

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR *CONSUMER NON-CYCLICALS* DAN *BASIC MATERIAL*

Desdi Romawati Aritonang, Liana Rahardja*

Program Studi Akuntansi, STIE Jakarta International College, Indonesia.

*Corresponding Author: liana.rahardja@jic.ac.id

INFO ARTIKEL

Info Artikel:

Diterima: 12 Juli, 2022

Revisi: 03 Agustus, 2022

Dipublikasi Online: 26 Agustus, 2022

Kata Kunci:

Corporate Social Responsibility, Return on Asset, Return on Equity, Net Profit Margin, Industri Non-Cyclical dan BasicMaterial

Sitasi Cantuman:

Aritonang, D. R., & Rahardja, L. (2022). The Influence of Corporate Social Responsibility (CSR) on the Financial Performance of Non-Cyclical and Basic Materials Consumer Companies. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business (IDEB)*, 3(2), 60–73. <https://doi.org/10.52238/ideb.v3i2.96>

ABSTRAK

Penelitian ini untuk menguji pengaruh pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap kinerja keuangan perusahaan sektor *Consumer Non-Cylical* dan *Basic Material* yang terdaftar di BEI periode 2015-2019. Kinerja keuangan diukur dengan menggunakan *Return on Assets (ROA)*, *Return on Equity (ROE)*, dan *Net Profit Margin*, serta pertumbuhan penjualan, ukuran, dan *leverage* sebagai variabel kontrol. Populasi terdiri dari 123 perusahaan *Consumer Non-Cylical* dan *Basic Material*. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan untuk memilih 39 perusahaan dalam waktu 5 tahun, menghasilkan 195 observasi. Data yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia dari tahun 2015 hingga 2019 dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan E-Views 9. Hasil regresi pertama secara parsial menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. Regresi kedua secara parsial menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROE. Demikian pula regresi ketiga secara parsial menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Net Profit Margin (NPM). Pengungkapan CSR, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, dan Leverage berpengaruh signifikan terhadap ROA, ROE dan NPM pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cylical* dan *Basic Material* yang terdaftar di BEI tahun 2015-2019.

PENDAHULUAN

Zaman sekarang ini, masyarakat berpikir semakin cermat dan lebih hati-hati tentang menilai dampak sosial dari sebuah perusahaan melalui kegiatannya. Hal ini juga mendorong perusahaan untuk memperhatikan dampak sosial yang ditimbulkan dan diatasinya. Perusahaan yang baik seharusnya tidak hanya fokus terhadap keuntungan, tetapi juga peduli terhadap lingkungan. Corporate Social Responsibility (CSR) tidak terbatas pada penyelesaian masalah lingkungan, tetapi mencakup semua pemangku kepentingan seperti karyawan, pelanggan, kreditur, pemegang saham dan masyarakat (Sakti, 2017).

Sari et al. (2016), memaparkan bahwa setiap perusahaan tidak dapat lepas dari peran pemangku kepentingan dalam kegiatan usahanya, sehingga perusahaan harus melaksanakan kegiatan CSR untuk memberikan manfaat bagi seluruh pemangku kepentingan. Jika suatu bisnis tidak memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan, maka akan berdampak negatif pada bisnis itu sendiri, sehingga kelangsungan hidup bisnis tergantung pada dukungan para pemangku kepentingan. Semakin kuat pemangku kepentingan, semakin besar kemampuan beradaptasi perusahaan. Pengungkapan tanggung

jawab sosial perusahaan dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan para pemangku kepentingannya.

Menurut Sakti (2017), kegiatan di bidang tanggung jawab sosial perusahaan erat kaitannya dengan kemampuan perusahaan untuk bertahan, tidak hanya oleh pemegang saham, tetapi kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan juga dapat membawa manfaat yang bermanfaat bagi perusahaan, seperti menjaga dan meningkatkan reputasi dan citra perusahaan, meningkatkan akses untuk sumber daya dan pasar, dan yang paling penting, dapat meningkatkan hubungan pemangku kepentingan, meningkatkan moral dan produktivitas karyawan, serta peluang keuntungan dan penghargaan yang kemudian dapat meningkatkan laba perusahaan.

Perkembangan tanggung jawab sosial perusahaan juga dipengaruhi oleh meningkatnya kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh proses produksi perusahaan di Indonesia dan di seluruh dunia, mulai dari deforestasi, pencemaran udara dan air hingga dampak terhadap iklim. Sejalan dengan perubahan tersebut, Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perusahaan yang beroperasi di atau terkait dengan sumber daya alam untuk memenuhi kewajiban sosial dan lingkungan mereka. Selain itu, berdasarkan Undang-Undang Penanaman Modal No. 25 tahun 2007 pasal 15 dan 34 disebutkan bahwa perusahaan yang tidak melaksanakan CSR akan dikenakan sanksi administratif berupa peringatan tertulis, pembatalan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha, dan yang terakhir adalah pencabutan izin kegiatan.

Parengkuan (2017), mengungkapkan kegiatan CSR merupakan suatu investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan, dan bukan lagi dilihat sebagai sarana politik dan sebagai sarana biaya, melainkan sebagai sarana keuntungan perusahaan. Dengan adanya CSR perusahaan dalam menjalankan kegiatan dan pengambilan keputusan tidak hanya berdasarkan faktor keuangan saja melainkan juga harus berdasarkan dampak sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun masa yang akan datang. Pelaksanaan CSR diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan, karena para investor akan lebih condong tertarik berinvestasi kepada perusahaan yang melakukan kegiatan CSR. Oleh sebab itu, perusahaan yang memiliki kepedulian sosial dapat menggunakan informasi CSR sebagai salah satu keunggulan kompetitif perusahaan.

Menurut Simaremare & Gaol (2018), Kinerja perusahaan adalah metrik khusus untuk mengukur keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, serta tujuan mendasar yang harus dicapai oleh setiap perusahaan di bidang apa pun karena kinerja perusahaan yang baik adalah cerminan dari kemampuan perusahaan untuk mengelola dan menghasilkan sumber dayanya.

