siantar Top Tbk (STTP) didirikan tanggal 12 Mei 1987 dan mulai beroperasi secara komersial pada bulan September 1989. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan Perusahaan terutama bergerak dalam bidang industri makanan ringan, yaitu mie (snack noodle), kerupuk (crackers) dan kembang gula (candy). Hasil produksi Perusahaan dipasarkan di dalam dan di luar negeri, khususnya Asia

4.1.6 PT. Indofood CBP Sukses Makmur

PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) didirikan 02 September 2009 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1 Oktober 2009. ICBP

merupakan hasil pengalihan kegiatan usaha Divisi Mi Instan dan Divisi Penyedap PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF), pemegang saham pengendali. Induk usaha dari Perusahaan adalah PT Indofood Sukses Makmur Tbk, Indonesia, sedangkan induk usaha terakhir dari Perusahaan adalah First Pacific Company Limited (FP), Hong Kong. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan ICBP terdiri dari, antara lain, produksi mi dan bumbu penyedap, produk makanan kuliner, biskuit, makanan ringan, nutrisi dan makanan khusus, kemasan, perdagangan, transportasi, pergudangan dan pendinginan, jasa manajemen serta penelitian dan pengembangan. Pada tanggal 24 September 2010, ICBP memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham ICBP (IPO) kepada masyarakat sebanyak 1.166.191.000 dengan nilai nominal Rp100,- per saham dengan harga penawaran Rp5.395,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 07 Oktober 2010

4.1.7 PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk

PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI) didirikan 08 Maret 1995 dengan nama PT Nippon Indosari Corporation dan mulai beroperasi komersial pada tahun 1996. Pemegang saham mayoritas dari ROTI adalah PT Indoritel Makmur Internasional Tbk (DNET) dan Bonlight Investments., Ltd, dengan masing- masing persentase kepemilikan sebesar 31,50% dan 26,50%. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup usaha utama ROTI bergerak di bidang pabrikasi, penjualan dan distribusi roti dengan merek "Sari Roti" dan "Sari Cake". Pada tanggal 18 Juni 2010, ROTI memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham ROTI (IPO) kepada

masyarakat sebanyak 151.854.000 dengan nilai nominal Rp100,- per saham saham dengan harga penawaran Rp1.250,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 28 Juni 2010.

4.1.8 PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk

PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk. (ULTJ) didirikan tanggal 2 Nopember 1971 dan mulai beroperasi secara komersial pada awal tahun 1974. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan Perusahaan bergerak dalam bidang industri makanan dan minuman. Di bidang minuman Perusahaan memproduksi rupa-rupa jenis minuman seperti susu cair, sari buah, teh, minuman tradisional dan minuman kesehatan, yang diolah dengan teknologi UHT (Ultra High Temperature) dan dikemas dalam kemasan karton aseptik. Di bidang makanan Perusahaan memproduksi susu kental manis, susu bubuk, dan konsentrat buah-buahan tropis. Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia, tanggal 15 Mei 1990 Perusahaan memperoleh ijin untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham (Initial Public Offering) sebanyak 6.000.000 saham dengan harga perdana Rp7.500,- per saham.

4.1.9 PT. Sekar Bumi Tbk

Sekar Bumi Tbk (SKBM) didirikan 12 April 1973 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1974. Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Sekar Bumi Tbk, yaitu: TAEL Two Partners Ltd. (32,14%), PT Multi Karya Sejati (pengendali) (9,84%), Berlutti Finance Limited (9,60%), Sapphira Corporation Ltd (9,39%), Arrowman Ltd. (8,47%), Malvina Investment (6,89%) dan BNI Divisi Penyelamatan & Penyelesaian Kredit Korporasi (6,14%). Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan SKBM adalah

dalam bidang usaha pengolahan hasil perikanan laut dan darat, hasil bumi dan peternakan. Sekar Bumi memiliki 2 divisi usaha, yaitu hasil laut beku nilai tambah (udang, ikan, cumi-cumi, dan banyak lainnya) dan makanan olahan beku (dim sum, udang berlapis tepung roti, bakso seafood, sosis, dan banyak lainnya). Selain itu, melalui anak usahanya, Sekar Bumi memproduksi pakan ikan, pakan udang, mete dan produk kacang lainnya. Produk-produk Sekar Bumi dipasarkan dengan berbagai merek, diantaranya SKB, Bumifood dan Mitraku

4.1.10 PT. Sekar Laut Tbk

PT Sekar Laut Tbk (SKLT) didirikan 19 Juli 1976 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1976. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan SKLT meliputi bidang industri pembuatan kerupuk, saos tomat, sambal dan bumbu masak serta menjual produknya di dalam negeri maupun di luar negeri. Pada tahun 1993, SKLT memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham (IPO) SKLT kepada masyarakat sebanyak 6.000.000 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp4.300,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 08 September 1993.

4.2 Deskripsi Data

4.2.1 Deskripsi Data Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan juga ditentukan dari perhatian pelaku bisnis terhadap pelaporan ekonomi, sosial dan lingkungan. Hal ini berarti apabila perusahaan tidak memperhatikan isu tentang kerusakan lingkungan dan sosial, akan mengakibatkan reputasi perusahaan menurun, sehingga para investor enggan berinvestasi pada perusahaan. Keengganan investor melakukan investasi

menyebabkan perusahaan kehilangan salah satu sumber pendanaan bagi kegiatan operasional dan kelangsungan hidup perusahaan (Alpi, 2021)

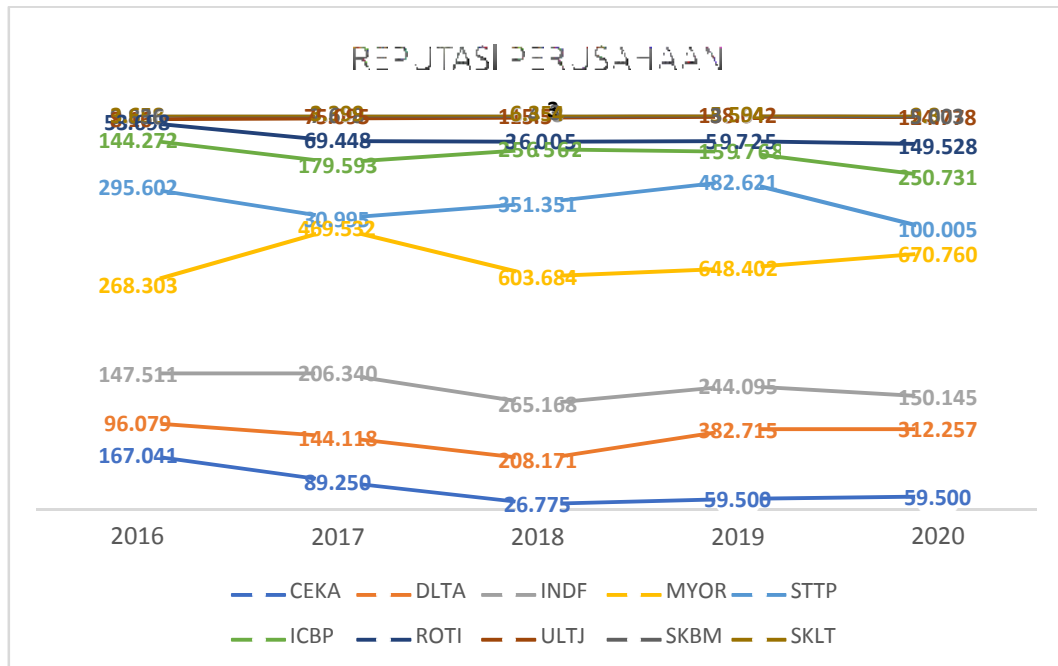
Reputasi perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham (Hermuningsih, 2013). Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula reputasi perusahaan. Reputasi perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan, dan manajemen aset. Berikut data reputasi perusahaan pada perusahaan makanan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Tabel 4.1 Data Reputasi Perusahaan Makanan dan Minuman

KODE PERUSAHAA	Tahun				
	2016	2017	2018	2019	2020
CEKA	167,041	89,250	26,775	59,500	59,500
DLTA	96,079	144,118	208,171	382,715	312,257
INDF	147,511	206,340	265,168	244,095	150,145
MYOR	268,303	469,532	603,684	648,402	670,760
STTP	295,602	30,995	351,351	482,621	100,005
ICBP	144,272	179,593	256,562	159,768	250,731
ROTI	53,698	69,448	36,005	59,725	149,528
ULTJ	8,166	75,095	115,535	138,642	124,778
SKBM	9,836	7,698	6,493	3,551	5,003
SKLT	3,658	3,399	6,354	5,594	9,324

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan data diatas dapat dilihat grafik pergerakan reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020



Gambar 4.1 Data Reputasi Perusahaan

Berdasarkan grafik diatas rata rata reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia perusahaan sebesar 167.248. Nilai reputasi perusahaan tertinggi terdapat pada perusahaan MYOR dan nilai reputasi terendah terhadap pada perusahaan SKLT.

