

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY  
TERHADAP KINERJA KEUANGAN  
(PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI)**

**Siti Anisah Shafiyah Inas**

*sitianisah.1253@gmail.com*

**Titik Mildawati**

**Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya**

**ABSTRACT**

*This research aimed to examine the effect of corporate social responsibility on financial performance. While Corporate Social Responsibility (CSR) was measured by corporate social responsibility disclosure, financial performance was measured by Return On Asset (ROA), Return On Equity (ROE), and Net Profit Margin (NPM). The data collection technique used purposive sampling. Moreover, the data were secondary during 4 years observation. Furthermore, there were 45 samples from 14 Food and Beverages manufacturing companies which were listed on Indonesia Stock Exchange 2017-2020. Additionally, the data analysis technique used simple linear regression with SPSS 26. The research result concluded that as follows: (a) CSR did not affect ROA, as CSR was still considered low so that it did not affect ROA, (b) CSR did not affect ROE since CSR was low enough so that it could not increase companies ROE but could increase firm reputation, (c) CSR did not affect NPM as the lower the CSR was, the increase of NPM would be insignificant.*

*Keywords: corporate social responsibility, financial performance, return on asset, return on equity, net profit margin*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan. *Corporate social responsibility* diukur dengan *corporate social responsibility disclosure*, sedangkan kinerja keuangan diukur dengan *return on asset*, *return on equity*, dan *net profit margin*. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah metode *purposive sampling* dari sumber data sekunder selama 4 tahun pengamatan, sehingga sampel yang dipakai dalam penelitian ini sebanyak 45 sampel dari 14 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2017-2020. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan program SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (a) *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap *return on assets*, karena nilai *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan masih cenderung rendah sehingga tidak mempengaruhi *return on assets*. (b) *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap *return on equity*, karena nilai *corporate social responsibility* cukup rendah maka tidak dapat meningkatkan *return on equity* perusahaan, tetapi dapat berperan dalam memperbaiki dan meningkatkan reputasi perusahaan. (c) *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap *net profit margin*, karena semakin rendah nilai *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan, maka pada peningkatan *net profit margin* tidak signifikan.

*Kata Kunci: corporate social responsibility, kinerja keuangan, return on asset, return on equity, net profit margin*

**PENDAHULUAN**

Menghadapi persaingan yang semakin ketat di era pasar bebas, bisnis membutuhkan kepemimpinan yang kuat dan profesional untuk bertahan dan berkembang. Hal ini mendorong perusahaan untuk mengembangkan strategi yang tepat untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja keuangannya. Sebuah bisnis tidak dapat dipisahkan dari masyarakat sebagai lingkungan eksternal dengan mempertahankan keberadaannya. Salah satu strategi yang mungkin dilakukan adalah penerapan *corporate social responsibility*. Sebagai

bagian dari pembentukan hubungan antara dunia bisnis dan masyarakat, isu tanggung jawab sosial perusahaan sedang mengalami perumusan konseptual yang terus berkembang dalam menghadapi perubahan yang terjadi di dunia bisnis itu sendiri.

Perusahaan manufaktur merupakan industri yang mengandalkan modal investor dalam kegiatannya, sehingga perusahaan manufaktur harus dapat menjaga kesehatan keuangannya. Manajemen perusahaan bertanggung jawab untuk mengelola dana investor, memberi mereka keuntungan, dan mencari sumber pendanaan dari investor lain untuk mengembangkan bisnis mereka. Hal ini mengakibatkan perusahaan dituntut untuk memberikan informasi yang lengkap, akurat dan tepat waktu untuk mendukung investor dalam mengambil keputusan yang rasional dan memperoleh hasil yang sesuai dengan harapan. Informasi yang dapat diungkapkan perusahaan adalah kinerja keuangan perusahaan dan *corporate social responsibility*.

Perusahaan makanan dan minuman adalah perusahaan industri pengolahan yang mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Pemilihan sektor industri makanan dan minuman didasarkan pada pertimbangan. Dibandingkan dengan industri lainnya, perusahaan makanan dan minuman tetap dibutuhkan karena produk tersebut merupakan produk utama kebutuhan dasar masyarakat. Bahkan dalam kondisi ekonomi yang kurang stabil atau bahkan buruk, masyarakat tetap membutuhkan produk makanan dan minuman.

Kinerja keuangan merupakan gambaran status perusahaan yang dapat dianalisis dengan alat analisis keuangan yang dapat digunakan untuk mengetahui status keuangan perusahaan dalam jangka waktu tertentu (Mustafa dan Handayani, 2014). Pengukuran kinerja keuangan yang dituangkan dalam laporan keuangan suatu perusahaan merupakan salah satu faktor yang menjadi daya tarik perusahaan bagi investor, sebab pengukuran tersebut digunakan sebagai dasar pada pengungkapan untuk seberapa besar peran manajemen suatu perusahaan pada pengelola aset dan modal yang dimiliki dalam memaksimalkan nilai suatu perusahaan (Sholihah dan Fadiana, 2021). Dalam penelitian ini kinerja keuangan diukur dengan beberapa indikator yaitu *Return On Asset (ROA)*, *Return On Equity (ROE)* dan *Net Profit Margin (NPM)*.

*Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, dengan fokus pada keseimbangan tanggung jawab sosial perusahaan dengan kepedulian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Untung, 2009). Kini, dunia usaha tidak lagi hanya mementingkan kepentingan perusahaan (*single botton line*), tetapi mencakup sinergi tiga elemen (*triple botton line*) yang menjadi jantung dari konsep pembangunan berkelanjutan dan harus memperhatikan Triple P yaitu *profit*, *planet*, dan *people*. Hal ini digunakan agar perusahaan peduli terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar. Perihal tersebut mencakup semua bidang kehidupan manusia, antara lain di bidang Ideologi, Politik, Ekonomi, Sosial, Budaya, Lingkungan, dan Hukum.

Keberadaan *corporate social responsibility* memegang peran penting dalam suatu perusahaan itu sendiri. Program *corporate social responsibility* dapat dikatakan sebuah investasi bagi perusahaan. Program *corporate social responsibility* tidak terlihat dalam jangka pendek, namun dampaknya secara langsung maupun tidak langsung akan menguntungkan perusahaan di masa mendatang, karena *corporate social responsibility* merupakan bagian dari strategi bisnis dan tergolong investasi jangka panjang. Tujuan dari program *corporate social responsibility* adalah untuk merespon kondisi lingkungan di sekitar perusahaan dan terus melakukan kegiatan bersama masyarakat untuk mencapai masyarakat yang dinamis dan sejahtera.

Pada penelitian Fadhiyah dan Priyadi (2015) tentang "pengaruh penerapan *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2009 – 2013" menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* hanya berpengaruh signifikan terhadap ROA, *corporate*

*social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE dan EPS. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Sapari (2019) menghasilkan suatu kesimpulan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan, namun pada penelitian ini kinerja keuangan hanya menggunakan indikator ROE.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini yaitu: (1) Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *Return on Asset*?, (2) Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *Return on Equity*?, (3) Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *Net Profit Margin*? Sedangkan tujuan dari penelitian ini yaitu: (1) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return on Asset*, (2) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return on Equity*, (3) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Net Profit Margin*.

## TINJAUAN TEORITIS

### Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

*Stakeholder theory* adalah perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, tetapi memberikan manfaat bagi para *stakeholders*-nya (Chariri dan Ghozali, 2007). Teori *stakeholder* adalah teori yang menyatakan bahwa seluruh *stakeholder* memiliki hak atas informasi tentang kegiatan perusahaan yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan. Pada proses implementasinya, *stakeholder* tidak hanya investor dan kreditur, tetapi juga pemasok dan pelanggan, termasuk lingkungan hidup sebagai bagian dari kehidupan sosial. Berdasarkan asumsi *stakeholder theory*, perusahaan tidak bisa lepas dari lingkungan sosial. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* dan menempatkan mereka dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan sehingga dapat mendukung terwujudnya tujuan perusahaan yaitu stabilitas bisnis dan jaminan operasi berkelanjutan (Hadi, 2011:95).

### Teori Legitimasi

*Legitimacy theory* menegaskan bahwa organisasi terus-menerus berusaha untuk beroperasi sesuai dengan batasan dan norma sosial (Deegan *et al.*, 2002). Chariri dan Ghozali (2007) menyatakan bahwa landasan teori legitimasi adalah kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat di masa perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber daya ekonomi. Mekanisme *corporate social responsibility* adalah praktik tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat. Hal ini sejalan dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa bisnis harus beroperasi sesuai dengan batas-batas dan norma-norma masyarakat. Ketika sebuah perusahaan sepenuhnya melaksanakan dan mengungkapkan program *corporate social responsibility*, kegiatannya dapat diakui oleh masyarakat.

### *Corporate Social Responsibility*

*Corporate Social Responsibility* adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan sesuai dengan kemampuan perusahaan, sebagai bentuk tanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan dimana perusahaan tersebut berada (Wismandana dan Mildawati, 2015). Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial merupakan komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Sementara itu, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 mendefinisikan *corporate social responsibility* sebagai tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

Konsep *triple bottom line* yang dipopulerkan oleh John Elkington pada tahun 1997 melalui buku *Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business* dalam Sulistiawati dan Mildawati (2017) memberikan pandangan bahwa perusahaan yang menginginkan pembangunan berkelanjutan harus memperhatikan 3P (*profit, people, and planet*). Konsep ini memberikan pemahaman bahwa suatu perusahaan dianggap sebagai perusahaan yang baik apabila tidak hanya mencari keuntungan (*profit*), tetapi juga memperhatikan kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*). Hubungan ideal antara keuntungan (*profit*), masyarakat (*people*), dan lingkungan (*planet*) adalah seimbang dan tidak dapat dikaitkan dengan satu faktor saja. Penting untuk meningkatkan keuntungan dan mempercepat pertumbuhan ekonomi, tetapi juga penting untuk memperhatikan perlindungan lingkungan.

### **Kinerja Keuangan**

Kinerja keuangan adalah hasil kerja yang telah dicapai perusahaan dalam jangka waktu tertentu, dan tercantum dalam laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan (Dhuhriansyah dan Asyik, 2011). Kinerja keuangan perusahaan akan digunakan oleh investor, kreditor dan pihak lainnya sebagai dasar untuk mengevaluasi kesehatan perusahaan secara keseluruhan. Pada dasarnya investor ingin berinvestasi pada suatu perusahaan karena mengharapkan keuntungan, dan tentunya dalam hal ini investor akan sangat berhati-hati dalam mengambil keputusan investasi. Salah satu cara untuk melakukannya adalah dengan menggunakan rasio keuangan untuk menganalisis kinerja keuangan perusahaan.