Diharapkan setiap donasi materi/sumber daya yang ditujukan untuk CSR dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Profitabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dari semua peluang dan sumber daya yang tersedia. Profitabilitas mengacu pada efektivitas setiap proses produksi perusahaan secara keseluruhan, yang dapat diukur dengan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan, baik dari penjualan maupun dari aset dan ekuitas (Sari et al., 2016).

Menurut Sakti (2017), diharapkan dengan menerapkan CSR dapat memberikan keuntungan dan manfaat bagi perusahaan, dimana salah satu keuntungan perusahaan apabila menerapkan CSR secara

berkesinambungan akan meningkatkan profitabilitas, sehingga kinerja perusahaan akan semakin baik dan semakin mendongkrak nama baik ataupun reputasi perusahaan. Penyajian informasi CSR dalam annual report perusahaan digunakan sebagai bahan acuan bagi para investor yang akan melakukan kegiatan investasi dan juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi perusahaan yang mempunyai keberhasilan dalam usahanya. Perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi akan cenderung mempunyai kualitas manajemen yang andal dan berkualitas dalam mengelola perusahaan, sehingga kinerja perusahaan akan semakin baik.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Prasetyo & Meiranto (2017). Perbedaan dari penilitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu variabel dependen, sampel dan sektor perusahaan. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel dependen yang digunakan, variabel dependen yang digunakan oleh mereka yaitu ROA, ROE, dan EPS, sedangkan penelitian ini mempunyai variabel dependen yaitu ROA, ROE dan NPM. Perbedaan yang kedua adalah periode penelitian yang digunakan adalah periode 2013-2015, sedangkan pada penelitian ini menggunakan periode 2015-2019. Dan perbedaan yang ketiga adalah Agung & Meiranto (2017) meneliti perusahaan manufaktur, sedangkan pada penelitian ini meneliti perusahaan Consumer Non-Cylical dan Basic Materials.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Stakeholder

Freeman (1984), memaparkan bahwa setiap perusahaan tidak dapat lepas dari peran pemangku kepentingan dalam kegiatan usahanya, sehingga perusahaan harus melaksanakan kegiatan CSR untuk memberikan manfaat bagi seluruh pemangku kepentingan. Jika suatu bisnis tidak memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan, maka akan berdampak negatif pada bisnis itu sendiri, sehingga kelangsungan hidup bisnis tergantung pada dukungan para pemangku kepentingan. Semakin kuat pemangku kepentingan, semakin besar kemampuan beradaptasi perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan para pemangku kepentingannya.

Pada prinsipnya pemangku kepentingan memiliki pilihan untuk mengendalikan atau mempengaruhi penggunaan sumber daya ekonomi perusahaan. Oleh karena itu, kekuatan pemangku kepentingan ditentukan oleh besarnya kekuatan yang dimiliki pemangku kepentingan atas sumber daya tersebut, dan kekuatan tersebut dapat berupa kemampuan untuk membatasi penggunaan sumber daya ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), Akses ke Media berpengaruh yang Kemampuan untuk mengatur atau mengendalikan perusahaan, mempengaruhi konsumsi barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan (Gunawan & Yuanita, 2018).

Jika CSR dilaksanakan dengan benar maka produktivitas perusahaan juga dapat meningkat, karena para stakeholder percaya bahwa setiap perusahaan yang melaksanakan CSR adalah perusahaan yang peduli terhadap masalah lingkungan dan sosial, sehingga para pemangku kepentingan akan berusaha untuk memberikan dukungan penuh untuk semua kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam melaksanakan CSR selama memenuhi persyaratan dan tidak melanggar hukum (Sakti, 2017).

Teori Sinyal

Signaling theory menjelaskan sejauh mana perusahaan mengakui keberadaan pihak eksternal dan segala kepentingannya dalam perusahaan. Setiap kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan akan berdampak

pada pemangku kepentingan seperti karyawan, pemasok, investor, pemerintah, konsumen dan masyarakat, dan kegiatan tersebut menimbulkan perhatian dan minat para pemangku kepentingan, khususnya investor dan calon investor sebagai pemilik (potensial) dan investor (calon) perusahaan modal. Oleh karena itu, perusahaan wajib memberikan laporan sebagai informasi kepada pihak-pihak yang berkepentingan (Spence, 1973).

Teori sinyal menunjukkan bahwa dengan adanya kegiatan CSR suatu perusahaan dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan melalui laporan-laporannya, dan dengan melaporkan kegiatan tersebut, manajemen dapat menunjukkan tanda-tanda keberhasilan atau kegagalan. Jika perusahaan tidak memberikan informasi ini, pemangku kepentingan hanya akan memperlakukan perusahaan sebagai perusahaan yang sama yang tidak mempublikasikan atau memberikan laporan tambahan. Sehingga hal ini menjadi dorongan atau motivasi bagi setiap perusahaan untuk mengungkapkan hal tersebut dalam laporan keuangannya sehingga perusahaan tersebut dinilai lebih baik dari pada perusahaan yang tidak mengungkapkannya. Oleh sebab itulah perusahaan akan lebih fokus dalam menyajikan informasi yang lebih lengkap untuk memperoleh nama baik dibandingkan perusahaan-perusahaan yang tidak mengungkapkan, yang pada akhirnya akan menarik investor untuk berinvestasi (Gunawan & Yuanita, 2018)

Tujuan dari laporan pengungkapan CSR adalah untuk memberikan informasi tambahan tentang kegiatan perusahaan, dan ini tentunya juga terkait dengan strategi pemasaran perusahaan yang bertujuan untuk menghadirkan perusahaan dan menciptakan citra positif perusahaan sebagai peduli lingkungan dalam opini publik. Keterbukaan informasi tentang implementasi CSR yang berkelanjutan akan menjadi sinyal positif bagi perusahaan, dan pasar akan menilai nilai saham perusahaan yang peduli terhadap kegiatan CSR. Semakin perusahaan peduli terhadap CSR maka akan semakin besar evaluasi pasar saham terhadap perusahaan tersebut, yang nantinya akan mempengaruhi return pada setiap sahamnya dan merupakan tanda bahwa perusahaan tidak hanya memberikan informasi berbasis regulasi, tetapi juga memberikan informasi lebih kepada stakeholders. Hal ini akan memotivasi perusahaan untuk mengungkapkan CSR dalam laporan keuangannya bahwa mereka lebih baik daripada perusahaan yang tidak mengungkapkannya. Jadi teori sinyal menekankan bahwa perusahaan akan berusaha untuk memberikan informasi yang lebih lengkap untuk mendapatkan reputasi yang lebih baik daripada perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR, yang pada gilirannya akan menarik investor untuk berinvestasi (Sari & Azizah, 2019).