4.2.2 Deskripsi Data Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dalam periode tertentu, dengan tingkat efektif dan efisien agar laba yang diperoleh dapat digunakan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan. Oleh karena itu profitabilitas sering kali digunakan sebagai uji utama atas keefektifan operasi manajemen, (Jufrizen & Asfa, 2015)

Return On Asets adalah pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aset yang tersedia dalam perusahaan, di mana *return on asets* disebabkan karena terjadinya penurunan laba bersih dan diikuti oleh peningkatan aset perusahaan.

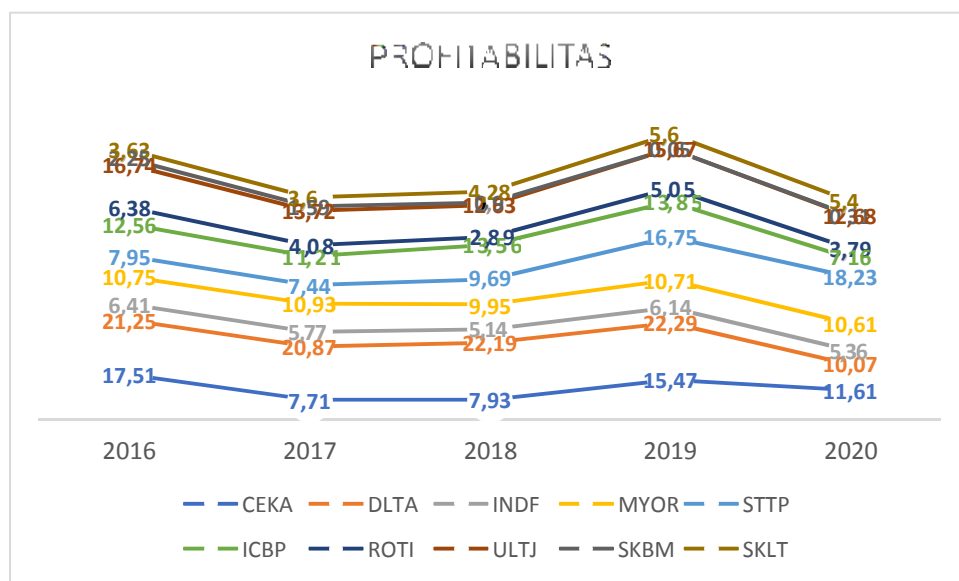
Semakin tinggi rasio ini, semakin baik keadaan suatu perusahaan. Tingkat pengembalian atas aset menentukan pembagian laba dalam bentuk dividen yang dapat digunakan oleh pemegang saham baik ditanamkan kembali di dalam perusahaan maupun di tempat lain. Berikut data profitabilitas perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Tabel 4.2 Data Profitabilitas Perusahaan Makanan dan Minuman

Kode Perusahaan	Tahun				
	2016	2017	2018	2019	2020
CEKA	17.51	7.71	7.93	15.47	11.61
DLTA	21.25	20.87	22.19	22.29	10.07
INDF	6.41	5.77	5.14	6.14	5.36
MYOR	10.75	10.93	9.95	10.71	10.61
STTP	7.95	7.44	9.69	16.75	18.23
ICBP	12.56	11.21	13.56	13.85	7.16
ROTI	6.38	4.08	2.89	5.05	3.79
ULTJ	16.74	13.72	12.63	15.67	12.68
SKBM	2.25	1.59	0.90	0.05	0.31
SKLT	3.63	3.61	4.28	5.68	5.49

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan data diatas dapat dilihat grafik pergerakan profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020



Gambar 4.2 Data Profitabilitas

Berdasarkan grafik diatas rata rata profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia perusahaan sebesar 9.57. Nilai profitabilitas perusahaan tertinggi terdapat pada perusahaan ULTJ dan nilai profitabilitas terendah terhadap pada perusahaan SKBM.

4.2.3 Deskripsi Data Biaya Lingkungan

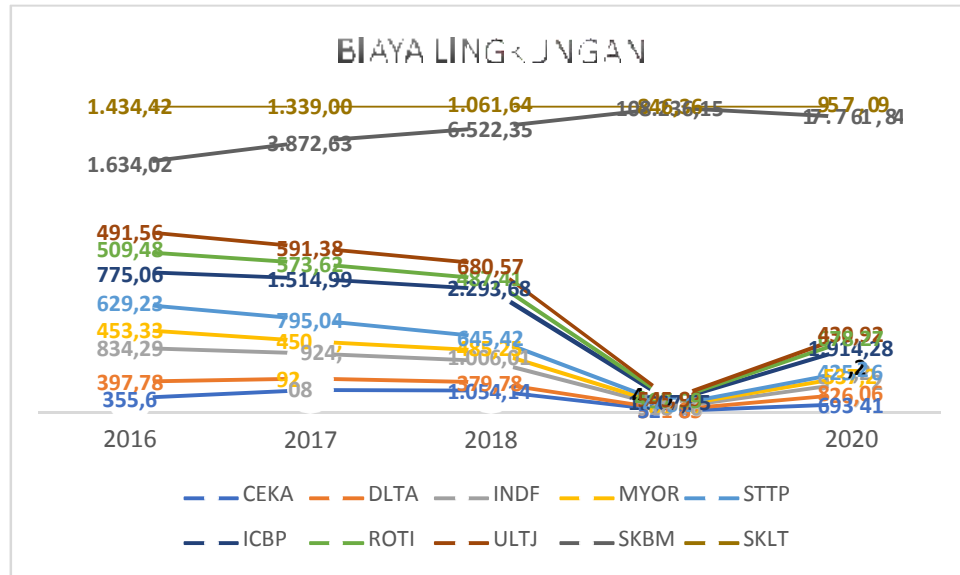
Anggaran lingkungan dapat disebut sebagai investasi jangka panjang perusahaan. Perihal ini disebabkan dana yang dikeluarkan disaat ini dapat menaikkan nama dan citra yang baik buat perusahaan, sehingga dapat menaikkan keyakinan *stakeholder* pada perusahaan

Biaya lingkungan ini dapat dikatakan sebagai investasi jangka panjang perusahaan, karena dana yang dikeluarkan saat ini dapat membawa reputasi yang baik bagi perusahaan. Hal ini sesuai dengan pandangan (Camilia, 2016) bahwa jika rencana pengembangan masyarakat (yang akan menyebabkan biaya lingkungan) dikeluarkan, maka akan dapat meningkatkan reputasi yang mempengaruhi keunggulan kompetitif dan dapat digunakan sebagai strategi untuk meningkatkan penjualan atau keuntungan perusahaan. Berikut data biaya lingkungan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Tabel 4.3 Data Biaya Lingkungan Perusahaan Makanan dan Minuman

KODE PERUSAHAA	Tahun				
	2016	2017	2018	2019	2020
CEKA	355.60	840.67	1,054.14	525.06	693.41
DLTA	397.78	409.13	379.78	381.85	826.06
INDF	834.29	924.08	1,006.01	918.26	904.22
MYOR	453.33	450.92	485.25	485.43	537.20
STTP	629.23	795.04	645.42	445.10	425.26
ICBP	509.48	573.62	487.41	497.59	678.27
ROTI	775.06	1,514.99	2,293.68	1,307.55	1,914.28
ULTJ	491.56	591.38	680.57	545.93	430.92
SKBM	1,634.02	3,872.63	6,522.35	108,236.15	17,761.84
SKLT	1,434.42	1,339.00	1,061.64	846.36	957.09

Berdasarkan data diatas dapat dilihat grafik pergerakan biaya lingkungan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020



Gambar 4.3 Data Biaya Lingkungan

Berdasarkan grafik diatas rata rata biaya lingkungan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia perusahaan sebesar 3,455. Nilai biaya lingkungan perusahaan tertinggi terdapat pada perusahaan SKBM dan nilai biaya lingkungan terendah terhadap pada perusahaan ULTJ

