

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN

Salsabilla Annisa Massubagiyo

bilaas229@gmail.com

Dini Widyawati

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) on financial performance. Financial performance is an analysis which is done in order to find out how good and precise a company implements its rule in financial performance. Moreover, the financial performance was measured by Return On Asset (ROA), Return On Equity (ROE), and Return On Sales (ROS). Meanwhile, as CSR was the independent variable, ROA, ROE, and ROS were dependent variables. The research was quantitative. Furthermore, the data collection technique used purposive sampling, in which the sample was based on criteria given. In line with that, there were 32 samples from 51 Various industries which were listed on Indonesia Stock Exchange during 2017-2020. Additionally, the data analysis technique used simple regression analysis. The research result concluded that Corporate Social Responsibility (CSR) had a positive effect on Return On Equity (ROE). On the other hand, Corporate Social Responsibility (CSR) did not affect Return On Asset (ROA). Likewise, Corporate Social Responsibility (CSR) did not affect Return On Sales (ROS).

Keywords: corporate social responsibility, ROA, ROE, ROS

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)*, terhadap kinerja keuangan. Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat seberapa baik suatu perusahaan telah melakukan dengan menggunakan aturan kinerja keuangan yang benar dan tepat. Dalam penelitian ini kinerja keuangan perusahaan diukur dengan menggunakan *Return On Asset (ROA)*, *Return On Equity (ROE)* dan *Return On Sales (ROS)*. *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai variabel independen dan *Return On Asset (ROA)*, *Return On Equity (ROE)* dan *Return On Sales (ROS)* sebagai variabel dependen. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang telah ditentukan. Sehingga dapat diperoleh sampel sebanyak 32 perusahaan dari 51 perusahaan sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2020. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh positif dan terhadap *Return On Equity (ROE)*, *Corporate Social Responsibility (CSR)* tidak berpengaruh terhadap *Return On Asset (ROA)* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* tidak berpengaruh terhadap *Return On Sales (ROS)*.

Kata Kunci : *corporate social responsibility, ROA, ROE, ROS*

PENDAHULUAN

Dewasa ini, dalam mengambil suatu keputusan ekonomi para investor tidak hanya menilai suatu perusahaan dengan melihat kinerja keuangannya saja, namun juga melihat dari informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan yang dibuat oleh perusahaan atau yang dikenal dengan laporan berkelanjutan (*Sustainability*). Menurut Satria dan Daljono (2014) keberadaan suatu bisnis secara langsung maupun tidak langsung memiliki dampak yang dirasakan tidak hanya bagi *shareholders* tetapi juga bagi *stakeholders* lainnya seperti karyawan, pemerintah, masyarakat, lingkungan, dan pelanggan. Efek tersebut dapat berupa efek negatif (*negatife effect*) tetapi dapat juga berupa efek menguntungkan (*positive effect*). Karena dampak

yang berbeda tersebut, selain mencari keuntungan (aspek ekonomi), perusahaan juga harus bertanggung jawab baik terhadap *stakeholders* (aspek sosial) dan lingkungan (aspek lingkungan) yang disebut dengan tanggung jawab dan lingkungan perusahaan atau dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Menurut Said (2018:4) *Corporate Social Responsibility* (selanjutnya dinyatakan dengan CSR) merupakan kewajiban sosial swasta atau perusahaan kepada masyarakat dan pemerintah sebagai dampak dari ekspansi bisnisnya yang dimungkinkan telah mengganggu keseimbangan lingkungan dan sosial kemasyarakatan dimana mereka menjalankan aktivitasnya. CSR secara umum merupakan kontribusi menyeluruh dari dunia usaha terhadap pembangunan berkelanjutan, dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dari kegiatannya.

Menurut Octavia dan Hermi (2014) *Corporate Social Responsibility* dapat dijadikan sebagai sarana pemasaran baru bagi perusahaan jika dilakukan secara berkelanjutan. Pelaksanaan CSR berarti perusahaan harus menanggung sejumlah biaya. Biaya tersebut akan menjadi beban yang dapat mengurangi pendapatan, sehingga tingkat keuntungan usaha akan menurun. Namun dengan penerapan CSR, citra perusahaan akan semakin baik dan loyalitas konsumen akan semakin tinggi.

Menurut Hadi (2011: 65) keberpihakan sosial perusahaan terhadap masyarakat (*social responsibility*) mengandung motif, baik sosial maupun ekonomi. *Social responsibility* memiliki kemanfaatan (konsekuensi) baik secara sosial (*social consequences*) maupun konsekuensi ekonomi (*economic consequences*). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa biaya sosial yang dikeluarkan perusahaan memiliki manfaat meningkatkan kinerja sosial, yaitu meningkatkan legitimasi dan mengurangi komplain *stakeholder*.

Menyadari pentingnya melestarikan lingkungan, pemerintah Indonesia telah menerbitkan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, khususnya Pasal 74(1), yang menyatakan bahwa perseroan yang memiliki hubungan dengan sumber daya alam mempunyai kewajiban untuk memenuhi tanggungjawab sosial dan lingkungan.

Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang didasarkan pada satu hasil, yaitu nilai perusahaan hanya tercermin dari posisi keuangan. Namun tanggung jawab perusahaan harus didasarkan tiga poin utama, di mana selain hasil finansial ada hasil sosial dan lingkungan, karena kondisi keuangan saja tidak cukup untuk memastikan nilai perusahaan meningkat, tumbuh secara berkelanjutan. (Okegbe dan Egbunike, 2016).

Implementasi *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan, hal ini sesuai dengan pernyataan Gantino (2016) bahwa implementasi *Corporate Social Responsibility* menciptakan penghematan untuk meningkatkan keuntungan. Menurut Sulistiyowati (2018) Kinerja keuangan perusahaan merupakan faktor penting dalam mengevaluasi kinerjanya sendiri secara keseluruhan. Kinerja keuangan adalah hasil ekonomi yang dicapai oleh suatu perusahaan selama periode tertentu melalui berbagai kegiatannya untuk menghasilkan laba.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Legitimasi

Utomo (2019:38) menjelaskan Teori legitimasi merupakan teori yang lebih berfokus pada interaksi hubungan antara organisasi dan masyarakat. Legitimasi adalah sistem manajemen yang berfokus pada penyelarasan perusahaan dengan masyarakat, pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Teori legitimasi didasarkan pada teori kontrak sosial. Teori ini bermula dari adanya hubungan timbal balik dalam kehidupan sosial masyarakat, sehingga terjadi keserasian, kesesuaian dan keseimbangan. Perusahaan merupakan sekelompok orang yang memiliki tujuan bersama dan bekerja sama untuk mencapai tujuan tersebut sebagai bagian dan komunitas yang lebih besar. Keberadaannya sangat ditentukan oleh masyarakat, dimana

keduanya saling mempengaruhi. Untuk itu, agar kesetaraan terjadi, diperlukan kontrak sosial untuk mencapai kesepakatan sosial (Rismawati, 2020:27).

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perkembangan perusahaan ke depan. Hal ini dapat digunakan sebagai alat untuk membangun strategi perusahaan, terutama dalam upaya memposisikan diri dalam masyarakat yang semakin maju. Oleh karena itu, perusahaan berusaha untuk memenuhi norma-norma sosial yang berlaku di lingkungan sosial dengan melaksanakan dan melaporkan tanggung jawab sosial perusahaan agar menjadi perusahaan yang *legitimate*. berkaitan dengan penelitian ini, teori legitimasi dapat digunakan sebagai perspektif untuk memahami upaya perusahaan selama ini berdasarkan berbagai indikator perusahaan yang dapat memenuhi kewajiban sosial perusahaan dan bagaimana hubungan antara perusahaan dengan masyarakat setempat, perusahaan berusaha memposisikan diri di masyarakat untuk memenuhi harapan legitimasi atau norma yang ada di masyarakat tersebut (Syairozi, 2019:9).

Teori Stakeholder

Menurut Hadi (2011:93) *Stakeholder* adalah semua pihak internal dan eksternal yang mempunyai hubungan yang secara langsung maupun tidak langsung dan dapat mempengaruhi perusahaan. Konsep dan tanggung jawab sosial perusahaan telah dikenal sejak awal tahun 1970-an dan dikenal luas sebagai teori *stakeholder*, yang mengacu pada kebijakan dan praktik yang terikat dengan *stakeholder*, nilai-nilai, kepatuhan, penilaian masyarakat dan lingkungan, dan pengejaran dunia bisnis yang berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan.

Menurut Rismawati (2020:26) *stakeholders* dibagi menjadi dua kelompok utama, yaitu kelompok *stakeholders* primer dan *stakeholders* sekunder. *Stakeholders* primer adalah kelompok utama perusahaan; kelompok ini mempengaruhi kelangsungan operasi. *Stakeholders* primer melingkupi investor, karyawan, pemasok, dan konsumen. *Stakeholders* sekunder adalah kelompok yang responsif dan memengaruhi bisnis, tetapi tidak terkait langsung; masyarakat, lingkungan, dan pemerintah.

Untuk memenuhi keinginan para *stakeholders*, *corporate social responsibility* bisa menjadi salah satu strategi perusahaan. Para *stakeholders* akan memberikan dukungan penuh kepada aktivitas perusahaan apabila pengungkapan CSR dapat dilakukan dengan baik, sehingga tujuan perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan mencapai laba dapat tercapai. Salah satu strategi yang digunakan perusahaan untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholders* adalah dengan pengungkapan informasi sosial dan lingkungan. Pengungkapan ini diharapkan mampu memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan serta dapat mengelola *stakeholders* agar mendapatkan dukungan oleh para *stakeholders* yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan (Wati, 2019:10).

Teori Signal

Menurut Utomo (2019:40) Teori signal merupakan salah satu teori fundamental dalam manajemen keuangan, dan signal dapat didefinisikan sebagai isyarat atau signal yang diberikan oleh manajer perusahaan kepada investor atau pihak luar, dan bagaimana pihak luar bereaksi terhadap signal tersebut. Signal yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat bermacam bentuk, baik yang dapat diamati secara langsung maupun yang memerlukan proses penelitian lebih dalam untuk mengetahuinya. Signal perusahaan bertujuan untuk menyiratkan sesuatu untuk mengubah penilaian pihak eksternal atau pasar perusahaan.