Teori Legitimasi

Teori legitimasi menjelaskan bahwa kegiatan CSR sangat penting bagi suatu perusahaan, supaya dapat diterima oleh masyarakat dan dapat meminimalisir konflik dengan lingkungan masyarakat sehingga kegiatan perusahaan dapat berjalan dengan lancar. Kuncinya adalah perusahaan harus dapat memastikan bahwa setiap kegiatan perusahaan sesuai dengan persyaratan hukum yang ada dan berlaku untuk masyarakat, sehingga melegalkannya di masyarakat. Jika terdapat perbedaan atau ketidaksesuaian persepsi nilai, maka hal tersebutlah yang nantinya akan menimbulkan ancaman terhadap legitimasi perusahaan (Deegan, 2004).

Perbedaan atau ketidaksesuaian persepsi nilai antara masyarakat dan perusahaan dinamakan dengan istilah *legitimacy gap*, dimana hal tersebut dapat mempengaruhi kemampuan suatu perusahaan dalam melaksanakan kegiatan usahanya, sehingga perusahaan berusaha memonitor dan mengidentifikasi nilai-

nilai tersebut supaya tidak adanya kemungkinan terjadinya gap antara perusahaan dengan masyarakat. Walaupun begitu perlu diketahui eksistensi & besarnya legitimacy gap bukanlah hal yang mudah untuk dihilangkan, sebagai akibatnya pada upaya memperoleh legitimasi perusahaan wajib sanggup melaksanakan kegiatan sosial dan lingkungan yang mempunyai implikasi akuntansi dalam pengungkapan pada laporan tahunan perusahaan secara publikatif yang nantinya bisa dipakai buat meyakinkan semua stakeholder bahwa kegiatan perusahaan sinkron menggunakan kebiasaan yang berlaku dan mampu diterima menjadi bentuk eksistensi perusahaan itu sendiri (Lastanti & Salim, 2018).

Menurut Hasmi & Rukmana (2018), legitimasi dapat memberikan wawasan tentang mekanisme pengungkapan CSR perusahaan yang kuat untuk lingkungan dan media sosial karena wawasan ini nantinya dapat mengurangi legitimacy gap. Teori legitimasi dapat dijadikan sebagai bahan acuan dalam membuat strategi perusahaan yang baik, terutama dalam memposisikan diri ditengah stakeholder atau masyarakat, karena dengan adanya legitimasi perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Oleh karena itu, pengungkapan CSR yang tepat penting dilakukan agar masyarakat dapat menerima bisnis dan meningkatkan kinerja keuangan dan keuntungan perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR adalah kegiatan usaha yang menyeimbangkan atau mengintegrasikan aspek ekonomi, lingkungan dan sosial, dengan tidak mengabaikan harapan pemegang saham dalam hal profitabilitas, juga merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan, bertindak secara etis untuk mengurangi dan meningkatkan dampak positif dan dampak negatif, termasuk aspek sosial, ekonomi dan lingkungan, untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (Ahyani & Puspitasari, 2019). Oleh karena itu, CSR pada hakikatnya merupakan kewajiban suatu organisasi atau perusahaan untuk ikut serta dalam kegiatan yang bertujuan untuk melindungi dan meningkatkan kesejahteraan seluruh masyarakat, atau konsep perusahaan sebagai tanggung jawab perusahaan terhadap urusan sosial dan lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada (Gantino, 2016).

Pengungkapan CSR yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pengungkapan Global Reporting Initiative (GRI) Standard 2016. Dimana dalam pengungkapannya terdiri dari 3 kategori yaitu: kategori ekonomi 17 item pengungkapan, kategori lingkungan 32 item pengungkapan, dan kategori sosial 40 item pengungkapan. Studi pengungkapan CSR menggunakan teknik analisis isi. Content analysis adalah metode pengkodean teks menurut karakteristik yang sama untuk mengklasifikasikannya ke dalam kelompok (kategori) yang berbeda, tergantung pada kriteria tertentu. Apabila item informasi yang ditentukan diungkapkan pada laporan tahunan maka diberi skor 1 dan jika tidak ada diberi skor 0 (Gantino, 2016).

Kinerja Keuangan

Rasio profitabilitas adalah suatu alat ukur keuangan yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, yang dapat digunakan oleh analis dan investor dalam mengukur dan mengevaluasi kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan ataupun memperoleh suatu laba dari pendapatan yang berkaitan dengan penjualan, aset dan ekuitas (Aisyah et al., 2017).

1) Return on Assets (ROA)

Menurut Rhamadana dan Triyonowati (2016), ROA merupakan rasio yang mengukur laba atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROA juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola asetnya. Jika produktifitas aset semakin baik maka hasil

ROA akan semakin tinggi, dan itu menunjukkan bahwa perusahaan dalam mempergunakan asetnya sudah efektif, sehingga dapat memperoleh keuntungan bersih yang dapat meningkatkan daya tarik investor kepada perusahaan untuk berinvestasi, karena tingkat pengembalian atau deviden akan semakin besar. Semakin tingginya minat investor akan mempengaruhi harga saham yang semakin baik. Dengan semakin meningkatnya ROA, juga akan berdampak baik bagi perusahaan untuk melaksanakan kegiatan akuntansinya karena dapat mengukur efisiensi penggunaan modal secara keseluruhan dan dengan begitu perusahaan dapat mengetahui resiko dan posisi keuangannya. Rasio ini diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aset}}$$

2) Return on Equity (ROE)