4.2.4 Deskripsi Data *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility menurut (Susanto, 2009) merupakan tanggung jawab perusahaan bagi pemegang saham dan karyawan dalam bentuk profitabilitas dan kemajuan perusahaan, tanggung jawab eksternal sebagai wajib pajak dan penyedia lapangan pekerjaan, meningkatkan manfaat dan kapasitas masyarakat dan melindungi lingkungan dari generasi ke generasi yang akan datang. Oleh karena itu, perusahaan tidak hanya bermanfaat untuk bisnisnya tetapi juga untuk pihak lain

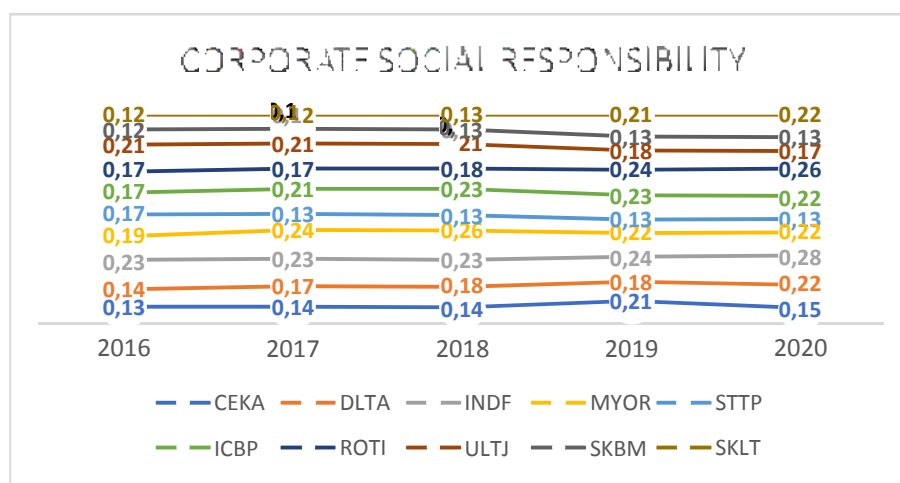
Pihak eksekutif perusahaan yang memiliki informasi lebih baik mengenai perusahaannya akan terdorong untuk menyampaikan informasi tersebut kepada calon investor dimana perusahaan dapat meningkatkan reputasi perusahaan melalui pelaporannya dengan mengirimkan sinyal melalui laporan tahunannya. Berikut data *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Tabel 4.4 Data CSR Perusahaan Makanan dan Minuman

KODE PERUSAHAAN	Tahun				
	2016	2017	2018	2019	2020
CEKA	0.13	0.14	0.14	0.21	0.15
DLTA	0.14	0.17	0.18	0.18	0.22
INDF	0.23	0.23	0.23	0.24	0.28
MYOR	0.19	0.24	0.26	0.22	0.22
STTP	0.17	0.13	0.13	0.13	0.13
ICBP	0.17	0.21	0.23	0.23	0.22
ROTI	0.17	0.17	0.18	0.24	0.26
ULTJ	0.21	0.21	0.21	0.18	0.17
SKBM	0.12	0.12	0.13	0.13	0.13
SKLT	0.12	0.12	0.13	0.21	0.22

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan data diatas dapat dilihat grafik pergerakan *corporate social responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020



Gambar 4.4 Data Coporate Social Responisbilty

Berdasarkan grafik diatas rata rata *corporate social responsibiilty* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia perusahaan sebesar 0.18. Nilai *corporate social responsibiilty* perusahaan tertinggi terdapat pada perusahaan INDF dan nilai *corporate social responsibiilty* terendah terhadap pada perusahaan SKBM

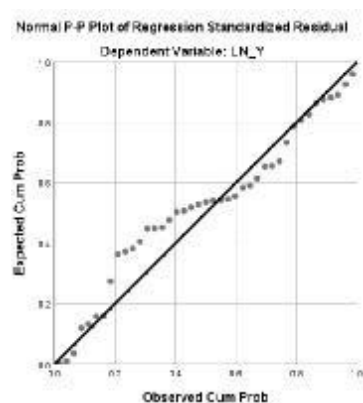
4.3 Analisis Data

4.3.1 Uji Asumsi Klasik

Tujuan dilakukannya uji asumsi klasik adalah untuk mengetahui Apakah suatu variabel bormal atau tidak. Normal disini dalam arti mempunyai distribusi data yang normal. Normal atau tidaknya data berdasarkan patokan distribusi normal data dengan *mean* dan standar deviasi yang sama. Jadi asumsi klasik pada dasarnya memiliki kriteria-kriteria sebagai berikut

4.3.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui Apakah variabel dalam sebuah model regresi, yaitu variabel terikat dan variabel bebas berdistribusi secara normal atau tidak.



Sumber: Data diolah SPSS versi 24.0

Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas

Pada grafik normal p-plot terlihat pada gambar diatas bahwa pola grafik normal terlihat dari titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Salah satu uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik *Kolmogrov Smirnov* (K-S). Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen dan variabel dependen atau keduanya berdistribusi normal atau tidak normal. uji *Kolmogrov Smirnov* yaitu *Exact*, *Sig.* lebih kecil dari 0,05 (*Asymp*, *Sig.* < 0,05 adalah tidak normal).

Tabel 4.5 Hasil Uji Kolmogrov-smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Predicted Value
N		41
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	11.3399112
	Std. Deviation	.89447205
Most Extreme Differences	Absolute	.129
	Positive	.093
	Negative	-.129
Test Statistic		.129
Asymp. Sig. (2-tailed)		.086 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: SPSS Versi 24.00

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa nilai K-S variabel profitabilitas, biaya lingkungan, CSR dan reputasi perusahaan telah berdistribusi secara normal karena dari masing-masing variabel memiliki probabilitas *asymp sig* lebih dari 0,05 yaitu $0,086 > 0,05$

Nilai masing-masing variabel yang telah memenuhi standar yang telah ditetapkan dapat dilihat pada baris *asymp sig. (2-tailed)* dari baris tersebut nilai

asymptotic sig. (2-tailed) sebesar 0,086. Ini menunjukkan variabel berdistribusi secara normal.

4.3.1.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antara variabel independen (bebas). Model regresi yang baik seharusnya bebas multikolinieritas atau tidak terjadi korelasi antara variabel independen (bebas). Uji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang tidak melebihi 0,10 atau 5.

Berikut ini merupakan hasil pengujian dengan menggunakan Uji Multikolinieritas pada data yang telah diolah berikut ini :

Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	LN_X1	.120	8.324
	LN_X2	.120	8.341
	LN_X3	.994	1.006

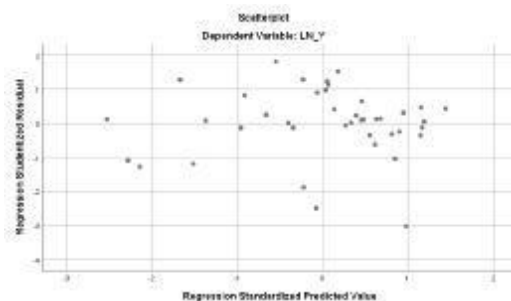
a. Dependent Variable: LN_Y

Sumber: Data diolah SPSS versi 24.00

Dari tabel 4.6 dapat dilihat bahwa Variabel profitabilitas memiliki nilai tolerance sebesar $0.120 > 0.10$ dan nilai VIF sebesar $8.324 < 10$. Variabel Biaya lingkungan memiliki nilai tolerance sebesar $0.120 > 0.10$ dan nilai VIF sebesar $8.341 < 10$. Variabel CSR memiliki nilai tolerance sebesar $0.994 > 0.10$ dan nilai VIF sebesar $1.006 < 10$. Dari masing-masing variabel memiliki nilai tolerance > 0.1 dan nilai VIF < 5 , dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam penelitian ini.

4.3.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Ada beberapa cara untuk menguji ada atau tidaknya situasi heteroskedastisitas dalam varian *error terms* untuk model regresi. Dalam penelitian ini akan digunakan metode *chart* (*Diagram Scatterplot*).



Sumber: Data diolah SPSS versi 24.00
Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4.3 diatas, dapat diketahui bahwa data (titik-titik) menyebar secara merata diatas dan dibawah garis nol, tidak berkumpul di satu tempat, serta tidak membentuk satu pola tertentu sehingga dapat disimpulkan bahwa pada uji regresi ini tidak terjadi heterokedastisitas

4.3.2 Regresi Linier Berganda

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh hubungan antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Penelitian ini memiliki tiga variabel independen, dan satu variabel dependen.