Menurut Husnan (2013) Teori signal menyatakan adanya asimetri informasi antara manajemen perusahaan dengan pihak lain yang memiliki kepentingan dengan informasi tertentu. Salah satu informasi yang harus diungkapkan perusahaan adalah informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR. Selain informasi keuangan yang wajib diungkapkan perusahaan secara sukarela. Salah satu pengungkapan sukarela perusahaan

adalah mengungkapkan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan informasi CSR tersebut merupakan sinyal positif yang dibagikan perusahaan kepada pihak luar perusahaan, dan *stakeholder* serta *shareholder* akan menanggapinya.

Teori signal menekankan bahwa perusahaan pelapor dapat menambah nilai perusahaan melalui laporannya. Jika perusahaan tidak memberikan informasi lebih lanjut, para pemangku kepentingan menilai perusahaan hanya sebagai perusahaan rata-rata, sama seperti perusahaan yang tidak menerbitkan laporan tambahan (Maulana dan Yuyetta, 2014). Hal ini meningkatkan motivasi perusahaan untuk menyajikan sesuatu melalui akun tahunan yang lebih baik daripada perusahaan lain yang tidak memberikan informasi. Misalnya, teori signal menjelaskan bahwa perusahaan cenderung memberikan informasi yang lebih lengkap untuk membangun reputasi yang terlihat lebih baik daripada perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan, yang pada akhirnya menarik investor (Maulana dan Yuyetta, 2019).

Corporate Social Responsibility

Menurut Parengkuan (2017) *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme yang memungkinkan suatu organisasi atau perusahaan untuk secara sukarela mengintegrasikan masalah lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan berinteraksi dengan stakeholder, yang memiliki tanggung jawab organisasi lebih di bidang hukum. Menurut standar ISO (*International Standard Organization*) 26000, CSR adalah sikap bertanggung jawab perusahaan terhadap konsekuensi yang timbul dari kegiatannya. Mengambil keputusan untuk mengelola bisnisnya sejalan dengan pembangunan keberlanjutan, yaitu bertanggung jawab secara sosial, dengan mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sesuai dengan peraturan yang ditetapkan dengan standar internasional dan melekat pada organisasi mana pun (Pratiwi, 2019).

Menurut Purnaningsih (2018) berdasarkan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007, CSR atau tanggung jawab social dan lingkungan adalah komitmen perusahaan untuk memberikan manfaat baik bagi perusahaan maupun masyarakat dan masyarakat yang berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan. Sementara itu, pada tahun 2007 UU No. 25 mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab dari semua perusahaan investasi untuk terus menciptakan keharmonisan dan keseimbangan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat.

Firmansyah dan Mahardhika (2018:319) mengungkapkan manfaat CSR relevan bagi pemangku kepentingan internal dan eksternal, termasuk perusahaan, masyarakat, dan pemerintah. Keuntungan CSR dari sudut pandang perusahaan adalah dapat menciptakan citra positif perusahaan dari sudut pandang masyarakat dan negara, menunjukkan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang dijalankan oleh perusahaan. Bagi masyarakat, manfaat CSR adalah perusahaan dapat mempertimbangkan kepentingan masyarakat. Manfaat lain bagi masyarakat adalah untuk mempererat hubungan antara perusahaan dan masyarakat dalam situasi yang saling menguntungkan. Manfaat CSR bagi pemerintah adalah menjadi mitra dalam memenuhi misi sosial dan pemerintahnya dalam hal tanggung jawab sosial, dan kedepan, pemerintah juga akan berperan membantu masyarakat memenuhi kebutuhannya, terutama kebutuhan mutlak dan kebutuhan dasar mereka.

Firmansyah dan Mahardhika (2018:320) mengungkapkan tujuan CSR adalah untuk memungkinkan perusahaan melakukan berbagai kegiatan yang dilakukan dengan cara yang bermoral dan beretika. Perusahaan dapat menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan penggunanya dengan memisahkan kegiatan yang dilakukan menurut standar moral dan etika, selain memungkinkan perusahaan untuk berbagi aktivitasnya, CSR memberdayakan perusahaan untuk memberikan informasi mengenai produk yang mereka hasilkan dan untuk melakukan promosi yang adil dan benar. CSR merupakan faktor yang sangat penting bagi produsen karena memberi informasi tentang kemasan produk seperti komposisi, manfaat, umur simpan, kemungkinan efek samping, penggunaan yang benar,

kuantitas, kualitas, dan harga dengan bantuan CSR di perusahaan manufaktur. Artinya konsumen dapat menentukan keputusan yang masuk akal untuk menggunakan atau tidak menggunakan produk tertentu.

Kinerja Keuangan

Dalam menjalankan bisnisnya, manajemen keuangan suatu perusahaan membutuhkan alat ukur kinerja keuangan untuk mengevaluasi perusahaan tersebut. Kinerja keuangan adalah istilah umum yang digunakan untuk sebagian atau seluruh kinerja perusahaan selama periode waktu tertentu, bersama dengan beberapa kriteria seperti biaya historis atau proyeksi. Firdausi *et al.*, (2018) mengemukakan Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat seberapa baik suatu perusahaan telah melakukannya dengan menggunakan aturan kinerja keuangan yang benar dan tepat.