ROE merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur laba setelah pajak atau laba bersih dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki oleh perusahaan. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Penghitungan ROE adalah dengan cara laba setelah pajak dibagi ekuitas. Jika hasil ROE semakin tinggi maka itu menunjukkan semakin baik perusahaan dalam mempergunakan modalnya, dan hal itu juga menunjukkan bahwa semakin baik pula posisi pemilik perusahaan (Suciwati et al., 2016). ROE dapat dirumuskan:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

3) Net Profit Margin (NPM)

NPM merupakan rasio profitabilitas yang digunakan untuk menghitung margin laba bersih atas penjualan (Kasmir (2017)). Hasil NPM yang lebih tinggi menunjukkan bahwa manajemen efektif baik dalam manajemen produksi maupun operasi dan penjualan. NPM adalah ukuran kemampuan perusahaan untuk mengubah setiap rupiah yang dihasilkan dari penjualan menjadi laba bersih. Perusahaan dengan rasio laba bersih yang relatif tinggi umumnya mampu bertahan dalam keadaan yang sulit. Perhitungan NPM dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Hasil penelitian sebelumnya dalam makalah ini menjadi dasar untuk gambaran umum ketika mempersiapkan kerangka berpikir eksplorasi di tabel 1.

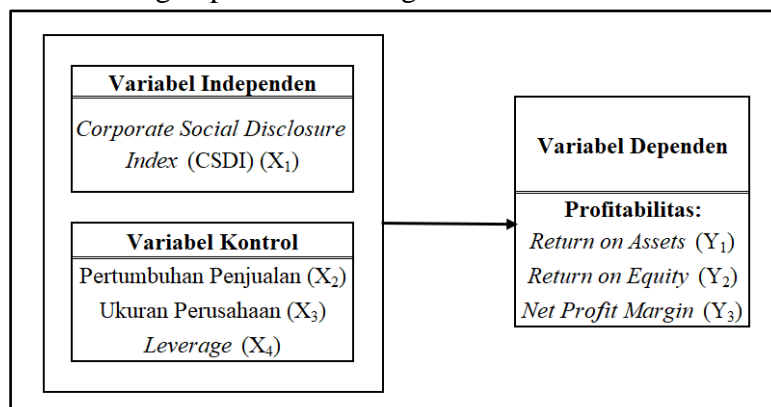
Tabel 1: Penelitian Sebelumnya

No	Nama & Tahun Penelitian	Variabel penelitian & teknik analisis data	Hasil Kesimpulan
1	Prasetyo & Meiranto (2017), Pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015.	Independen: CSR Dependen: ROE, ROA dan EPS Teknik analisis data: regresi linier berganda.	Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap ROA dan ROE. Namun tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap EPS
2	Gantino (2016), Pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2008-2014.	Independen: CSR Dependen: ROE, ROA dan PVB Teknik analisis data: regresi linier sederhana	Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap ROE, ROA dan PVB.

No	Nama & Tahun Penelitian	Variabel penelitian & teknik analisis data	Hasil Kesimpulan
3	Utami (2017), Pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan high profile terbuka di Indonesia	Independen: CSR Dependen: ROE, ROA dan NPM Kontrol: Firm Size dan DER Teknik analisis data: regresi linier berganda.	Pengungkapan CSR, Firm Size, dan DER berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA, ROE dan NPM.
4	Ahyani & Puspitasari (2019), Pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan pada perusahaan properti dan real estate yang terdaftar di BEI tahun 2013-2017	Independen: CSR Dependen: ROA, ROE dan NPM Teknik analisis data: regresi linier sederhana.	CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan ROA, ROE dan NPM.
5	Desak et al.(2016), Pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan.),	Independen: CSR Dependen: ROA, dan ROE Teknik analisis data: regresi linier sederhana.	Pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap ROA dan ROE
6	Sari & Azizah (2019), Pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan (Studi pada sektor Agrikultural yang terdaftar di BEI periode 2016-2018).	Independen: CSR Dependen: ROA, ROE dan NPM Teknik analisis data: statistik deskriptif dan pengujian hipotesis.	CSR berpengaruh signifikan terhadap ROA, ROE dan EPS.
7	Sakti (2017), Pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2012-2015	Independen: CSR Dependen: ROA, ROE, EPS, dan Profit Margin Teknik analisis data: regresi linier.	Pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA & ROE, namun berpengaruh signifikan terhadap EPS dan Profit Margin
8	Simaremare & Gaol (2018), Pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.	Independen: CSR Dependen: ROA, dan Net Profit Margin Teknik analisis data: regresi linier sederhana.	Pengungkapan CSR perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Net Profit Margin namun tidak signifikan terhadap ROA
9	Muawanah & Nayati (2019), Analisis Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan: Dampak Variabel Kontekstual	Independen: CSR Dependen: Nilai perusahaan Kontrol: Ukuran perusahaan, Market share, Leverage, dan Pertumbuhan perusahaan. Teknik analisis data: regresi linier sederhana dan berganda.	Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan bertanda negatif. Variabel kontrol MBVA sebagai proksi pertumbuhan dan market value berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Variabel kontrol Size dan DER proksi Leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Sumber: Dibuat oleh peneliti dari berbagai jurnal, 2021

Penelitian ini menjelaskan kerangka penelitian sebagai berikut:



Gambar 1: Kerangka Konseptual

Hipotesis

Perusahaan yang melaksanakan aktivitas CSR mempunyai keunggulan yang baik di mata para stakeholder dibanding dengan perusahaan yang tidak melaksanakan aktivitas CSR. Dengan melaksanakan CSR secara tidak langsung, perusahaan memperhatikan aspek, kepentingan dan kebutuhan aset yang paling berharga, yaitu karyawan, misalnya perusahaan yang melatih atau menarik tenaga ahli perusahaan, tujuannya untuk meningkatkan kinerja karyawan. Jika produktivitas karyawan meningkat, hal ini akan berdampak positif bagi perusahaan. Karyawan dapat menciptakan produk inovatif untuk mendorong penjualan dan karena itu keuntungan. Kegiatan CSR juga membawa manfaat lain yaitu kemudahan perizinan kegiatan perusahaan, berkat kegiatan operasional meningkat dan dapat meningkatkan penjualan, berkat keuntungan perusahaan juga meningkat (Prasetyo & Meiranto, 2017).