Tabel 4.7 Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.264	9.600		2.736	.009
	LN_X1	-.028	.869	-.012	-.032	.975
	LN_X2	-1.787	1.188	-.545	-1.504	.141
	LN_X3	1.857	.715	.327	2.597	.013

a. Dependent Variable: LN_Y

Sumber: Data diolah SPSS versi 24.00

Dari tabel 4.6 diatas diketahui nilai-nilai sebagai berikut :

1. Konstanta = 26.264
2. Profitabilitas = -0.028
3. Biaya Lingkungan = -1.787
4. CSR = 1.857

Hasil tersebut dimasukkan kedalam persamaan regresi linier berganda

sehingga diketahui persamaan berikut :

$$Y = 26.264 - 0.028X_1 - 1.787X_2 + 1.857X_3$$

Jadi persamaan diatas bermakna jika :

1. Persamaan regresi berganda diatas, diketahui mempunyai konstanta sebesar 26.264 dengan tanda positif menunjukkan bahwa jika independen yaitu profitabilitas(X_1), biaya lingkungan (X_2) dan CSR (X_3) dalam keadaan konstan atau tidak mengalami perubahan (sama dengan nol), maka reputasi perusahaan (Y) adalah sebesar 26.264
2. Profitabilitas mempunyai koefisien regresi sebesar -0.028 menyatakan bahwa apabila profitabilitas ditingkatkan (dengan asumsi bahwa nilai koefisien variabel lain tetap atau tidak berubah) maka nilai reputasi perusahaan akan menurun sebesar 0.028.

3. Biaya Lingkungan mempunyai koefisien regresi sebesar -1.787 menyatakan bahwa apabila biaya lingkungan ditingkatkan (dengan asumsi bahwa nilai koefisien variabel lain tetap atau tidak berubah) maka nilai reputasi perusahaan akan menurun sebesar 1.787
4. CSR mempunyai koefisien regresi sebesar 1.857 menyatakan bahwa apabila CSR ditingkatkan (dengan asumsi bahwa nilai koefisien variabel lain tetap atau tidak berubah) maka nilai reputasi perusahaan akan meningkat sebesar 1.857

4.2.3 Pengujian Hipotesis

4.2.3.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel independen. Alasan lain uji t dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara parsial atau individual mempunyai hubungan signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 4.8 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.264	9.600		2.736	.009
	LN_X1	-.028	.869	-.012	-.032	.975
	LN_X2	-1.787	1.188	-.545	-1.504	.141
	LN_X3	1.857	.715	.327	2.597	.013

a. Dependent Variable: LN_Y

Sumber: Data diolah SPSS versi 24.00

Hasil pengujian statistic t pada tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Reputasi Perusahaan

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh secara individual (parsial) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap reputasi perusahaan. Untuk kriteria uji t dilakukan pada tingkat $\alpha = 0,05$ dengan nilai t untuk $n = 50 - 3 = 47$ adalah 2.012 $t_{hitung} = -0.032$ dan $t_{tabel} = 2.012$

diterima jika $:-2.012 \leq t \leq 2.012$ pada $\alpha = 5\%$

H_0 ditolak jika $:t_{hitung} > 2.012$, atau $-t_{hitung} < -2.012$

Nilai t_{hitung} untuk variabel profitabilitas adalah -0.032 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 2.012 dengan demikian t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} dan nilai signifikan profitabilitas sebesar $0.975 > 0.05$ artinya dari hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa H_0 diterima (H_a ditolak) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

2. Pengaruh Biaya Lingkungan Terhadap Reputasi Perusahaan

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah biaya lingkungan berpengaruh secara individual (parsial) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap reputasi perusahaan. Untuk kriteria uji t dilakukan pada tingkat $\alpha = 0,05$ dengan nilai t untuk $n = 50 - 3 = 47$ adalah 2.012 $t_{hitung} = -1.504$ dan $t_{tabel} = 2.012$

diterima jika $:-2.012 \leq t \leq 2.012$ pada $\alpha = 5\%$

H_0 ditolak jika $:t_{hitung} > 2.012$, atau $-t_{hitung} < -2.012$

Nilai t_{hitung} untuk variabel biaya lingkungan adalah -1.504 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 2.012 dengan demikian t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} dan nilai signifikan profitabilitas sebesar $0.141 > 0.05$ artinya dari hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa H_0 diterima (H_a ditolak) menunjukkan bahwa biaya lingkungan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Reputasi Perusahaan

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah CSR berpengaruh secara individual (parsial) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap reputasi perusahaan. Untuk kriteria uji t dilakukan pada tingkat $\alpha = 0,05$ dengan nilai t untuk $n = 50 - 3 = 47$ adalah 2.012 $t_{hitung} = 2.597$ dan $t_{tabel} = 2.012$

diterima jika $-2.012 \leq t \leq 2.012$ pada $\alpha = 5\%$

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > 2.012$, atau $-t_{hitung} < -2.012$

Nilai t_{hitung} untuk variabel CSR adalah 2.597 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 2.012 dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikan probabilitas sebesar $0.013 < 0.05$ artinya dari hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa H_0 ditolak (H_a diterima) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh dan signifikan terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

4.2.3.2 Uji F (Uji Signifikan Simultan)

Uji statistik F dilakukan untuk menguji apakah variable bebas (X) secara simultan mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variable terikat (Y).

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program SPSS versi 24.00 maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32.003	3	10.668	8.831	.000 ^b
	Residual	44.697	37	1.208		
	Total	76.700	40			

a. Dependent Variable: LN_Y
b. Predictors: (Constant), LN_X3, LN_X1, LN_X2

Sumber : SPSS versi 24.00

$$f_{\text{tabel}} = 50 - 3 - 1 = 46$$

$$f_{\text{hitung}} = 8.831 \text{ dan } f_{\text{tabel}} = 2.81$$

Kriteria pengambilan keputusan :

H_0 diterima jika : $-2.81 \leq f \leq 2.81$, untuk $\alpha = 5\%$

H_0 ditolak jika : $f_{\text{hitung}} > 2.81$ atau $-f_{\text{hitung}} < -2.81$ untuk $\alpha = 5\%$

Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa nilai f_{hitung} sebesar 8.831 dengan tingkat signifikan sebesar 0.000. Sedangkan nilai f_{tabel} diketahui sebesar 2,81. berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ ($8.831 > 2,59$) artinya H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas, biaya lingkungan, CSR berpengaruh dan signifikan terhadap reputasi perusahaan Pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

4.2.4 Uji Koefisien Determinasi

Nilai *R-square* dari koefisien determinasi digunakan untuk melihat bagaimana variasi nilai variabel terikat dipengaruhi oleh nilai variabel bebas. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Apabila nilai R-square semakin mendekati satu maka semakin besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut hasil pengujian statistiknya :

Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.646 ^a	.417	.370	1.09910	1.002
a. Predictors: (Constant), LN_X3, LN_X1, LN_X2					
b. Dependent Variable: LN_Y					

Sumber: SPSS versi 24

$$D = R^2 \times 100\%$$

$$D = 0.646 \times 100\%$$

$$= 64.6 \%$$

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai dari R square sebesar 0.646 yang berarti 64.6% dan hal ini menyatakan bahwa variabel profitabilitas, biaya lingkungan, CSR sebesar 64.6% untuk mempengaruhi variabel reputasi perusahaan Selanjutnya selisih $100\% - 64.6\% = 35.4\%$. hal ini menunjukkan 35.4% tersebut adalah variabel lain yang tidak berkontribusi terhadap penelitian reputasi perusahaan

4.2.5 Pembahasan

Hasil temuan dalam penelitian ini adalah mengenai hasil temuan penelitian ini terhadap kesesuaian teori, pendapat maupun penelitian terdahulu yang telah dikemukakan hasil penelitian sebelumnya serta pola perilaku yang harus dilakukan untuk mengatasi hal-hal tersebut. Berikut ini ada tiga bagian utama yang akan dibahas dalam analisis hasil temuan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Reputasi Perusahaan

Berdasarkan penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh profitabilitas terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel profitabilitas adalah -0.032 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 2.012 dengan demikian t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} dan nilai signifikan profitabilitas sebesar $0.975 > 0.05$ artinya dari hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa H_0 diterima (H_a ditolak) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