Utami (2017) mengemukakan bahwa kinerja keuangan dapat diukur dengan menganalisis rasio keuangan. Analisis kinerja keuangan merupakan dasar untuk mengevaluasi dan menganalisis pencapaian usaha atau kinerja operasional perusahaan. Rasio keuangan dirancang untuk mengevaluasi laporan keuangan yang berisi informasi tentang posisi perusahaan saat ini dan kinerja masa lalu. Menurut Rahayu (2020:7) indikator kinerja keuangan dianalisis dalam tiga kelompok: 1) Rasio Profitabilitas, indikator kinerja manajemen berdasarkan pendapatan dan laba atas investasi, 2) Tingkat Pertumbuhan, yaitu ukuran kemampuan perusahaan untuk mempertahankan posisi ekonomi dalam lingkungan pertumbuhan ekonomi dan dalam industri atau pasar dimana produknya beroperasi, 3) Efisiensi Operasional, yaitu rasio aset terhadap manajemen investasi yang mengukur efektivitas keputusan investasi perusahaan dan penggunaan sumber daya.

Menurut Sujarweni (2019 : 64) rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur tingkat keuntungan dalam kaitannya dengan penjualan atau aset, mengukur kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dalam kaitannya dengan penjualan, aset serta keuntungan dan ekuitas. Dalam penelitian ini rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur profitabilitas, yaitu:

Return On Asset (ROA)

Return On Asset adalah suatu bentuk rasio profitabilitas yang dirancang untuk mengukur kemampuan perusahaan terhadap total dana yang diinvestasikan dalam aktivitas yang digunakan untuk menjalankan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari penggunaan asetnya. Rasio profitabilitas ini digunakan untuk menganalisis dan memperoleh informasi tentang kondisi perusahaan. Menurut Wijaya (2019) manfaat analisis ROA bersifat komprehensif dan dapat digunakan untuk mengukur efektivitas tindakan yang diambil oleh unit/bagian perusahaan, dan juga dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas setiap produk yang dihasilkan perusahaan.

Return On Equity (ROE)

Menurut Husnan (2013) *Return On Equity* adalah salah satu alat utama yang digunakan oleh investor ketika mengevaluasi keseimbangan suatu saham. Secara umum, *Return On Equity* diperoleh dari pembagian laba dengan ekuitas tahun lalu. ROE adalah alat yang paling banyak digunakan oleh investor ketika membuat keputusan investasi. Sedangkan, menurut Wijaya (2019) ROE adalah rasio yang digunakan untuk menguji pemanfaatan sumber daya perusahaan dan menguji sejauh mana perusahaan menggunakan sumber dayanya untuk memberikan laba atas ekuitas.

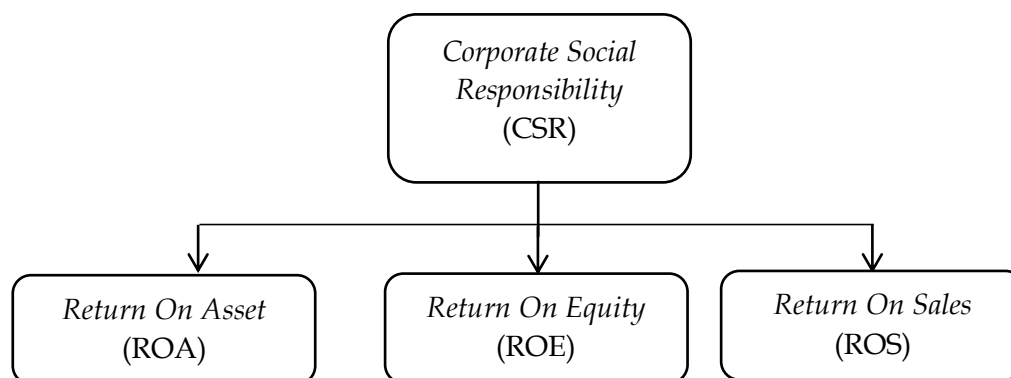
Return On Sales (ROS)

Menurut Priwoputro (2020) *Return On Sales* adalah rasio profitabilitas yang mencerminkan tingkat keuntungan perusahaan setelah membayar biaya variabel produksi, seperti pembayaran gaji pekerja, bahan baku, dan biaya lainnya sebelum dilakukan

pengurangan pajak dan bunga. *Return On Sales* yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang tinggi untuk tingkat penjualan tertentu. ROS yang rendah menunjukkan pendapatan yang rendah pada tingkat biaya tertentu, biaya yang terlalu tinggi untuk tingkat pendapatan tertentu, atau kombinasi keduanya.

Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini menganalisis pengaruh dari variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap variabel dependen yang terdiri dari *Return On Assets*, *Return On Equity*, dan *Return On Sales*. Berdasarkan latar belakang serta tinjauan teoritis yang telah dijelaskan, maka digambarkan kerangka pemikiran pada Gambar 1:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Assets* (ROA)

Menurut Gantino (2016) tanggung jawab sosial perusahaan dapat memberikan efek positif bagi perusahaan, dimana perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan dengan melakukan kegiatan CSR, sehingga dapat meningkatkan reputasi perusahaan hingga di mata masyarakat. Berkat teori legitimasi, perusahaan yang melakukan CSR berperan besar dalam meningkatkan legitimasi, yang mempengaruhi sikap konsumen terhadap produk perusahaan. Menurut Mustafa (2014) manajemen berorientasi pada laba. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kinerja keuangan perusahaan yang dicerminkan melalui proksi ROA merupakan praktik manajemen sebagai proksi terhadap variabel-variabel kinerja keuangan perusahaan. Utami (2017), Husnan (2013), Rosiliana *et al.*, (2014), menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif pada *Return On Asset* (ROA) sebab perusahaan mampu menghasilkan laba dengan aset yang dipergunakan. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:
H₁ : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap ROA.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap *Return On Equity* (ROE)

Perusahaan dengan pengungkapan CSR yang baik memiliki tingkat pengungkapan yang lebih luas dibandingkan dengan pengungkapan CSR yang buruk. Keterbukaan informasi yang luas akan menjadi sinyal positif bagi para pemangku kepentingan (*stakeholder*) perusahaan dan pemegang saham perusahaan (*shareholders*). Hal ini akan meningkatkan kepercayaan *stakeholders* dan pemegang saham terhadap perusahaan. Kepercayaan ini ditunjukkan dengan diterimanya produk perusahaan oleh pemangku kepentingan, yang meningkatkan keuntungan perusahaan dan *Return On Equity* (ROE). Indrawan (2011), Gantino (2016), Prasetyo dan Meiranto (2017), Opu (2013) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap *Return On Equity* sebab perusahaan

mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* dapat meningkatkan *Return On Equity*. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H₂ : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap ROE.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap *Return On Sales* (ROS)

Tanggung jawab sosial perusahaan dapat memberikan dampak positif untuk perusahaan, dan dengan melakukan kegiatan CSR, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produknya, yang akan meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat, jadi masyarakat akan ingin membeli produk perusahaan. Husnan (2013), Rosiliana *et al.*, (2014) menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap ROS, sebab perusahaan mempunyai citra merek dan nama baik yang positif di lingkungan masyarakat. Perusahaan juga mempunyai kemahiran untuk mendapatkan lebih banyak karyawan dan mitra bisnis yang memiliki hasil kinerja yang baik. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H₃ : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap ROS.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, menurut Jaya (2020:12) Penelitian Kuantitatif merupakan Suatu jenis penelitian yang menghasilkan beberapa hasil yang dapat diperoleh dengan menggunakan sebagian prosedur statistik atau cara lain dari evaluasi kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017 hingga tahun 2020. Populasi merupakan area generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kualitas tertentu yang ditentukan oleh peneliti agar dapat dipelajari dan membuat kesimpulannya Sugiyono (2014: 115). Yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2020. Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *puposive sampling*, yang artinya teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu Sugiyono (2014:122). Kriteria yang digunakan untuk memilih sampel adalah sebagai berikut: (1) Perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2017-2020, (2) Perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang menerbitkan laporan keuangan tahunan lengkap selama periode 2017-2020, (3) Perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang menyediakan informasi lengkap dan data yang dibutuhkan selama periode 2017-2020.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel Independen (*Corporate Social Responsibility*)

Pengungkapan CSR mengacu pada tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan kemampuannya sebagai bentuk tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan tempat perusahaan tersebut berada dalam rangka meningkatkan kesejahteraan *stakeholders* dan meningkatkan keuntungan perusahaan. Pengungkapan CSR menggunakan indikator yang digunakan perusahaan untuk melaporkan kegiatan CSR. Pada penelitian ini menggunakan pengungkapan CSR 78 item yang dapat diterapkan di Indonesia. Hal ini sesuai dengan Peraturan BAEPEPAM VIII G.2 yang didasarkan pada pelaporan tahunan dan relevansi ketentuan yang diterapkan di Indonesia. Pengungkapannya meliputi indikator lingkungan (13 item), energi (7 item), kesehatan dan keselamatan kerja (8 item), tenaga kerja lainnya (29 item), produk (10 item), peran serta masyarakat (9 item) dan umum (2 item). Menurut Utami (2017) perhitungan indeks CSR dilakukan dengan cara sebagai berikut :

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

Keterangan :

- CSRDI_j = Corporate Social Responsibility (CSR) Indeks Perusahaan
 n_j = Jumlah kriteria pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) untuk perusahaan j, n_j ≤ 91
 X_{ij} = 1 = Jika kriteria diungkapkan; 0 = Jika kriteria tidak diungkapkan

Variabel Dependen (Kinerja Keuangan)

Return On Asset (ROA)

Return On Asset adalah suatu bentuk rasio profitabilitas yang dirancang untuk mengukur kemampuan perusahaan terhadap total dana yang diinvestasikan dalam aktivitas yang digunakan untuk menjalankan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari penggunaan asetnya. *Return On Asset* (ROA) negatif dikaitkan dengan laba atau rugi negatif perusahaan. ROA dapat membantu perusahaan yang telah melakukan praktik terbaik akuntansi untuk menentukan posisi mereka di industri dengan mengukur penggunaan modal mereka secara keseluruhan untuk semua faktor yang mempengaruhi kondisi keuangan perusahaan. Dalam penelitian ini ROA diukur dengan menggunakan rumus :