Meningkatnya ROA, ROE dan NPM berarti biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk program CSR digunakan secara efektif untuk memastikan tingkat profitabilitas yang tinggi. Keterbukaan informasi tentang program CSR perusahaan juga dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Program CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan yang dikelola dengan baik dapat membawa manfaat yang signifikan dalam bentuk reputasi perusahaan dan berkontribusi pada keberadaannya dalam jangka panjang. Teori di atas didukung oleh beberapa hasil analisis dari penelitian-penelitian terdahulu, dimana hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan menggunakan rasio profitabilitas ROA dan ROE menunjukkan hasil yang baik. Dalam penelitian Prasetyo & Meiranto (2017), Gantino (2016) dan Ahyani & Puspitasari (2019) menunjukkan pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan ROA dan ROE. Dan dalam penelitian Suciwati et al. (2016) dan Sari & Azizah (2019) menunjukkan hasil yang signifikan terhadap ROA dan ROE. Maka berdasarkan uraian di atas hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H₁: Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan.

- a) Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap ROA.
- b) Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap ROE.
- c) Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap NPM.

METODE

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 123 perusahaan *Consumer Non-Cylical*s dan *Basic Materials* yang terdaftar di BEI periode 2015-2019 (www.idx.com). Penelitian. Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah metode purposive sampling. Adapun kriteria yang digunakan dalam penentuan sampel penelitian dapat dilihat pada tabel 2:

Tabel 2: Penentuan Sampel Penelitian

No	Kriteria pemilihan sampel	Jumlah
1	Seluruh perusahaan <i>Consumer Non-Cylical</i> s dan <i>Basic Materials</i> yang listing di BEI selama tahun 2015-2019.	123
2	Perusahaan <i>Consumer Non-Cylical</i> s dan <i>Basic Materials</i> yang terdaftar di BEI selama tahun 2015-2019 tidak menerbitkan laporan keuangan selama tahun penelitian	(19)
3	Perusahaan <i>Consumer Non-Cylical</i> s dan <i>Basic Materials</i> yang terdaftar di BEI pada tahun penelitian yang tidak menerbitkan dan mengungkapkan informasi CSR dalam laporan tahunannya.	(15)
4	Perusahaan <i>Consumer Non-Cylical</i> s dan <i>Basic Materials</i> yang tidak memperoleh laba atau mengalami kerugian pada tahun penelitian.	(43)
5	Perusahaan <i>Consumer Non-Cylical</i> s dan <i>Basic Materials</i> yang tidak melaporkan laporan keuangan dalam bentuk Rp (rupiah) pada tahun penelitian	(7)
Jumlah Perusahaan yang dijadikan sampel penelitian		39

Berdasarkan kriteria diatas maka perusahaan yang menjadi sampel penelitian adalah 39 perusahaan. Jumlah pengamatan selama 5 tahun. Maka jumlah observasi adalah 195.

Untuk mendapatkan data yang sesuai dengan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka digunakan data sekunder dengan teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi ini dilakukan dengan mengumpulkan data yang diperoleh dari perusahaan sektor Consumer Non-Cyclicals dan Basic Materials yang sudah diolah sebelumnya berupa laporan tahunan dan laporan keuangan yang terdapat di BEI. Penelitian mengenai pengungkapan CSR dilakukan dengan menggunakan content analysis yaitu dengan cara, dimana setiap item pengungkapan CSR dalam instrumen penelitian diberi skor 1 jika diungkapkan, dan skor 0 jika tidak diungkapkan (Gantino, 2016).

Variabel dioperasionalkan menggunakan definisi berikut sebagaimana disebutkan dalam tabel 3.

Tabel 3: Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Pengukuran	Sumber
1	Variabel independen: Corporate Social Responsibility (CSR)	Corporate Social Disclosure Index (CSDI)	$CSDI_j = \frac{\sum x_{ij}}{N_{ij}}$	Riana (2017)
2	Variabel dependen: Kinerja keuangan yang diukur dengan Rasio Profitabilitas	ROA ROE NPM	ROA = $\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total aktiva}} \times 100\%$ ROE = $\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$ NPM = $\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$	Rhamadana et al. (2016) Suciwati et al. (2016) Kasmir. (2016)
3	Variabel kontrol: Ukuran perusahaan, Pertumbuhan penjualan dan Leverage	Sales Growth SIZE Leverage	$g = \frac{SI-SO}{SO} \times 100\%$ Size = $\ln \text{Total Asset}$ LEV = $\frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$	Muawanah & Hayati, (2019)

Data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain adalah analisis deskriptif, uji model estimasi, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis (Uji F, Uji t dan uji R^2) dengan menggunakan program E-Views. Adapun model persamaan regresinya:

$$ROA = \beta_0 + \beta_1 \text{CSDI} + \beta_2 \text{GROWTH} + \beta_3 \text{SIZE} + \beta_4 \text{LEV} + \varepsilon \text{ (Model 1)}$$

$$ROE = \beta_0 + \beta_1 \text{CSDI} + \beta_2 \text{GROWTH} + \beta_3 \text{SIZE} + \beta_4 \text{LEV} + \varepsilon \text{ (Model 2)}$$

$$NPM = \beta_0 + \beta_1 \text{CSDI} + \beta_2 \text{GROWTH} + \beta_3 \text{SIZE} + \beta_4 \text{LEV} + \varepsilon \text{ (Model 3)}$$

Keterangan:

CSDI = Corporate Social Disclosure Index

ROA = Return on Asset

ROE = Return on Equity

NPM = Net Profit Margin

Sales Growth = Sales Growth

SIZE = Company Size

LEV = Leverage

$\beta_0 - \beta_4$ = Estimated coefficient

ε = Error Term

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Tabel 4 diketahui nilai probabilitas *Cross-section Chi-square* pada variabel dependen ROA, ROE dan NPM adalah 0.0000. Nilai probabilitas lebih kecil dari 5% ($0.000 < 0.05$). Model estimasi yang terpilih adalah *fixed effect model*.