### **Return On Assets (ROA)**

*Return on asset* menunjukkan kemampuan manajemen perusahaan untuk menghasilkan pendapatan dari mengelola aset yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan (Wismandana dan Mildawati, 2015). *Return on assets* dipengaruhi oleh margin laba bersih dan perputaran total aktiva, karena jika tingkat *return on assets* rendah itu disebabkan oleh rendahnya margin laba bersih yang diakibatkan oleh rendahnya perputaran total aktiva (Kasmir, 2018). Rasio ini paling sering digunakan karena dapat menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menciptakan laba.

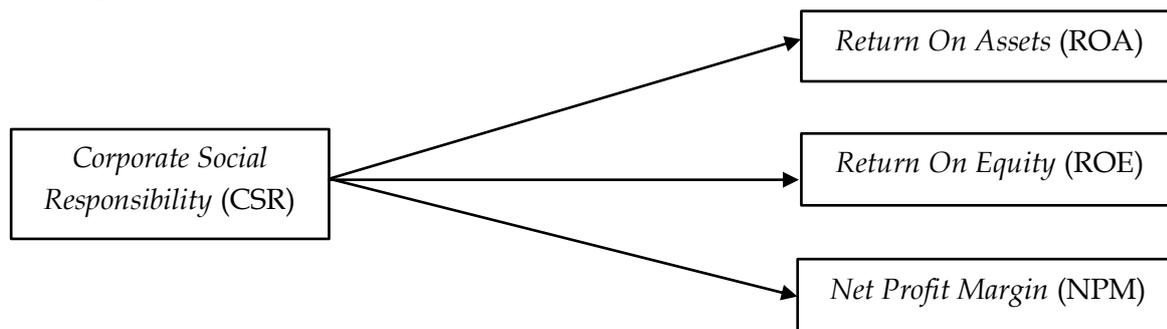
### **Return On Equity (ROE)**

*Return on equity* menunjukkan kemampuan manajemen perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia untuk memperoleh laba bersih yang tersedia bagi pemegang saham (Wismandana dan Mildawati, 2015). Rasio ini menunjukkan bahwa persentase tingkat *return on equity* yang dapat dihasilkan sangat penting bagi pemegang saham dan calon investor, karena *return on equity* yang tinggi dan peningkatan pengembalian ekuitas akan menyebabkan peningkatan saham. *Return on equity* bertujuan untuk mengetahui dan mengukur pengembalian modal sendiri dari saham perusahaan dari pendapatan besar atau keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan.

### **Net Profit Margin (NPM)**

*Net profit margin* adalah rasio profitabilitas yang digunakan untuk menghitung sejauh mana perusahaan menghasilkan keuntungan setelah dikurangi pajak dan bunga dari penjualan (Wismandana dan Mildawati, 2015). *net profit margin* diperoleh dengan membandingkan laba operasi dan penjualan (Kasmir, 2018). Semakin besar rasionya semakin baik, karena kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan melalui penjualan cukup tinggi, dan kemampuan perusahaan dalam menekan biaya cukup baik (Hery, 2015). *Net profit margin* digunakan untuk menentukan keuntungan yang diterima perusahaan dari setiap penjualan atau pendapatan perusahaan.

## Rerangka Pemikiran



Gambar 1  
Kerangka Pemikiran

## Pengembangan Hipotesis

### Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return On Assets*

Penerapan *corporate social responsibility* diyakini akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Hubungan *corporate social responsibility* dengan *return on assets* dijelaskan dalam teori *stakeholder*. Kualitas *corporate social responsibility* memungkinkan perusahaan menjalin hubungan yang efektif dengan stakeholder, meningkatkan daya saing perusahaan dengan keunggulan kompetitif di pasar, sehingga berdampak pada peningkatan kinerja keuangan. *Return on assets* adalah kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari aset yang digunakan. Semakin tinggi *return on assets*, semakin efisien aset dalam memperoleh keuntungan bersih maka akan meningkatkan daya tarik investor kepada perusahaan karena tingkat pengembalian atau deviden akan semakin besar. Oleh karena itu, dengan melakukan kegiatan *corporate social responsibility*, perusahaan dapat meningkatkan kesejahteraan pemegang saham dengan memperhatikan kebutuhan seluruh stakeholder dan meningkatkan keuntungan dari aset yang digunakan. Dengan demikian, apabila perusahaan melaksanakan *corporate social responsibility* maka akan mempengaruhi *return on assets* perusahaan.

Penelitian oleh Mustafa dan Handayani (2014) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap *return on assets*. Sedangkan, Hasil penelitian yang dilakukan oleh Fadhiyah dan Priyadi (2015) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap *return on assets*. Menurut penjelasan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub>: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Return on Assets*

### Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return On Equity*

Perusahaan yang melaksanakan kegiatan *corporate social responsibility* perusahaan akan memperoleh citra positif di mata publik, sehingga semakin mendapatkan kepercayaan publik. Hal tersebut dapat berdampak positif pada loyalitas konsumen. Selain itu, penjualan produk akan meningkat, sehingga meningkatkan keuntungan perusahaan. Menurut teori *stakeholder*, jika perusahaan dan *stakeholder* memenuhi *corporate social responsibility*, mereka akan mendapatkan keuntungan mereka sendiri sehingga meningkatkan aset perusahaan. *Return on equity* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur perusahaan yang menghasilkan laba bersih melalui pengambilan ekuitas pemegang saham. Semakin tinggi *return on equity*, maka kinerja perusahaan akan semakin baik. Hubungan antara *corporate social responsibility* dengan *return on equity* dapat dijelaskan dengan teori legitimasi, di mana sistem manajemen perusahaan diarahkan pada nilai-nilai sosial yang mendukung lingkungannya. Oleh karena itu, *corporate social responsibility* memiliki pengaruh terhadap *return on equity*.