ROA (*Return on Assets*) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang berasal dari aktivitas investasi. Rasio ini digunakan mengukur kemampuan manajemen dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan. Semakin besar ROA, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan tersebut dan semakin baik pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan tersebut dan semakin baik pula posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan aset (Sondakh et al., 2019).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sondakh, Saerang, & Samadi, 2019) (Triagustina, Sukarmanto, & Helliana, 2015) menyatakan *return on asset* tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan, hal ini disebabkan nilai *Return On Assets* yang rendah dapat disebabkan dengan adanya dana yang dikeluarkan untuk operasional perusahaan tidak sesuai dengan laba yang didapatkan. Jika perusahaan menggunakan keseluruhan dana untuk operasi dengan maksimal atau sesuai dengan kebutuhan perusahaan maka laba yang diperoleh akan maksimal hasilnya

2. Pengaruh Biaya Lingkungan Terhadap Reputasi Perusahaan

Berdasarkan penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh biaya lingkungan terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel biaya lingkungan adalah -1.504 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 2.012 dengan demikian t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} dan nilai signifikan profitabilitas sebesar $0.141 > 0.05$ artinya dari hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa H_0 diterima (H_a ditolak) menunjukkan

bahwa biaya lingkungan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Tingginya tingkat kinerja lingkungan perusahaan tidak dianggap sebagai nilai yang tinggi oleh investor. Pada saat perusahaan ingin menyajikan informasi lingkungan sebagai informasi tambahan perusahaan yang merupakan suatu sinyal agar menarik investor sebagai bukti bahwa perusahaan memiliki tingkat kinerja lingkungan yang tinggi dan bukti bahwa perusahaan bertanggung jawab terhadap lingkungan, perusahaan juga harus menyadari bahwa hal tersebut akan membutuhkan dan menimbulkan *environmental cost* tinggi, dengan tingginya *environmental cost* menarik minat investor untuk melakukan investasi dikarenakan perusahaan peduli lingkungan yang ada.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Angraeni, Situmorang, & Fadilah, 2020) (Sapulette & Limba, 2021) menyatakan biaya lingkungan tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Reputasi Perusahaan

Berdasarkan penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh *corporate social responsibility* terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa Nilai t_{hitung} untuk variabel CSR adalah 2.597 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 2.012 dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikan probabilitas sebesar $0.013 < 0.05$ artinya dari hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa H_0 ditolak (H_a diterima) menunjukkan bahwa

CSR berpengaruh dan signifikan terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Setiap perusahaan diminta untuk menunjukkan tindakan tanggung jawab kepada semua pemangku kepentingan, tidak hanya dari dalam perusahaan tetapi juga dari luar perusahaan, yang juga termasuk tanggung jawab terhadap lingkungan. Perusahaan bisa membangun reputasi positif dengan menunjukkan tanggung jawab dalam pelestarian lingkungan dan sosial. Dalam hal ini, tanggung jawab sosial perusahaan bisa mempromosikan reputasi perusahaan. Dengan demikian, meningkatnya kualitas dan reputasi yang intrinsik terjalin dengan kualitas lingkungan dan tanggung jawab sosial (Widanaputra et al., 2018)

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Widanaputra et al., 2018) (Nahda & Harjito, 2011) (Šontaitė-Petkevičienė, 2015) (Yanto, 2018) (Karina & Setiadi, 2020) menyatakan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

4. Pengaruh Profitabilitas, Biaya Lingkungan, CSR Terhadap Reputasi Perusahaan

Berdasarkan penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh profitabilitas, biaya lingkungan, *corporate social responsibility* terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa nilai f_{hitung} sebesar 8.831 dengan tingkat signifikan sebesar 0.000. Sedangkan nilai f_{tabel} diketahui sebesar 2,81. berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($8.831 > 2,59$) artinya H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas, biaya lingkungan, CSR berpengaruh dan signifikan terhadap

reputasi perusahaan Pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Reputasi perusahaan merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan. Perusahaan bereputasi baik artinya perusahaan memiliki sumber daya langka dan berharga, serta merupakan sumber keunggulan daya saing untuk mendapatkan *above average return*. Ruang lingkup reputasi perusahaan sangat luas dan secara potensial dapat menjadi keunggulan bersaing. Reputasi perusahaan diperoleh dengan mengintegrasikan beberapa pertimbangan (*blends considerations*) antara keuangan, manajemen, periklanan (*advertising*), dan hubungan masyarakat (*public relations*).

ROA (*Return on Assets*) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang berasal dari aktivitas investasi. Rasio ini digunakan mengukur kemampuan manajemen dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan. Semakin besar ROA, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan tersebut dan semakin baik pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan tersebut dan semakin baik pula posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan aset (Sondakh et al., 2019).

Tingginya tingkat kinerja lingkungan perusahaan tidak dianggap sebagai nilai yang tinggi oleh investor. Pada saat perusahaan ingin menyajikan informasi lingkungan sebagai informasi tambahan perusahaan yang merupakan suatu sinyal agar menarik investor sebagai bukti bahwa perusahaan memiliki tingkat kinerja lingkungan yang tinggi dan bukti bahwa perusahaan bertanggung jawab terhadap lingkungan, perusahaan juga harus menyadari bahwa hal tersebut akan

membutuhkan dan menimbulkan *environmental cost* tinggi, dengan tingginya *environmental cost* menarik minat investor untuk melakukan investasi dikarenakan perusahaan peduli lingkungan yang ada.

Setiap perusahaan diminta untuk menunjukkan tindakan tanggung jawab kepada semua pemangku kepentingan, tidak hanya dari dalam perusahaan tetapi juga dari luar perusahaan, yang juga termasuk tanggung jawab terhadap lingkungan. Perusahaan bisa membangun reputasi positif dengan menunjukkan tanggung jawab dalam pelestarian lingkungan dan sosial. Dalam hal ini, tanggung jawab sosial perusahaan bisa mempromosikan reputasi perusahaan. Dengan demikian, meningkatnya kualitas dan reputasi yang intrinsik terjalin dengan kualitas lingkungan dan tanggung jawab sosial (Widanaputra et al., 2018)

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Data yang diperoleh maupunn analisis data yang telah dilakukan serta pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai Pengaruh Profitabilitas, Biaya Lingkungan dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Reputasi Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia sebagai berikut:

1. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman
2. Biaya lingkungan tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman
3. *Corporate social responsibilty* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman
4. Profitabilitas, biaya lingkungan dan *corporate social responsibilty* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran-saran yang dapat diberikan pada penelitian ini antara lain:

1. Perusahaan hedaknya agar lebih mampu meningkatkan laba yang dimilikinya dengan meningkatkan penjualan agar mendapatkan laba yang besar sehingga berdampak pada reputasi perusahaan

2. Pihak manajemen diharapkan agar mengontrol biaya lingkungan setiap tahunnya, karena semakin besar biaya lingkungan yang dikeluarkan akan berdampak dengan rendahnya reputasi perusahaan
3. Pihak manajemen diharapkan agar meningkatkan *corporate social responsibility* setiap tahunnya, karena semakin banyak kegiatan sosial yang dilakukan akan berdampak dengan meningkatkan reputasi perusahaan
4. Bagi peneliti selanjutnya, dapat dilakukan penelitian dengan memperluas cakupan objek penelitian dengan meneliti variabel lain yang mempengaruhi reputasi perusahaan serta menambah periode waktu penelitian sehingga dapat memperoleh hasil yang maksimal

DAFTAR PUSTAKA

- Alpi, M. F. (2021). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di BEI. *Scenario (Seminar of Social Sciences Engineering and Humaniora)*, 8–18.
- Amani, A., Nurleli, N., & Lestari, R. (2020). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Biaya Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan. *Prosiding Akuntansi*, 6(1), 266–269.
- Angela, & Yudianti, F. N. (2014). Pengaruh kinerja lingkungan terhadap kinerja finansial dengan pengungkapan corporate social responsibility sebagai variabel intervening. *Jurnal Ekonomi Universitas Sanata Dharma*.
- Angraeni, S., Situmorang, M., & Fadilah, H. (2020). Pengaruh Environmental Performance, Environmental Cost dan Environmental Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Akuntansi*, 7(4), 1–14.
- Arseto, D. D., & Jufrizen, J. (2018). Pengaruh Return On Assets dan Current Ratio Terhadap Deviden Payout Ratio Dengan Firm Size Sebagai Variabel Moderating. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemenen*, 1(1), 15–30.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Buana, V. A., & Nuzula, N. F. (2017). Pengaruh Environmental Cost Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Kimia First Section yang Terdaftar di Japan Exchange Group Perode 2013 – 2015). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 50(1), 46–55.
- Cahya, K. D., & Riwoe, J. C. (2018). Pengaruh ROA dan ROE Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Sustainability Reporting Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Yang Terdaftar di LQ 45. *Journal of Accounting and Business Studies*, 3(1), 46–70.
- Diaz, R., & Jufrizen, J. (2014). Pengaruh Return On Assets (ROA) Dan Return On Equity (ROE) Terhadap Earning Per Share Pada Perusahaan Asuransi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 14(2), 127–134.
- Dinniyah, T., & Nuzula, N. F. (2021). The Influence of Environmental Cost on Profitability and Firm Value. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 191, 277–280.
- Fahmi, I. (2014). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Hadi, N. (2011). Corporate Social Responsibility (CSR) Edisi 1. *Jakarta: Graha*

Ilmu.