Tabel 4: Nilai Probabilitas

Variabel Dependen	Nilai Probabilitas Cross-section Chi-square dari Uji Chow	Nilai Probabilitas Cross-section Random dari Uji Hausman
ROA	0,0000	0,0017
ROE	0,0000	0,0230
NPM	0,0000	0.0049

Sumber: Olah Data EViews 9, 2021

Berdasarkan tabel 4 diketahui nilai probabilitas *Cross-section random* pada variabel dependen ROA, ROE dan NPM lebih kecil dari 5% (0,05), maka model estimasi yang terpilih adalah *fixed effect model*. Dari hasil analisis ke dua model di atas maka dapat disimpulkan bahwa model terbaik *fixed effect model*.

Uji normalitas terhadap residual dihitung dengan menggunakan *fixed effect model* yang telah terpilih. Kriteria pengambilan keputusan adalah apabila nilai probabilitas > 0.05, maka residual memiliki distribusi normal dan apabila nilai probabilitas < 0.05, maka residual tidak memiliki distribusi normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5: Hasil Uji Normalitas

Variabel	Model Estimasi	Model Data Panel	Probabilitas	Hasil
CSR -> ROA	FEM	Hausman	0,095803	Normal
CSR -> ROE	FEM	Hausman	0,124457	Normal
CSR -> NPM	FEM	Hausman	0,214532	Normal

Sumber: Olah Data EViews 9, 2021

Gejala multikolinearitas dapat dilihat jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi, yakni di atas 0,8, maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas (Ghozali, 2016).

Tabel 6: Hasil Uji Multikolinearitas

VARIABEL	CSR	GROWTH	SIZE	LEV	HASIL
CSR	1,000,000	0,050543	0,452621	-0,077355	Tidak terdapat multikolinearitas
GROWTH	0,050543	1,000,000	-0,037159	0,087729	Tidak terdapat multikolinearitas
SIZE	0,452621	-0,037159	1000,000	0,050711	Tidak terdapat multikolinearitas
LEV	-0,077355	0,087729	0,050711	1,000,000	Tidak terdapat multikolinearitas

Sumber: Olah Data EViews 9, 2021

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji *Wald Test*. Dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika Prob. Chi-square > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika Prob. Chi-square < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 7: Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Model Estimasi	Model Data Panel	Probabilitas Chi-square	Keterangan
CSR -> ROA	FEM	Hausman	0,8101	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
CSR -> ROE	FEM	Hausman	0,7171	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
CSR -> NPM	FEM	Hausman	0,9669	Tidak Terjadi Heterokedastisitas

Sumber: Olah Data EViews 9, 2021

Pengujian Durbin-Watson dilakukan dengan melihat hasil *Durbin-Watson* dari hasil estimasi model yang terpilih yaitu *fixed effect model*. Kriteria pengujian autokorelasi:

- a) Deteksi Autokorelasi Positif:
 - a. Jika $d < dL$ maka terdapat autokorelasi positif,
 - b. Jika $d > dU$ maka tidak terdapat autokorelasi positif,
 - c. Jika $dL < d < dU$ maka pengujian tidak meyakinkan atau tidak dapat disimpulkan.

- b) Deteksi Autokorelasi Negatif:
 - a. Jika $(4 - d) < dL$ maka terdapat autokorelasi negatif,
 - b. Jika $(4 - d) > dU$ maka tidak terdapat autokorelasi negatif,
 - c. Jika $dL < (4 - d) < dU$ maka pengujian tidak meyakinkan atau tidak dapat disimpulkan.

Tabel 8: Hasil Uji Autokorelasi

Variabel	Model Estimasi	Model Data Panel	Durbin-Watson	Keterangan
CSR -> ROA	FEM	Hausman	2,203215	Tidak Terjadi Autokorelasi
CSR -> ROE	FEM	Hausman	1,907326	Tidak Terjadi Autokorelasi
CSR -> NPM	FEM	Hausman	2,195211	Tidak Terjadi Autokorelasi

Sumber: Olah Data EViews 9, 2021

Pada pengujian hipotesis, akan dilakukan pengujian analisis koefisien determinasi, pengaruh simultan (uji F), pengujian pengaruh parsial (uji T) serta pengujian persamaan regresi linier berganda. Nilai-nilai statistik dari koefisien determinasi, uji F, dan uji T serta persamaan regresi linier berganda yang dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9: Nilai statistik dari Koefisien Determinasi Uji F, Uji t dan Persamaan Regresi Linier Berganda

Variabel	Model Estimasi	Koefisien Determinasi	Uji F	Uji t			Coefficient
				Variabel	Prob.	Nilai Prob/2	
CSR -> ROA	FEM	0,917540	0,000000	C	0,0001	0,00005	1,255,426
				CSR	0,0000	0,0000	0,394905
				SG	0,1328	0,0664	0,023206
				SIZE	0,0001	0,00005	-0,044108
				LEV	0,6366	0,3183	-0,004315
CSR -> ROE	FEM	0,960149	0,000000	C	0,0001	0,00005	2,275,216
				CSR	0,0000	0,0000	0,766858
				SG	0,0556	0,0278	0,054340
				SIZE	0,0001	0,00005	-0,082045
				LEV	0,0084	0,0042	0,044670
CSR -> NPM	FEM	0,847783	0,000000	C	0,0038	0,0019	1,067,331
				CSR	0,0000	0,0000	0,399258
				SG	0,2891	0,14455	0,018782
				SIZE	0,0037	0,00185	-0,037696
				LEV	0,4527	0,22635	-0,007889

Sumber: Olah Data EViews 9, 2021

1) Uji Hipotesis pada Regresi Pertama (Variabel Dependen ROA)

a) Uji F (Simultan)

Nilai probabilitas (F-statistic) sebesar $0,0000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan CSR, SG, SIZE, dan LEVERAGE berpengaruh signifikan terhadap ROA.

b) Uji t (Parsial)