Penelitian oleh Mustafa dan Handayani (2014) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap *return on equity*. Sedangkan, Hasil penelitian yang dilakukan oleh Gunawan dan Yuanita (2018) menunjukkan

bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap *return on equity*. Menurut penjelasan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini adalah:

H<sub>2</sub>: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Return on Equity*

### **Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Net Profit Margin**

*Net Profit Margin* merupakan laba bersih yang diperoleh oleh perusahaan dari setiap penjualan. Semakin tinggi *net profit margin*, berarti semakin efisien perusahaan menutupi biaya yang terkait dengan aktivitas operasinya. Perusahaan yang melakukan kegiatan *corporate social responsibility* akan memiliki dan membangun reputasi yang baik serta tinggi di masyarakat. Menurut Mustafa dan Handayani (2014) menyatakan bahwa dalam hal pengungkapan *corporate social responsibility*, dapat dilihat apakah *corporate social responsibility* yang diungkapkan oleh suatu perusahaan dapat meningkatkan keuntungan perusahaan atau bahkan akan mengurangi keuntungannya. Dengan adanya *corporate social responsibility* maka *net profit margin* akan meningkat karena stakeholder menjadi tertarik pada kegiatan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan jika *corporate social responsibility* memiliki pengaruh terhadap *net profit margin*.

Penelitian oleh Mustafa dan Handayani (2014) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap *net profit margin*. Sedangkan, Hasil penelitian yang dilakukan oleh Gunawan dan Yuanita (2018) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap *net profit margin*. Menurut penjelasan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini adalah:

H<sub>3</sub>: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Net Profit Margin*

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal komparatif (*causal-comparative research*). Menurut Sugiyono (2017), penelitian kausal komparatif adalah analisis statistik, yaitu alat untuk menginterpretasikan hasil pengukuran dua variabel untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Hal ini menunjukkan seberapa besar *corporate social responsibility* mempengaruhi kinerja keuangan. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017 hingga 2020.

### **Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2017), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017 - 2020. (2) Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara konsisten melaporkan laporan keuangan tahun 2017 - 2020. (3) Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang tidak mengalami kerugian dalam pelaporan keuangan tahun 2017 - 2020. (4) Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang menyediakan data sesuai dengan variabel penelitian selama 2017 - 2020.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dokumenter. Penelitian ini menggunakan laporan keuangan sebagai data dokumenter. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu sumber data penelitian diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Pengumpulan data dapat diperoleh dari laporan tahunan (*annual report*) yang dapat diperoleh

dari website Bursa Efek Indonesia yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan di galeri Bursa Efek Indonesia STIESIA Surabaya.

## Variabel dan Definisi Operasional Variabel

### Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan variabel independen.

### *Corporate Social Responsibility* (CSR)

*Corporate social responsibility* adalah suatu mekanisme dimana perusahaan secara sukarela memperhatikan lingkungan sosial dan interaksinya dengan *stakeholder* di luar lingkup tanggung jawab sosial di ranah hukum. Rumus *Corporate Social Responsibility* (CSR):

$$CSDI = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSDI : *corporate social responsibility disclosure index* perusahaan j

Nj : jumlah item untuk perusahaan j, nj = 78

Xij : 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan.

### Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2017). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan yang diprosikan oleh *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE) dan *Net Profit Margin* (NPM).

### *Return on Asset* (ROA)

*Return on asset* adalah rasio yang menunjukkan seberapa efisien suatu perusahaan menggunakan seluruh asetnya, termasuk utangnya. *Return on assets* digunakan untuk mengukur kemampuan aset yang dimiliki dan digunakan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih. Rumus *Return On Asset* (ROA):

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

### *Return On Equity* (ROE)

*Return on equity* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian modal perusahaan atas ekuitas atau modal yang telah ditanamkan oleh investor pada perusahaan. *Return on equity* merupakan jumlah imbal hasil dari laba bersih terhadap ekuitas dan dinyatakan dalam bentuk persen. Rumus *Return On Equity* (ROE):

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

### *Net Profit Margin* (NPM)

*Net profit margin* merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan manajemen dalam menjalankan perusahaan. *Net profit margin* adalah persentase laba bersih yang diperoleh dari setiap penjualan atau perbandingan laba bersih terhadap penjualan. Rumus *Net Profit Margin* (NPM):

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

## Teknik Analisis Data

### Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif menentukan variabel yang akan diuji untuk setiap hipotesis dengan menghitung mean, standar deviasi serta nilai maksimum dan minimum variabel, untuk menguji validitas hipotesis digunakan pengelolaan data dengan menggunakan program komputer, yaitu dengan menggunakan SPSS (*Stastical Program for Social Science*).

### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menyatakan normalitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi.

### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan dependennya berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Pengujian normalitas data menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dalam program aplikasi SPSS dengan taraf probabilitas (sig) 0,05. Kriteria pengujian uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah nilai probabilitas (sig) > 0,05, maka data berdistribusi normal, sedangkan nilai probabilitas (sig) < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2018). Uji heteroskedastisitas untuk menguji terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas maka dilihat dari nilai koefisien korelasi Rank Spearman antara masing-masing variabel bebas dengan variabel pengganggu. Apabila nilai probabilitas (sig) > dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

### Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Menurut Ghozali (2018), untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi dengan cara melakukan uji Durbin - Watson (*DW test*) dengan ketentuan terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW dibawah -2 ( $DW < -2$ ). Tidak terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW berada di antara -2 dan +2 atau ( $-2 \leq DW \leq +2$ ). Terjadi autokorelasi negatif, jika nilai DW diatas +2 ( $DW > +2$ ).

### Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana merupakan model persamaan yang merepresentasikan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Model persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$ROA = \alpha + \beta_1 CSR + e$$

$$ROE = \alpha + \beta_2 CSR + e$$

$$NPM = \alpha + \beta_3 CSR + e$$

Keterangan:

ROA : *return on asset*

ROE : *return on equity*

NPM : *net profit margin*

CSR : *corporate social responsibility*

$\alpha$  : nilai konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  : koefisien Independen  
 e : Standart Error

**Pengujian Hipotesis**

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Uji Koefisien Determinasi menunjukkan kemampuan variabel bebas dalam menimbulkan keberadaan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berada pada rentang 0 dan 1. Nilai R<sup>2</sup> yang mendekati 0 berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas.

**Uji Hipotesis (uji t)**

Uji Hipotesis dilakukan untuk menguji pengaruh signifikan secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Apabila nilai signifikan uji t > 0,05 maka variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan secara individual terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikan uji t < 0,05 maka setiap variabel independen memiliki pengaruh signifikan secara individual terhadap variabel dependen.

**Uji Signifikan Simultan (Uji F)**

Uji Signifikan Simultan digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang terdapat dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018). Apabila tingkat signifikan > 0,05 dapat dikatakan H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>1</sub> ditolak, sedangkan apabila tingkat signifikan < 0,05 dapat dikatakan H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**Statistik Deskriptif**

Tabel 1 menunjukkan statistik deskriptif masing-masing variabel penelitian yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Return On Asset (ROA)*, *Return On Equity (ROE)* dan *Net Profit Margin (NPM)*.

**Tabel 1**  
**Statistika Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	45	,14	,41	,2702	,06549
ROA	45	,05	22,29	8,7576	6,04226
ROE	45	,09	26,33	13,3949	7,53865
NPM	45	,05	38,42	10,1091	9,26839
Valid N (listwise)	45				

Sumber: Data sekunder diolah, 2022.

Berdasarkan Tabel 1 dapat disimpulkan bahwa N pada penelitian ini yaitu 45. Pada variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* menunjukkan nilai minimum sebesar 0,14 dan nilai maksimum sebesar 0,41. Nilai rata-rata CSR sebesar 0,2702 dengan standar deviasi sebesar 0,06549. Pada variabel *Return On Asset (ROA)* menunjukkan nilai minimum sebesar 0,05 dan nilai maksimum sebesar 22,29. Sedangkan nilai rata-rata sebesar 8,7576 dengan standar deviasi sebesar 6,04226. Pada variabel *Return On Equity (ROI)* menunjukkan nilai minimum sebesar 0,09 dan nilai maksimum sebesar 26,33. Sedangkan nilai rata-rata sebesar 13,3949 dengan standar deviasi sebesar 7,53865. Pada variabel *Net Profit Margin (NPM)* menunjukkan nilai minimum sebesar 0,05 dan nilai maksimum sebesar 38,42. Sedangkan nilai rata-rata sebesar 10,1091 dengan standar deviasi sebesar 9,26839.

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Pada *Kolmogorov Smirnov Test* dapat diketahui nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200. Karena nilai signifikansi 0,200 lebih besar 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada model regresi ini berdistribusi normal. Dengan melihat grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* dapat diketahui bahwa distribusi data telah mengikuti garis diagonal dan menunjukkan data dalam penelitian ini telah berdistribusi normal. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian berdistribusi normal dan telah memenuhi asumsi normalitas.

### Uji Heteroskedastisitas

Dari hasil grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik terdistribusi secara acak tanpa membentuk pola corong serta menyebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas pada model regresi.

### Uji Autokorelasi

Dari hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai *Durbin-Watson* variabel ROA sebesar 0,597 dan nilai *Durbin-Watson* variabel ROE sebesar 0,570 serta nilai *Durbin-Watson* variabel NPM sebesar 0,606 sehingga dengan nilai tersebut yang berada di antara -2 sampai +2 maka dapat dikatakan tidak ada autokorelasi dalam penelitian ini.

## Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana merupakan hubungan linier antara satu variabel independen dan variabel dependen. Analisis regresi sederhana ini digunakan untuk memprediksi hubungan antara *corporate social responsibility* terhadap *return on asset*, *corporate social responsibility* terhadap *return on equity*, dan *corporate social responsibility* terhadap *net profit margin*. Hasil perhitungan regresi linier sederhana dengan program SPSS dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana CSR terhadap ROA**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	14,234	3,814		3,732	,001
	CSR	-20,266	13,727	-,220	-1,476	,147

a. Dependent Variable: ROA

Sumber: Data sekunder diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 2 dapat disimpulkan hasil analisis regresi linier sederhana *corporate social responsibility* terhadap *return on asset* dengan menggunakan persamaan regresi sebagai berikut:

$$ROA = 14,234 + (-20,266) CSR + e$$

Berdasarkan persamaan diatas diketahui nilai konstantanya sebesar 14,234 sedangkan nilai koefisien regresi *corporate social responsibility* sebesar -20,266. Nilai koefisien regresi ini bersifat negatif yang menunjukkan adanya hubungan yang tidak searah antara variabel *corporate social responsibility* dengan *return on asset*. Hasil dari olahan data menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *corporate social responsibility* maka akan diikuti dengan penurunan tingkat *return on asset* dan begitupun sebaliknya. Hal ini juga dapat dikatakan bahwa jika tingkat *corporate social responsibility* naik sebesar satuan, maka tindakan *return on asset* akan turun sebesar 20,266 dengan asumsi variabel konstan lainnya.

**Tabel 3**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana CSR terhadap ROE**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17,444	4,837		3,607	,001
	CSR	-14,985	17,406	-,130	-,861	,394

a. Dependent Variable: ROE

Sumber: Data sekunder diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 3 dapat disimpulkan hasil analisis regresi linier sederhana *corporate social responsibility* terhadap *return on equity* dengan menggunakan persamaan regresi sebagai berikut:

$$ROE = 17,444 + (-14,985) CSR + e$$

Berdasarkan persamaan diatas diketahui nilai konstantanya sebesar 17,444 sedangkan nilai koefisien regresi *corporate social responsibility* sebesar -14,985. Nilai koefisien regresi ini bersifat negatif yang menunjukkan adanya hubungan yang tidak searah antara variabel *corporate social responsibility* dengan *return on equity*. Hasil dari olahan data menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *corporate social responsibility* maka akan diikuti dengan penurunan tingkat *return on equity* dan begitupun sebaliknya. Hal ini juga dapat dikatakan bahwa jika tingkat *corporate social responsibility* naik sebesar satuan, maka tindakan *return on equity* akan turun sebesar 14,985 dengan asumsi variabel-variabel konstan lainnya.

**Tabel 4**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana CSR terhadap NPM**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19,552	5,812		3,364	,002
	CSR	-34,946	20,915	-,247	-1,671	,102

a. Dependent Variable: NPM

Sumber: Data sekunder diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4 dapat disimpulkan hasil analisis regresi linier sederhana *corporate social responsibility* terhadap *net profit margin* dengan menggunakan persamaan regresi sebagai berikut:

$$NPM = 19,552 + (-34,946) CSR + e$$

Berdasarkan persamaan diatas diketahui nilai konstantanya sebesar 19,552 sedangkan nilai koefisien regresi *corporate social responsibility* sebesar -34,946. Nilai koefisien regresi ini bersifat negatif yang menunjukkan adanya hubungan yang tidak searah antara variabel *corporate social responsibility* dengan *net profit margin*. Hasil dari olahan data menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *corporate social responsibility* maka akan diikuti dengan penurunan tingkat *net profit margin* dan begitupun sebaliknya. Hal ini juga dapat dikatakan bahwa jika tingkat *corporate social responsibility* naik sebesar satuan, maka tindakan *net profit margin* akan turun sebesar 34,946 dengan asumsi variabel-variabel konstan lainnya.

## Pengujian Hipotesis

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk melihat seberapa besar variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi CSR terhadap ROA**

Model Summary <sup>b</sup>						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	,220 <sup>a</sup>	,048	,026	5,96286	,597	

a. Predictors: (Constant), CSR  
b. Dependent Variable: ROA

Sumber: Data sekunder diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 5 diperoleh *R square* ( $R^2$ ) sebesar 0,048 yang menunjukkan bahwa kemampuan variabel *corporate social responsibility* dalam menjelaskan variabel *return on asset* sebesar 4,8% dan sisanya sebesar 95,2% dijelaskan oleh variabel lainnya di luar model.

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi CSR terhadap ROE**

Model Summary <sup>b</sup>						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	,130 <sup>a</sup>	,017	-,006	7,56093	,570	

a. Predictors: (Constant), CSR  
b. Dependent Variable: ROE

Sumber: Data sekunder diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 6 diperoleh *R square* ( $R^2$ ) sebesar 0,017 yang menunjukkan bahwa kemampuan variabel *corporate social responsibility* dalam menjelaskan variabel *return on equity* sebesar 1,7% dan sisanya sebesar 98,3% dijelaskan oleh variabel lainnya di luar model.

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi CSR terhadap NPM**

Model Summary <sup>b</sup>						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	,247 <sup>a</sup>	,061	,039	9,08525	,606	

a. Predictors: (Constant), CSR  
b. Dependent Variable: NPM

Sumber: Data sekunder diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 7 diperoleh *R square* ( $R^2$ ) sebesar 0,061 yang menunjukkan bahwa kemampuan variabel *corporate social responsibility* dalam menjelaskan variabel *net profit margin* sebesar 6,1% dan sisanya sebesar 93,9% dijelaskan oleh variabel lainnya di luar model.

### Uji Hipotesis (uji t)

Uji hipotesis (uji t) digunakan untuk menguji seberapa besar variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini mempengaruhi secara individual (parsial) dalam menjelaskan variabel dependen. Hasil uji t dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 8**  
**Hasil Uji t CSR terhadap ROA**

Model		Unstandardized Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	14,234		
	CSR	-20,266	13,727	-,220	-1,476	,147

a. Dependent Variable: ROA

Sumber: Data sekunder diolah, 2022

Pada Tabel 8 menunjukkan bahwa nilai signifikan (*p-value*) sebesar 0,147 lebih tinggi dari tingkat signifikansi 0,05 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *return on asset* ditolak.