- Hafez, H. M. (2016). Corporate Social Responsibility and Firm Value: An Empirical Study of An Emerging Economy. *Journal of Governance and Regulation*, 5(4), 40–53.
- Halik, A. C. (2018). Pengaruh ROA dan NPM Terhadap Nilai Perusahaan Pada PT. Antam TBK. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 1(1), 1–10.
- Hanum, Z., & Manullang, J. H. (2022). Pengaruh Return On Asset (Roa) Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Pajak Pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif Komponennya Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(4), 1–17.
- Hermuningsih, S. (2013). Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan. *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, 1(1), 127–148.
- Hery. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Grasindo Monoratom.
- Huynh, Q. L., & Nguyen, N. Van. (2019). The Effect of Prior Financial Performance on Organizational Reputation and Earnings Management. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 6(4), 75–81.
- Jao, R., Hamzah, D., Laba, A. R., & Mediaty, M. (2020). Investor Decision in Estimating the Effect of Earning Persistence, Financial Leverage, Foreign Ownership Toward Company Reputation and Company Value. *International Journal of Financial Research*, 11(4), 453–461.
- Jo, H., Kim, H., & Park, K. (2016). Environmental Costs and Firm Value. *Asia-Pacific Journal of Financial Studies*, 45, 1–26.
- Jufrizen, J., & Asfa, Q. (2015). Pengaruh Profitabilitas Dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2013. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 4(2), 1–19.
- Jufrizen, J., Sari, M., Radiman, R., Muslih, M., & Putri, A. M. (2019). Pengaruh Debt Ratio, Long Term Debt To Equity Ratio dan Kepemilikan Instutisional Terhadap Return On Assets Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 15(1), 7–18. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.29406/jmm.v15i1.1376>
- Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, S. (2015). *Metodelogi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMSU PRESS.

- Karina, D. R. M., & Setiadi, I. (2020). Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG Sebagai Variabel Pemoderasi. *JRAMB, Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, UMB Yogyakarta*, 6(1), 37–49.
- Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Khanifah, K., Udin, U., Hadi, N., & Alfiana, F. (2020). Environmental Performance and Firm Value: Testing the Role of Firm Reputation in Emerging Countries. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 10(1), 96–103.
- Masuri, F., Halik, A., & Arif, D. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Iklan Terhadap Kepuasan Konsumen. *IQTISHADEquity*, 1(1), 1–4.
- Munawir, S. (2010). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Andi.
- Murhadi, W. R. (2013). *Analisis Laporan Keuangan Proyeksi dan Valuasi Saham*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nahda, K., & Harjito, D. A. (2011). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Siasat Bisnis*, 15(1), 1–12.
- Nainggolan, E. P., & Febriansyah, A. R. (2021). Pengaruh Rasio Profitabilitas Dan Biaya Operasional Terhadap Pph Badan Terutang Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2015 – 2019. *SiNTESA: Seminar Nasional Teknologi Edukasi dan Humaniora*, 1, 1–8.
- Nuzula, N. F. (2019). Does environmental cost affect japanese firms' performance? *International Journal of Professional Business Review*, 4(1), 14–21.
- Rahmawati, A., & ACHMAD, T. (2012). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Financial Performance Dengan Corporate Social Responsibility Disclosure Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode Tahun 2009-2011). Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Riyanto, B. (2010). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPEE-Yogyakarta.
- Sapulette, S. G., & Limba, F. B. (2021). Pengaruh Penerapan Green Accounting dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020. *Kupna Jurnal*, 2(1), 31–43.
- Sirait, S., Sari, E. N., & Rambe, M. F. (2021). Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity Ratio Dan Return On Assets Terhadap Price To Book Value Dengan

- Divident Payout Ratio Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Farmasi. *Jurnal AKAMAMI: Akuntansi, Manajemen, Ekonomi*, 2(2), 287–299.
- Sondakh, P., Saerang, I., & Samadi, R. (2019). Pengaruh Struktur Modal (ROA, ROE dan DER) Terhadap Nilai Perusahaan (PBV) Pada Perusahaan Sektor Properti Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Periode 2013-2016). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3), 3079–3088.
- Šontaitė-Petkevičienė, M. (2015). CSR Reasons, Practices and Impact to Corporate Reputation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 503–508.
- Sudana, I. M. (2015). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Susanto, A. B. (2009). Reputation-driven corporate social responsibility Pendekatan strategic management dalam CSR. *Jakarta: Erlangga*.
- Triagustina, L., Sukarmanto, E., & Helliana. (2015). Pengaruh Return On Assets dan Return On Equity Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012. *Prosiding Akuntansi*, 2, 28–34.
- Tunggal, W. S. P., & Fachrurrozie, F. (2014). Pengaruh Environmental Performance, Environmental Cost Dan Csr Disclosure Terhadap Financial Performance. *Accounting Analysis Journal*, 3(3).
- Wicaksono, D. P. (2018). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Yang Dimediasi Oleh Reputasi Perusahaan. *Jurnal EMBA*, 1(1), 1–17.
- Widanaputra, A. A. G. P., Widhyadanta, I. G. D. S. A., & Ratnadi, N. M. D. (2018). Reputasi Perusahaan, Reputasi Manajemen Puncak dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 13(2), 75–84.
- Yanto, E. (2018). Effect of Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance onthe Value of Company with Profitability as Moderating Variables. *JAAF (Journal of Applied Accounting and Finance)*, 2(1), 36–49.

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
LN_Y	11.3399	1.38474	41
LN_X1	2.2177	.57677	41
LN_X2	6.5271	.42257	41
LN_X3	-1.7230	.24384	41

Correlations					
		LN_Y	LN_X1	LN_X2	LN_X3
Pearson Correlation	LN_Y	1.000	.518	-.557	.365
	LN_X1	.518	1.000	-.938	.054
	LN_X2	-.557	-.938	1.000	-.071
	LN_X3	.365	.054	-.071	1.000
Sig. (1-tailed)	LN_Y	.	.000	.000	.010
	LN_X1	.000	.	.000	.368
	LN_X2	.000	.000	.	.330
	LN_X3	.010	.368	.330	.
N	LN_Y	41	41	41	41
	LN_X1	41	41	41	41
	LN_X2	41	41	41	41
	LN_X3	41	41	41	41

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	LN_X3, LN_X1, LN_X2 ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: LN_Y			
b. All requested variables entered.			

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.646 ^a	.417	.370	1.09910	.417	8.831	3	37	.000	1.002
a. Predictors: (Constant), LN_X3, LN_X1, LN_X2										
b. Dependent Variable: LN_Y										

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32.003	3	10.668	8.831	.000 ^b
	Residual	44.697	37	1.208		
	Total	76.700	40			
a. Dependent Variable: LN_Y						
b. Predictors: (Constant), LN_X3, LN_X1, LN_X2						