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

Return On Equity (ROE)

Menurut Husnan (2013) *Return On Equity* adalah salah satu alat utama yang digunakan oleh investor ketika mengevaluasi keseimbangan suatu saham. Secara umum, *Return On Equity* diperoleh dari pembagian laba dengan ekuitas tahun lalu. ROE adalah alat yang paling banyak digunakan oleh investor ketika membuat keputusan investasi. Menurut Indrawan (2011) ROE merupakan alat yang paling sering digunakan oleh investor dalam mengambil keputusan investasi. ROE dapat memberikan gambaran tentang tiga poin utama, yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (profitabilitas), efektifitas manajemen aset perusahaan (*Asset Management*), dan kewajiban yang digunakan untuk menjalankan bisnis (*Financial Leverage*). Dalam penelitian ini, ROE diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Return On Sales (ROS)

Return On Sales adalah rasio profitabilitas yang mencerminkan tingkat keuntungan perusahaan setelah membayar biaya variabel produksi, seperti pembayaran gaji pekerja, bahan baku, dan biaya lainnya sebelum dilakukan pengurangan pajak dan bunga. Rasio ini mewakili tingkat keuntungan yang diperoleh dari setiap rupiah penjualan, juga dikenal sebagai margin operasi atau margin laba operasi. *Return On Sales* yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang tinggi untuk tingkat penjualan tertentu. ROS yang rendah menunjukkan pendapatan yang rendah pada tingkat biaya tertentu, biaya yang terlalu tinggi untuk tingkat pendapatan tertentu, atau kombinasi keduanya. Secara umum, presentase yang rendah dapat berarti manajemen yang buruk. Dalam penelitian ini, ROS diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Teknik Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan menyatakan atau deskriptif tentang data yang dikumpulkan tanpa maksud untuk menarik kesimpulan atau generalisasi yang berlaku umum (Sugiyono, 2014:206). Termasuk dalam statistik deskriptif antara lain yaitu penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan mean dan standar deviasi, perhitungan persentase.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk menentukan apakah distribusi data cocok atau mendekati distribusi normal, yaitu distribusi data berbentuk lonceng. Data yang baik adalah data yang memiliki pola yang mirip dengan distribusi normal. Artinya distribusi data tidak miring ke kiri atau ke kanan (Santoso, 2010:43). Menurut Husnan (2013) uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residu terdistribusi normal. Jika dalam asumsi ini terdapat pelanggaran maka uji statistik menjadi tidak valid untuk ukuran sampel yang kecil.

Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah korelasi antara anggota observasi yang diurutkan berdasarkan waktu atau tempat. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji *Durbin Watson* (DW test). Berikut pengambilan keputusan uji *Durbin Watson* Husnan (2013): (1) Angka *Durbin Watson* dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif. (2) Angka *Durbin Watson* diantara -2 sampai dengan 2 berarti tidak autokorelasi. (3) Angka *Durbin Watson* diatas 2 berarti ada autokorelasi negatif.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk memeriksa apakah ada ketidaksamaan varian untuk residual semua pengamatan dalam model regresi. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap sama, maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui bahwa varians dari variabel-variabel dalam model regresi tidak sama (konstan). Dikatakan homoskedastisitas jika varian variabel dalam model regresi memiliki nilai yang sama (konstan). Kriteria uji varian jika *scatterplot* terdistribusi secara acak, tidak ada masalah varian variabel. Di sisi lain, jika *scatterplot* menunjukkan pola tertentu, maka ada masalah heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana digunakan sebagai metode analisis data dalam penelitian ini. Regresi sederhana dapat menguji pengaruh antara variabel bebas (x) dan variabel terikat (y). Dalam penelitian ini hanya melibatkan 1 variabel dependen dan 1 variabel independen, maka digunakan analisis regresi linier sederhana. Sebelum melakukan regresi linear sederhana, terlebih dahulu dilakukan uji statistik deskriptif dan uji asumsi klasik. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menguji hubungan antara variabel penelitian dan untuk memahami pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan sederhananya adalah:

$$Y_1 = a + bx + e \quad (1)$$

$$Y_2 = a + bx + e \quad (2)$$

$$Y_3 = a + bx + e \quad (3)$$

Keterangan :

- Y₁ : Return On Asset (ROA)
 Y₂ : Return On Equity (ROE)
 Y₂ : Return On Sales (ROS)
 a : Konstanta
 b : Angka arah koefisien regresi
 x : Corporate Social Responsibility

Penjelasan koefisien regresi: (1) Jika nilai koefisien regresi adalah bilangan positif, maka terdapat hubungan yang positif atau proporsional antara variabel bebas dengan variabel terkait yang digunakan dalam model regresi, yaitu setiap kenaikan persentase variabel bebas akan berpengaruh terhadap meningkatkan variabel terkait. (2) Jika nilai koefisien regresi adalah angka negatif, maka terdapat hubungan yang berbanding terbalik atau negatif antara variabel bebas dengan variabel terkait yang digunakan dalam model regresi, yaitu setiap kenaikan persentase variabel bebas akan mempengaruhi persentase penurunan dari variabel terkait.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Ghozali (2016) menunjukkan bahwa tujuan penggunaan uji koefisien determinasi adalah untuk mengukur kemampuan suatu model dalam memperhitungkan perubahan variabel terikat. Nilai R² (koefisien determinasi) antara 0 dan 1. Nilai R² yang kecil atau mendekati menunjukkan bahwa variabel independen memiliki kemampuan yang sangat terbatas untuk menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, nilai R² yang mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel bebas menyediakan semua informasi yang digunakan untuk memprediksi perusahaan variabel terikat.