**Tabel 9**  
**Hasil Uji t CSR terhadap ROE**

Model		Unstandardized Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	17,444		
	CSR	-14,985	17,406	-,130	-,861	,394

a. Dependent Variable: ROE

Sumber: Data sekunder diolah, 2022

Pada Tabel 9 menunjukkan bahwa nilai signifikan (*p-value*) sebesar 0,394 lebih tinggi dari tingkat signifikansi 0,05 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *return on equity* ditolak.

**Tabel 10**  
**Hasil Uji t CSR terhadap NPM**

Model		Unstandardized Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	19,552		
	CSR	-34,946	20,915	-,247	-1,671	,102

a. Dependent Variable: NPM

Sumber: Data sekunder diolah, 2022

Pada Tabel 10 menunjukkan bahwa nilai signifikan (*p-value*) sebesar 0,102 lebih tinggi dari tingkat signifikansi 0,05 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *net profit margin* ditolak.

**Uji Signifikan Simultan (Uji F)**

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil uji F dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 11**  
**Hasil Uji F CSR terhadap ROA**

Model		ANOVA <sup>a</sup>			F	Sig.
		Sum of Squares	df	Mean Square		
1	Regression	77,497	1	77,497	2,180	,147 <sup>b</sup>
	Residual	1528,897	43	35,556		
	Total	1606,394	44			

a. Dependent Variable: ROA

b. Predictors: (Constant), CSR

Sumber: Data sekunder diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 11 dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu *return on asset* secara bersamaan, karena tingkat signifikannya lebih besar dari nilai  $\alpha$  ( $0,147 > 0,05$ ) sehingga hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini di tolak.

**Tabel 12**  
**Hasil Uji F CSR terhadap ROE**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42,370	1	42,370	,741	,394 <sup>b</sup>
	Residual	2458,208	43	57,168		
	Total	2500,577	44			

a. Dependent Variable: ROE

b. Predictors: (Constant), CSR

Sumber: Data sekunder diolah, 2022

Pada Tabel 12 dapat diketahui p *value* yang diperoleh lebih besar dari nilai  $\alpha$  ( $0,394 > 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa variabel *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan secara serentak terhadap variabel *return on equity*, sehingga hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini di tolak.

**Tabel 13**  
**Hasil Uji F CSR terhadap NPM**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	230,439	1	230,439	2,792	,102 <sup>b</sup>
	Residual	3549,295	43	82,542		
	Total	3779,743	44			

a. Dependent Variable: NPM

b. Predictors: (Constant), CSR

Sumber: Data sekunder diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 13 dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu *net profit margin* secara bersamaan, karena tingkat signifikannya lebih besar dari nilai  $\alpha$  ( $0,102 > 0,05$ ) sehingga hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini di tolak.

## Pembahasan

### Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Return on Asset

Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengujian hipotesis pertama variabel *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap *return on assets*. Dapat dilihat dari hasil analisis regresi sederhana pada Tabel 2 bahwa nilai koefisien regresi sederhana variabel *corporate social responsibility* sebesar -20,266 dan nilai signifikansi t sebesar 0,147 sehingga nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 maka  $H_1$  ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman tahun 2017-2020 masih cenderung rendah dan dampaknya terhadap *return on assets* tidak signifikan. Dapat dilihat bahwa besar kecilnya nilai *corporate social responsibility* tidak akan mempengaruhi *return on assets* suatu perusahaan. Perusahaan dengan perilaku yang bertanggung jawab mungkin memiliki kelemahan, karena adanya biaya yang tidak perlu. Biaya ini tentu akan mengurangi keuntungan pemegang saham yang menyebabkan laba perusahaan menurun dan akan diikuti dengan peningkatan *return on assets* yang tidak signifikan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mustafa dan Handayani (2014) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap *return on assets*. Namun penelitian ini

bertentangan dengan penelitian yang dilakukan Gunawan dan Yuanita (2018) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap *return on assets*. Karena kualitas pelaporan *corporate social responsibility* memungkinkan perusahaan untuk menjalin hubungan yang efektif dengan stakeholder dan meningkatkan daya saing perusahaan di pasar, dan dengan demikian meningkatkan kinerja keuangan serta keuntungan dari penggunaan aset.