Coefficients ^a													
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	26.264	9.600		2.736	.009	6.813	45.716					
	LN_X1	-.028	.869	-.012	-.032	.975	-1.789	1.734	.518	-.005	-.004	.120	8.3
	LN_X2	-1.787	1.188	-.545	-1.504	.141	-4.194	.620	-.557	-.240	-.189	.120	8.3
	LN_X3	1.857	.715	.327	2.597	.013	.408	3.305	.365	.393	.326	.994	1.0

a. Dependent Variable: LN_Y

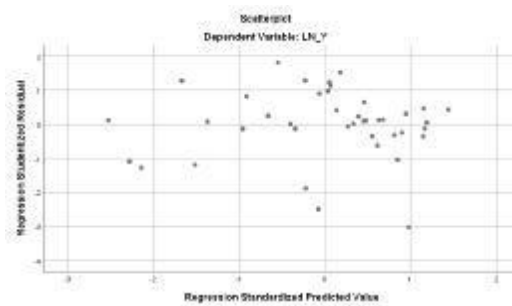
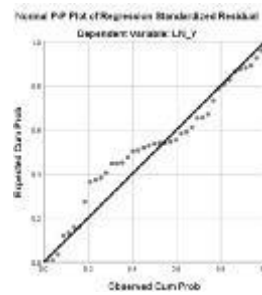
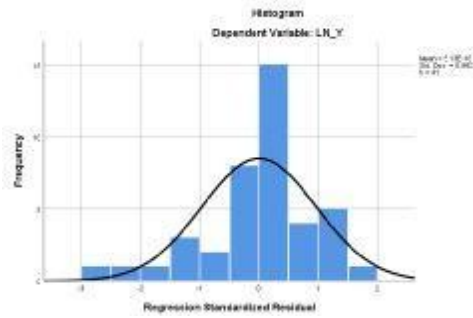
Collinearity Diagnostics ^a							
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	LN_X1	LN_X2	LN_X3
1	1	3.928	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.059	8.159	.00	.09	.00	.03
	3	.013	17.293	.00	.00	.01	.97
	4	.000	143.868	1.00	.91	.99	.00

a. Dependent Variable: LN_Y

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	9.0840	12.6275	11.3399	.89447	41
Std. Predicted Value	-2.522	1.439	.000	1.000	41
Standard Error of Predicted Value	.217	.542	.336	.072	41
Adjusted Predicted Value	9.0488	12.5461	11.3374	.88803	41
Residual	-3.20572	1.91783	.00000	1.05708	41
Std. Residual	-2.917	1.745	.000	.962	41
Stud. Residual	-3.024	1.808	.001	1.005	41
Deleted Residual	-3.44617	2.05890	.00250	1.15508	41
Stud. Deleted Residual	-3.438	1.868	-.014	1.058	41
Mahal. Distance	.590	8.735	2.927	1.740	41
Cook's Distance	.000	.171	.023	.036	41
Centered Leverage Value	.015	.218	.073	.043	41

a. Dependent Variable: LN_Y

Charts



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Predicted Value
N		41
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	11.3399112
	Std. Deviation	.89447205
Most Extreme Differences	Absolute	.129
	Positive	.093
	Negative	-.129
Test Statistic		.129
Asymp. Sig. (2-tailed)		.086 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

PERMOHONAN JUDUL PENELITIAN

No. Agenda: 2540/JDL/SKR/AKT/FEB/UMSU/1/2/2022

Kepada Yth.
Ketua Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
di Medan

Medan, 1/2/2022

Dengan hormat,
Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Name : Putri Madinah Nasution
NPM : 1805170192
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Akuntansi Manajemen

Dalam rangka proses penyusunan skripsi, saya bermohon untuk mengajukan judul penelitian berikut ini:

Identifikasi Masalah : Judul 1
Terjadinya pemertuan NPM dan ROA pada tahun 2017 dan 2018

Judul 2
Tingginya cash ratio dan current ratio yang belum memenuhi standart BUMN serta menggambarkan banyaknya kas yang menganggur di dalam perusahaan

Judul 3
Pada beberapa sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI mengalami penurunan struktur modal akan tetapi likuiditas dan profitabilitas mengalami kenaikan

Rencana Judul : 1. Analisis rasio profitabilitas dalam mengukur kinerja perusahaan
2. Analisis rasio likuiditas untuk mengukur kinerja keuangan
3. Pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap struktur modal pada perusahaan yang terdaftar di BEI

Objek/Lokasi Penelitian : PT Siantar Top Tbk

Demikianlah permohonan ini saya sampaikan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih

Hormat Saya
Pemohon

(Putri Madinah Nasution)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

PERSETUJUAN JUDUL PENELITIAN

Nomor Agenda: 2540/JDL/SKR/AKT/FEB/UMSU/1/2/2022

Nama Mahasiswa : Putri Madinah Nasution
NPM : 1805170192
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Akuntansi Manajemen
Tanggal Pengajuan Judul : 1/2/2022
Nama Dosen pembimbing¹⁾ : Dr. Eka Nurmalia Sari, SE., M.Si., Ak., CA (11 Februari 2022)

Judul Disetujui²⁾

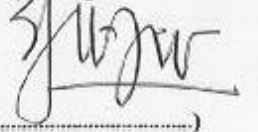
Faktor-faktor yang Mempengaruhi
Reputasi Perusahaan pada
Perusahaan yg terdaftar di BEI

Disahkan oleh:
Ketua Program Studi Akuntansi


(Dr. Zuhri Hanum, S.E., M.Si)

Medan, Maret 2022

Dosen Pembimbing


(.....)

Keterangan:

*) Ditisi oleh Pimpinan Program Studi

**) Ditisi oleh Dosen Pembimbing

Sebelum dititaskan oleh Prodi dan Dosen pembimbing, scan/foto dan unggahlah ke-2 ini pada form online "Upload Pengajuan Judul Skripsi"



UMSU

linggih | cerdas | terpercaya

Bila menggunakan nama ini agar diketahui nama dan angkanya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BBAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<http://feb.umsu.ac.id>

fob@umsu.ac.id

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

Nomor : 1499/II.3-AU/UMSU-05/F/2022
Lampiran :
Perihal : **Izin Riset Pendahuluan**

Medan, 11 Dzulqaidah 1443 H
11 Juni 2022 M

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan
Bursa Efek Indonesia
Jln. Ir. H. Juanda No.A5-A6 Medan
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat, sehubungan mahasiswa kami akan menyelesaikan studi, untuk itu kami memohon kesediaan Bapak / Ibu sudi kiranya untuk memberikan kesempatan pada mahasiswa kami melakukan riset di Perusahaan / Instansi yang Bapak / Ibu pimpin, guna untuk penyusunan skripsi yang merupakan salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1)

Adapun mahasiswa/i di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tersebut adalah:

Nama : Putri Madinah Nasution
Npm : 1805170192
Program Studi : Akuntansi
Semester : VIII (Delapan)
Judul Skripsi : Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Reputasi Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Demikianlah surat kami ini, atas perhatian dan kerjasannya yang Bapak / Ibu berikan kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Tembusan :

1. Pertinggal



Dekan

H. Januri, SE., MM., M.Si

NIDN : 0109086502





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Umsu mengabdikan ilmu di era digital dengan nomor call yang selalu

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<http://feb.umsu.ac.id>

feb@umsu.ac.id

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

**PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING
PROPOSAL / SKRIPSI MAHASISWA**

NOMOR : 1501/TGS/IL3-AU/UMSU-05/F/2022

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, berdasarkan Persetujuan permohonan judul penelitian Proposal / Skripsi dari Ketua / Sekretaris :

Program Studi : Akuntansi
Pada Tanggal : 08 Maret 2022

Dengan ini menetapkan Dosen Pembimbing Proposal / Skripsi Mahasiswa :

Nama : Putri Madinah Nasution
N P M : 1805170192
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Akuntansi
Judul Proposal / Skripsi : Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Reputasi Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Dosen Pembimbing : **Dr. Eka Nurmala Sari, S.E., M.Si., Ak., CA**

Dengan demikian di izinkan menulis Proposal / Skripsi dengan ketentuan :

1. Penulisan berpedoman pada buku panduan penulisan Proposal/ Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.
2. Pelaksanaan Sidang Skripsi harus berjarak 3 bulan setelah pelaksanaan Seminar Proposal ditandai dengan Surat Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi
3. **Proyek Proposal / Skripsi dinyatakan " BATAL " bila tidak selesai sebelum Masa Daluarsa tanggal : 11 Juni 2023**

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Ditetapkan di : Medan
Pada Tanggal : 11 Dzulqaidah 1443 H
11 Juni 2022 M



Tembusan :
1. Pertinggal



Dekan

Januri, SE., MM., M.Si
NIDN : 0109086502



SURAT PERNYATAAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putri Madinah Nasution
NPM : 1805170192
Jurusan : Akuntansi
Konsentrasi : Akuntansi Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Judul : Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Reputasi Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Teraftar di Bursa Efek Indoensia

Menyatakan bahwa balasan surat izin penelitian dari Bursa Efek Indonesia akan segera menyusul dikarenakan peraturan dari Bursa Efek Indonesia mengeluarkan surat izin penelitian dan penyelesaian penelitian setelah bab 4 dan 5

Demikianlah surat pernyataan penelitian ini saya perbuat dengan kesadaran sendiri.