- i. Nilai probabilitas variabel CSR adalah 0,0000, dan hasil tersebut diperoleh dari nilai probabilitas $0,0000/2 = 0,0000$ yaitu $< 0,01$, CSR berpengaruh positif terhadap ROA dengan tingkat signifikansi 1%.
- ii. Nilai probabilitas variabel kontrol pertumbuhan penjualan adalah 0,0664, hasil tersebut diperoleh dari nilai probabilitas $0,1328/2 = 0,0664$, yakni $< 0,10$. Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap ROA dengan tingkat signifikansi 10%.
- iii. Nilai probabilitas variabel kontrol *SIZE* adalah 0,00005 ($0,0001/2 = 0,00005$), yakni $< 0,01$. *SIZE* berpengaruh negatif terhadap ROA dengan tingkat signifikansi 1%.
- iv. Nilai probabilitas variabel kontrol *LEVERAGE* adalah 0,3183 ($0,6366/2 = 0,3183$), yakni $> 0,010$. *LEVERAGE* tidak berpengaruh terhadap ROA.

c) Koefisien Determinasi

Nilai Adjusted R-Squared yang mengandung arti bahwa nilai CSR, SG, SIZE, dan LEVERAGE mampu menjelaskan/mempengaruhi ROA secara simultan sebesar 91%, sedangkan sisanya 9% dijelaskan oleh variabel lain.

2) Uji Hipotesis pada Regresi Kedua (Variabel Dependen ROE)

a) Uji F (Simultan)

Nilai probabilitas (F-Statistic) sebesar $0,000000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan CSR, SG, SIZE, dan LEVERAGE berpengaruh signifikan terhadap variabel ROA.

b) Uji t (Parsial)

- i. Nilai probabilitas dari CSR adalah 0,0000, yang di peroleh dari nilai probabilitas $0,0000/2 = 0,00000$ yaitu $< 0,01$. CSR berpengaruh positif terhadap ROE, dengan tingkat signifikansi 1%.
- ii. Nilai probabilitas variabel kontrol pertumbuhan penjualan adalah 0,0278, yang diperoleh dari nilai probabilitas $0,0556/2 = 0,0278$ yaitu $< 0,05$. Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap ROE dengan tingkat signifikansi 5%.
- iii. Nilai probabilitas variabel kontrol *SIZE* adalah 0,00005, hasil tersebut di peroleh dari nilai probabilitas $0,0001/2 = 0,00005$ yaitu $< 0,01$. *SIZE* berpengaruh negatif terhadap ROE dengan tingkat signifikansi 1%.
- iv. Nilai probabilitas variabel kontrol *LEVERAGE* adalah 0,0042, hasil tersebut diperoleh dari nilai probabilitas $0,0084/2 = 0,0042$ yaitu $< 0,01$. Variabel *LEVERAGE* berpengaruh positif terhadap ROE dengan tingkat signifikansi 1%.

c) Koefisien Determinasi

Nilai Adjusted R-Squared sebesar 96% berarti bahwa nilai CSR, SG, SIZE, dan LEVERAGE mampu menjelaskan/mempengaruhi ROE secara simultan sebesar 96%, sedangkan sisanya 4% dijelaskan oleh variabel lain.

3) Uji Hipotesis pada Regresi Ketiga (Variabel Dependen NPM)

a) Uji F (Simultan)

Nilai probabilitas (F-statistic) sebesar $0,000000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan CSR, SG, SIZE, dan LEVERAGE berpengaruh signifikan terhadap NPM.

b) Uji t (Parsial)

- i. Nilai probabilitas variabel CSR adalah 0,0000, hasil tersebut diperoleh dari nilai probabilitas $0,0000/2=0,0000$, yakni $< 0,01$. CSR berpengaruh positif terhadap NPM, pada tingkat signifikansi 1%.
- ii. Nilai probabilitas dari variabel kontrol pertumbuhan penjualan adalah 0,14455, hasil tersebut diperoleh dari nilai probabilitas $0,2891/2=0,14455$, yakni $> 0,010$. Variabel pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap variabel NPM.
- iii. Nilai probabilitas variabel kontrol SIZE adalah 0,00185, hasil tersebut diperoleh dari nilai probabilitas $0,0037/2=0,00185$, yakni $< 0,01$. SIZE berpengaruh negatif terhadap NPM, dengan tingkat signifikansi 1%.
- iv. Nilai probabilitas dari variabel kontrol LEVERAGE adalah 0,22635, hasil tersebut diperoleh dari nilai probabilitas $0,4527/2=0,22635$, yakni $> 0,010$. LEVERAGE tidak berpengaruh terhadap NPM.

c) Koefisien Determinasi

Nilai Adjusted R-squared mengandung arti bahwa nilai CSR, SG, SIZE, dan LEVERAGE mampu menjelaskan/mempengaruhi NPM secara simultan sebesar 84%, sedangkan sisanya 16% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Pengaruh CSR terhadap ROA

CSR berpengaruh positif terhadap ROA. Penelitian ini memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo dan Meiranto (2017), Gantino (2016), Utami (2017), Ahyani dan Puspitasari (2019), Suciwati et al. (2016), serta Sari dan Azizah (2019), yang menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap ROA. Hal ini memiliki arti bahwa dengan semakin gencarnya perusahaan dalam mengungkapkan CSR-nya akan mengalokasikan/mengeluarkan beberapa pengorbanan berupa biaya/uang. Pengorbanan ini akan meningkatkan beban kerja dan karenanya keuntungan akan berkurang. Namun, dengan mengungkapkan CSR, perusahaan akan mendapatkan citra yang baik di masyarakat, berkat hal tersebut maka masyarakat akan loyal terhadap produk yang dihasilkannya. Dengan adanya loyalitas masyarakat terhadap produk suatu perusahaan maka penjualan juga meningkat. Ini juga berarti bahwa keuntungan bisnis akan meningkat. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dengan semakin terbukanya informasi CSR, maka efisiensi perusahaan yang diukur dengan tingkat pengembalian modal yang diterima perusahaan juga meningkat.