### **Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Return on Equity**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengujian hipotesis kedua variabel *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap *return on equity*. Dapat dilihat dari hasil analisis regresi sederhana pada Tabel 13 bahwa nilai koefisien regresi sederhana variabel *corporate social responsibility* sebesar -14,985 dan nilai signifikansi t sebesar 0,394 sehingga nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 maka  $H_2$  ditolak. Hasil tersebut menunjukkan hasil signifikansi  $>0,05$  sehingga *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap *return on equity*. Dapat dilihat bahwa nilai *corporate social responsibility* cukup rendah maka tidak dapat meningkatkan *return on equity* perusahaan, tetapi dapat berperan dalam memperbaiki dan meningkatkan reputasi perusahaan. Hal ini mungkin disebabkan oleh rendahnya kesadaran *corporate social responsibility* pada sebagian besar investor, karena seringkali perusahaan hanya mengungkapkan *corporate social responsibility* sebagai bagian dari iklan dan kewajiban perusahaan. Akibatnya banyak perusahaan hanya mengungkapkan hal-hal yang baik dalam laporan tahunan dan menutupi hal yang menurut perusahaan tidak memberikan keuntungan bagi perusahaan sehingga memicu kualitas pelaporan *corporate social responsibility* masih dipertimbangkan oleh investor sehingga mengurangi minat investor untuk menanamkan modal kepada perusahaan sehingga menyebabkan peningkatan *return on equity* perusahaan secara tidak signifikan. Maka *corporate social responsibility* bukan satu-satunya faktor yang dipertimbangkan investor saat mengambil keputusan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mustafa dan Handayani (2014) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap *return on equity*. Kegiatan *corporate social responsibility* tidak akan mempengaruhi *return on equity*, dimana *return on equity* perusahaan akan meningkat jika perusahaan berusaha pengelolaan *corporate social responsibility* sesuai dengan peraturan. Namun hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Gunawan dan Yuanita (2018) yang menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap *return on equity*.

### **Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Net Profit Margin**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengujian hipotesis ketiga variabel *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap *net profit margin*. Dapat dilihat dari hasil analisis regresi sederhana pada Tabel 14 bahwa nilai koefisien regresi sederhana variabel *corporate social responsibility* sebesar -34,946 dan nilai signifikansi t sebesar 0,102 sehingga nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 maka  $H_3$  ditolak. Hal ini dapat dijelaskan bahwa semakin rendah nilai *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan, maka akan berdampak pada peningkatan *net profit margin* tidak signifikan. Dengan adanya kegiatan *corporate social responsibility* perusahaan dapat menarik perhatian konsumen sehingga meningkatnya margin laba perusahaan serta tingkat penjualan juga meningkat. Semakin baik kegiatan *corporate social responsibility* perusahaan, terutama dari segi produk dan konsumen maka margin laba dapat meningkat. Namun hal ini berbanding terbalik dengan hasil hipotesis ketiga penelitian ini. Hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa banyak perusahaan yang memenuhi *corporate social responsibility* dengan tujuan untuk promosi dan pemberdayaan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Mustafa dan Handayani (2014) yang menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak mempunyai pengaruh signifikan

secara parsial terhadap *net profit margin*. Tetapi bertentangan dengan penelitian Gunawan dan Yuanita (2018) yang menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap *net profit margin*.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan pembahasan dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya maka penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020, dapat disimpulkan bahwa: (1) Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa, *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap *return on assets*. Hal ini dikarenakan nilai *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan masih cenderung rendah sehingga tidak mempengaruhi *return on assets*. (2) Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa, *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap *return on equity*. Hal ini dikarenakan nilai *corporate social responsibility* cukup rendah maka tidak dapat meningkatkan *return on equity* perusahaan, tetapi dapat berperan dalam memperbaiki dan meningkatkan reputasi perusahaan. (3) Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa, *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap *net profit margin*. Hal ini dikarenakan semakin rendah nilai *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan, maka pada peningkatan *net profit margin* tidak signifikan.

### Saran

Berdasarkan keterbatasan serta simpulan di atas, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan peneliti dengan harapan hasil penelitian selanjutnya akan lebih baik dan akurat. (1) Diharapkan adanya penambahan variabel independen seperti *good corporate governance*, manajemen laba, *leverage*, ukuran perusahaan, dan variabel lain agar mampu menjelaskan keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. (2) Diharapkan untuk penelitian berikutnya dapat menggunakan objek lain seperti farmasi, rokok, pertambangan, kimia, dan sebagainya. Tidak hanya pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman. (3) Diharapkan untuk penelitian berikutnya menambah tahun pengamatan yang dimana pada penelitian ini hanya menggunakan 4 tahun pengamatan, sehingga peneliti berharap lebih banyak sampel yang digunakan untuk memperoleh hasil yang lebih akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Chariri, A. dan I. Ghozali. 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Deegan, C., M. Rankin., dan J. Tobin. 2002. An Examination of the Corporate Social and Environmental Disclosure BHP from 1983-1997 a Test of Legitimacy Theory. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 15(3): 282-331.
- Duhriansyah, M. dan N. F. Asyik. 2011. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 4(6): 1-24.
- Fadhiyah. dan M. P. Priyadi. 2015. Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan di BEI. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 4(4): 1-17.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gunawan, B. dan R. Yuanita. 2018. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Yang Dimoderasi Oleh Struktur Kepemilikan. *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia* 3(1): 58-70.
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu. Yogyakarta.

- Hery. 2015. *Analisis Laporan Keuangan*. CAPS (Center for Academic Publishing Service). Yogyakarta.
- Kasmir. 2018. *Analisis Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Mustafa, C. C. dan N. Handayani. 2014. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 3(6): 1-16.
- Putri, M. R. dan Sapari. 2019. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 8(11): 1-16.
- Sholihah, U. dan Fadiana. 2021. Analisis Pengaruh Good Corporate Governance Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 10(5): 1-16.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sulistiawati, A. dan T. Mildawati. 2017. Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 6(4): 1635-1651.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 *Tentang Penanaman Modal*.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 *Tentang Perseroan Terbatas*.
- Untung, H. B. 2009. *Corporate Social Responsibility*. Sinar Grafika. Jakarta
- Wismandana, N. B. dan T. Mildawati. 2015. Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 4(12): 1-15.