Medan, Juni 2022
Pembuat Pernyataan


Putri Madinah Nasution

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Lengkap : PUTRI MADINAH NASUTION
N.P.M : 1805170192
Dosen Pembimbing: Dr. EKA NURMALA SARI, S.E., M.Si., Ak., CA
Program Studi : AKUNTANSI
Konsentrasi : AKUNTANSI MANAJEMEN
Judul Penelitian : FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI REPUTASI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
BAB 1	judul di ganti sesuai dgn saran tambah artikel jurnal. sehingga ada geg.	20/4 22	3/1
BAB 2	Kerangka Konsep ditambah artikel jurnal min 5 artikel.	20/4 21	3/1
BAB 3	perbaiki bab 3. sampel perbaiki	20/4 22	2/1
Daftar Pustaka	sitasi dosen ahli unsw.	20/4 22	3/1
Instrumen Pengumpulan Data Penelitian	—		
Persetujuan Seminar Proposal			

Medan, April 2022

Diketahui oleh:
Ketua Program Studi

(Dr. ZULIAHANUM, S.E., M.Si)

Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing

(DR. EKA NURMALA SARI, S.E., M.SI., AK., CA)



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Lengkap : PUTRI MADINAH NASUTION
N.P.M : 1805170192
Dosen Pembimbing: Dr. EKA NURMALA SARI, S.E., M.Si., Ak., CA
Program Studi : AKUNTANSI
Konsentrasi : AKUNTANSI MANAJEMEN
Judul Penelitian : FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI REPUTASI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
BAB 1	perbaiki lagi hasil tulis typig error buat batasan masalah untuk mendeskripsikan variabel	3/6/22	
BAB 2	perbaiki tem u variabel dan hipotesis	3/6/22	
BAB 3	supaya lengkap jumlah sampel dan nama perusahaan sampel	2/6/22	
Daftar Pustaka	perbaiki dan sitasi	3/6/22	
Instrumen Pengumpulan Data Penelitian			
Persetujuan Seminar Proposal			

Medan, April 2022

Diketahui oleh:
Ketua Program Studi

(Dr. ZULIA HANUM, S.E., M.Si)

Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing

(DR. EKA NURMALA SARI, S.E., M.Si., AK., CA)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Lengkap : PUTRI MADINAH NASUTION
N.P.M : 1805170192
Dosen Pembimbing: Dr. EKA NURMALA SARI, S.E., M.Si., Ak., CA
Program Studi : AKUNTANSI
Konsentrasi : AKUNTANSI MANAJEMEN
Judul Penelitian : FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI REPUTASI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
BAB 1	→		
BAB 2	—		
BAB 3	—		
Daftar Pustaka	perbaiki sitasi dan stesen umsm	6/6/22	3/
Instrumen Pengumpulan Data Penelitian	—		
Persetujuan Seminar Proposal	Ace draft proposal lanjut ke seminar proposal	6/6/22	3/

Medan, April 2022

Diketahui oleh:
Ketua Program Studi

(Dr. ZULIAHANUM, S.E., M.Si)

Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing

(DR. EKA NURMALA SARI, S.E., M.SI., AK., CA)



BERITA ACARA SEMINAR PROGRAM STUDI AKUNTANSI

Pada hari ini *Kamis, 23 Juni 2022* telah diselenggarakan seminar Program Studi Akuntansi menerangkan bahwa :

Nama : *Putri Madiyah Nasution*
NPM : 1805170192
Tempa / Tgl.Lahir : Medan, 01 September 2000
Alamat Rumah : Jln Prof Hm. yamin Gg Pisang No. 02
Judul Proposal : Faktor Faktor yang Mempengaruhi Reputasi Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Disetujui / tidak disetujui *)

Item	Komentar
Judul
Bab I	<i>Perbaiki: Identifikasi, tujuan dan latar belakang</i>
Bab II	<i>Perbaiki: kerangka konseptual.</i>
Bab III	<i>Perbaiki: waktu penelitian, sampel, kriteria.</i>
Lainnya	<i>Pahami judul</i>
Kesimpulan	Perbaikan Minor Seminar Ulang <u>Perbaikan Mayor</u>

Medan, 23 Juni 2022

TIM SEMINAR

Ketua

Assoc. Prof. Dr. Zulia Hanura, SE., M.Si

Sekretaris

Riva Ubar Harahap, SE., Ak., M.Si., CA., CPA

Pembimbing

Dr. Eka Nurma'a Sari, S.E., M.Si., Ak., CA

Pembanding

Henny Zurika Lubis, SE., M.Si



PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil Seminar proposal Program Studi Akuntansi yang diselenggarakan pada hari *Kamis*, 23 *Juni* 2022 menerangkan bahwa:

Nama : Putri Madinah Nasution
NPM : 1805170192
Tempat / Tgl.Lahir : Medan, 01 September 2000
Alamat Rumah : Jln Prof Hm. yamin Gg Pisang No. 02
Judul Proposal : Faktor Faktor yang Mempengaruhi Reputasi Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Proposal dinyatakan syah dan memenuhi Syarat untuk menulis Sekripsi dengan pembimbing :

Medan, 23 Juni 2022

TIM SEMINAR

Ketua

Assoc. Prof. Dr. Zuhra Hanum, SE., M.Si

Sekretaris

Riva Ubar Harahap, SE., Ak., M.Si., CA., CPA

Pembimbing

Dr. Eka Nurmala Sari, S.E., M.Si., Ak., CA

Pembanding

Henny Zurika Lubis, SE., M.Si

Diketahui / Disetujui

a.n.Dekan

Wakil Dekan

Assoc. Prof. Dr. Ade Gurawan, SE, M.Si

NIDN : 0105087601



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Dia menjangkau sandi hingga desainer
nawar dan tanggapnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<http://feb.umsu.ac.id>

feb@umsu.ac.id

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

Nomor : 2388/II.3-AU/UMSU-05/F/2022
Lamp. : -
Hal : **Menyelesaikan Riset**

Medan, 14 Muharram 1444 H
12 Agustus 2022 M

Kepada Yth.
Bapak/ Ibu Pimpinan
Bursa Efek Indonesia
Jln. Juanda No. A5-A6 Medan Sumatera Utara
Di-
Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat, sehubungan mahasiswa/i kami akan menyelesaikan studinya, mohon kesediaan bapak/ibu untuk memberikan kesempatan pada mahasiswa kami melakukan riset di perusahaan/instansi yang bapak/ibu pimpin, guna untuk *melanjutkan Penyusunan / Penulisan Skripsi pada Bab IV – V*, dan setelah itu mahasiswa yang bersangkutan mendapatkan surat keterangan telah selesai riset dari perusahaan yang bapak/ibu pimpin, yang merupakan salah satu persyaratan dalam penyelesaian program studi **Strata Satu (S1)** di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Adapun mahasiswa/i di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tersebut adalah:

Nama : Putri Madinah Nasution
N P M : 1805170192
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Akuntansi
Judul Skripsi : Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Reputasi Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Demikianlah harapan kami, atas bantuan dan kerjasama yang Bapak/Ibu berikan, Kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Tembusan :
1. Pertinggal



NIDN : 0109086502





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Muhtar Basri No.3. Medan, Telp (061) 6624-567 Kode Pos 20238

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Putri Madinah Nasution
Npm : 1805170192
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Akuntansi Manajemen
Judul Skripsi : Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Reputasi Perusahaan Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis, secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, dan data-data yang diperoleh dalam skripsi ini adalah benar saya peroleh dari instansi tersebut, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Dan apabila ternyata dikemudian hari data-data dari skripsi ini merupakan hasil **Plagiat** atau merupakan hasil karya orang lain, maka dengan ini saya menyatakan bersedia menerima sanksi akademik dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Medan, 31 Agustus 2022

Yang menyatakan,



Putri Madinah Nasution

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Putri Madinah Nasution
Tempat dan tanggal lahir : Medan, 01 September 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Prof H.M. Yamin SH Gg Pisang No. 02,
Medan, Sumatera Utara
Anak Ke : 3 dari 3 bersaudara
No. Telepon : 082276473931
E-Mail : putrimadinahnst@gmail.com

Nama Orang Tua

Nama Ayah : Alm. H.M. Nasir Nasution
Nama Ibu : Hj. Nazrah Hanim
Pekerjaan Ibu : Wiraswasta
Alamat : Jl. Prof H.M. Yamin SH Gg Pisang No. 02,
Medan, Sumatera Utara

Pendidikan Formal

Sekolah Dasar : SD Negeri 101764 Tembung
Sekolah Menengah Pertama : SMP Negeri 27 Medan
Sekolah Menengah Atas : SMA Negeri 8 Medan

Medan, 5 September 2022



Putri Madinah Nasution