Pengaruh CSR terhadap ROE

CSR berpengaruh positif terhadap ROE. Penelitian ini memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo & Meiranto (2017), Gantino (2016), Utami (2017), Ahyani & Puspitasari (2019), Suciwati et al. (2016), serta Sari & Azizah (2019), yang menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan dan positif terhadap ROE. Hal ini mempunyai arti dengan semakin banyaknya pengungkapan CSR yang dimiliki perusahaan, maka semakin banyak pengembalian investasi yang akan dihasilkan bagi calon investor, dan semakin banyak pula modal yang harus dikelola dengan baik dan memaksimalkan

keuntungan. Hal ini sejalan dengan *signal theory*. Dimana jika semakin banyak investor yang berinvestasi, maka akan berdampak positif pula terhadap kenaikan harga saham.

Pengaruh CSR terhadap NPM

CSR berpengaruh terhadap NPM. Penelitian ini memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Utami (2017), Ahyani & Puspitasari (2019), Sakti (2017), serta Simaremare & Gaol (2018) yang menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap NPM. Pengungkapan tanggung jawab sosial yang tepat telah menunjukkan bahwa hal itu dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan profitabilitas untuk meningkatkan penjualan. Semakin baik pengungkapan CSR perusahaan, terutama yang berkaitan dengan pengungkapan produk dan konsumen, semakin tinggi margin keuntungan.

KESIMPULAN

CSR, Sales Growth, SIZE, dan LEVERAGE secara simultan berpengaruh signifikan terhadap ROA pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* dan *Basic Materials* yang terdaftar di BEI tahun 2015-2019. Sedangkan secara parsial, CSR berpengaruh positif terhadap ROA, variabel kontrol Sales Growth berpengaruh positif terhadap ROA, variabel kontrol SIZE berpengaruh negatif terhadap ROA, dan variabel kontrol LEVERAGE tidak berpengaruh negatif terhadap ROA.

CSR, Sales Growth, SIZE, dan LEVERAGE secara simultan berpengaruh signifikan terhadap ROE pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* dan *Basic Materials* yang terdaftar di BEI tahun 2015-2019. Sedangkan secara parsial CSR berpengaruh yang positif terhadap ROE, variabel kontrol Sales Growth berpengaruh positif terhadap ROE, variabel kontrol SIZE berpengaruh negatif terhadap ROE, dan variabel kontrol LEVERAGE berpengaruh yang positif terhadap ROE.

CSR, Sales Growth, SIZE, dan LEVERAGE secara simultan berpengaruh signifikan terhadap NPM pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* dan *Basic Materials* yang terdaftar di BEI tahun 2015-2019. Sedangkan secara parsial bahwa CSR berpengaruh positif terhadap NPM, variabel kontrol Sales Growth tidak berpengaruh terhadap NPM, variabel kontrol SIZE berpengaruh negatif terhadap NPM, dan variabel kontrol LEVERAGE tidak berpengaruh negatif terhadap NPM.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyani, R., & Puspitasari, W. (2019). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Properti dan Real estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 6(2), 245–262.
- Aisyah, N. N., Kristanti, F. T., & Zultilisna, D. (2017). Pengaruh Rasio Likuiditas, Rasio Aktivitas, Rasio Profitabilitas, dan Rasio Leverage Terhadap Financial Distress. *E-Proceeding of Management*, 4(1), 411–419.
- Atmadja, G. B. D., Irmadariyani, R., & Wulandari, N. (2019). Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks SRI-KEHATI Bursa Efek Indonesia). *E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 6(1), 127–134.
- Deegan, Craig (2004). *Financial Accounting Theory*. New South Wales: McGraw-Hill Australia.
- Freeman, R.E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman, Boston
- Gantino, R. (2016). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2014. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 3(2), 19–32.

- Gunawan, B., & Yuanita, R. (2018). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan yang Dimoderasi oleh Struktur Kepemilikan. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 3(1), 58–70.
- Hasmi, N., & Rukmana, R. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan BUMN yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Economix*, 6(2), 25–31.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan* (Cetakan 9). PT. Rajagrafindo Persada
- Lastanti, H. S., & Salim, N. (2018). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 5(1), 27–40.
- Muawanah, U., & Hayati, N. (2019). Analisis Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan: Dampak Variabel Kontekstual. *Akuntabilitas*, 12(1), 93–104.
- Octaceria, S., & Rahardja, L. (2020). Carbon Emission Reduction's Impact on a Company's Performance. *Proceedings of the International Conference on Management, Accounting, and Economy (ICMAE 2020)*. Series: Advances in Economics, Business and Management Research. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200915.059>.
- Parengkuan, W. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Melalui Pojok Bursa FEB Unsrat. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 564–571.
- Prasetyo, A., & Meiranto, W. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2013 - 2015. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(3), 260–371.
- Rahardja, L., Gunawan, I., Augustine, Y., & Wardhani, R. (2021). The Influence of Environmental Performance towards Creating Shared Value. *Technium Social Sciences Journal*, 18(1), 230–240.
- Rhamadana, R. B., & Triyonowati. (2016). Analisis Rasio Keuangan untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada PT . H . M Sampoerna Tbk. *Jurnal Imu Dan Riset Manajemen*, 5(7), 1–18.
- Riana, D. S. Y. (2017). Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal PETA*, 2(1), 19–31.
- Sakti, Y. S. (2017). Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di BEI Periode 2012-2015. *Jurnal Akuntansi Dan Teknologi Informasi (JATI)*, 11, 1–15.
- Sari, K. C., & Azizah, D. F. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Pada Sektor Agrikultur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 73(1), 178–186.
- Sari, Nuzula, S. R., & Firdausi, H. N. (2016). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan (Studi Komparatif pada Perusahaan Multinasional yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan Bursa Malaysia Tahun 2012-2015). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 39(2), 74–83.
- Simaremare, H. R., & Gaol, R. L. (2018). Pengaruh Corporate Sosial Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi*, 4(2), 157–174.
- Spence, M. (1973) Job Market Signaling. *Quarterly Journal of Economics*, 87, 355- 374. <https://doi.org/10.2307/1882010>
- Suciwati, D. P., Pradnyan, D. P. A., & Ardina, C. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan (Pada Perusahaan Sektor Pertambangan di BEI Tahun 2010-2013). *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12(2), 104–113.