Uji Statistik t

Uji-t adalah uji statistik umum dalam masalah praktisi statistik. Uji-t adalah sekelompok statistik parametrik. Statistik uji ini digunakan dalam pengujian hipotesis. Uji-t digunakan ketika informasi tentang simpangan baku populasi tidak diketahui. Uji-t merupakan salah satu uji yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan yang signifikan (meyakinkan) antara dua *mean* (rata-rata) sampel (Payadana dan Jayantika, 2018: 75).

Ghozali (2016) menjelaskan bahwa uji-t menunjukkan efek parsial yang terjadi antara satu variabel independen ketika menjelaskan variasi variabel dependen. Pengambilan keputusan didasarkan pada signifikansi yang ditetapkan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Kriteria pengujian hipotesis menggunakan uji-t adalah $t < 0,05$, maka hipotesis alternatif diterima bahwa variabel independen berpengaruh signifikan secara individual terhadap variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Table 1 ini merupakan hasil analisis statistik deskriptif sesudah *oulier*:

Tabel 1
Hasil Analisis Statistik Deskriptif Sesudah *Outlier*
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	120	,03	,47	,2352	,12551
ROA	120	-8,56	12,78	1,9856	4,21608
ROE	113	-18,66	22,27	4,1403	8,44692
ROS	116	-9,34	16,67	2,5492	5,29018
Valid N (listwise)	113				

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif pada Tabel 1 variabel dependen *Retun On Asset* (ROA) menunjukkan nilai terkecil adalah -8,56 dari perusahaan Argo Pantes Tbk. pada tahun 2019 dan nilai tertinggi adalah 12,78 dari perusahaan Ateliers Mecaniques D Indonesia Tbk. pada tahun 2017. Nilai rata-rata variabel ROA sebesar 1,9856 yang menunjukkan bahwa Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri telah mampu menghasilkan laba bersih atas pengelolaan seluruh aset yang ada sebesar 1,9856%, sedangkan nilai standar deviasi sebesar 4,21608 yang menyatakan bahwa penyebaran data ROA cukup heterogen karena memiliki nilai standar deviasi lebih besar dibandingkan dengan nilai rata-ratanya.

Hasil analisis deskriptif untuk *Retun On Equity* (ROE) menunjukkan bahwa nilai terkecilnya adalah -18,66 dari perusahaan Primarindo Asia Infrastructure Tbk. pada tahun 2017, dan nilai tertingginya adalah 22,27 dari perusahaan KMI Wire & Cable Tbk. pada tahun 2017. Nilai rata-rata variabel ROE sebesar 4,1403 yang menunjukkan bahwa Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri memiliki kemampuan untuk menghasilkan laba bersih atas pengelolaan seluruh ekuitas yang ada sebesar 4,1403%. Nilai standar deviasi sebesar 8,44692 menunjukkan bahwa penyebaran data ROE cukup heterogen karena memiliki standar deviasi yang lebih besar dibandingkan dengan nilai rata-ratanya.

Hasil analisis deskriptif pada *Retun On Sales* (ROS) dengan nilai terendah sebesar -9,34 pada perusahaan Ever Shine Tax Tbk. pada tahun 2019, dan nilai tertingginya sebesar 16,67 pada perusahaan Selamat Sempurna Tbk. pada tahun 2020. Nilai rata-rata variabel ROS sebesar 2,5492 yang dimana menunjukkan bahwa Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri mampu menghasilkan laba bersih atas penjualannya sebesar 2,5492%. Nilai standar deviasi sebesar 5,29018 menunjukkan bahwa penyebaran data ROS cukup heterogen karena memiliki standar deviasi lebih besar dibandingkan dengan nilai rata-ratanya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

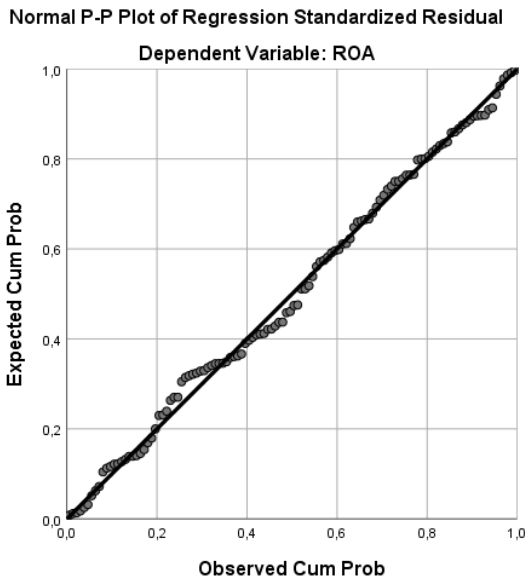
Tabel 2 ini merupakan uji normalitas dengan *kolmogrov-Smirnov* sesudah *Outlier*:

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas Sesudah *Outlier*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

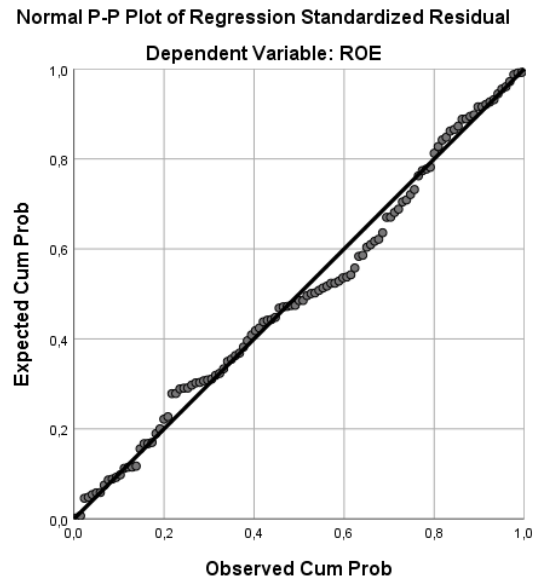
		ROA	ROE	ROS
N		120	113	116
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	,0000000	,0000000
	Std. Deviation	4,18817264	8,23838924	5,24580042
Most Extreme Differences	Absolute	,055	,077	,069
	Positive	,046	,077	,064
	Negative	-,055	-,065	-,069
Test Statistic		,055	,077	,069
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}	,097 ^c	,200 ^{c,d}

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

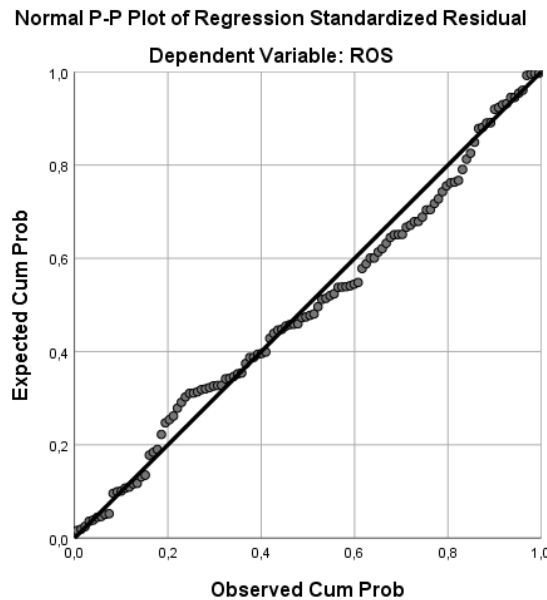
Pada Gambar 2, Gambar 3, dan Gambar 4 merupakan hasil uji normalitas data menggunakan grafik probability plot sesudah di *outlier* sebagai berikut:



Gambar 2
Grafik Normal P-Plot Sesudah Outlier ROA
 Sumber Data Sekunder diolah, 2022



Gambar 3
Grafik Normal P-Plot Sesudah Outlier ROA
 Sumber: Data Sekunder diolah, 2022



Gambar 4
Grafik Normal P-Plot Sesudah Outlier (ROS)
 Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Berdasarkan analisis dengan menggunakan grafik Normal Propability-Plot diatas model regresi ROA, ROE, ROS terlihat bahwa titik-titik (pola) yang terdapat pada grafik tersebut terletak disekitar diagonal dan arah diagonal sehingga dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal. Oleh karena itu, metode regresi pada penelitian ini layak untuk digunakan.

Uji Autokorelasi

Tabel 3 ini merupakan hasil uji autokorelasi sesudah *Outlier*:

Tabel 3
Hasil Uji Autokorelasi Sesudah *Outlier*
Model Summary^b

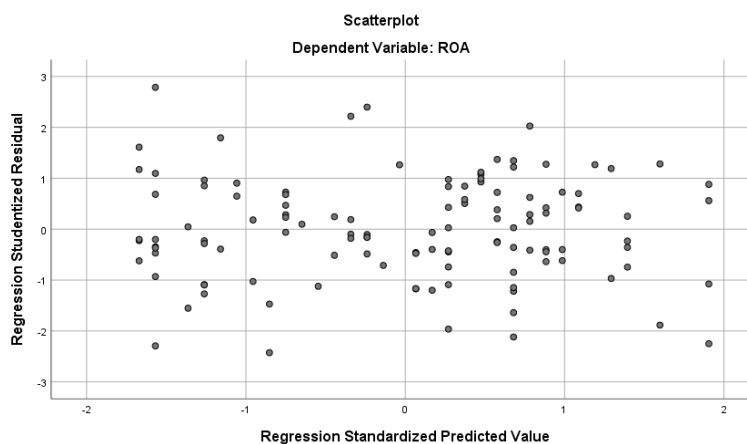
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	ROA	,115 ^a	,013	,005	4,20588	1,097
2	ROE	,221 ^a	,049	,040	8,27542	1,158
3	ROS	,129 ^a	,017	,008	5,26876	1,045

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

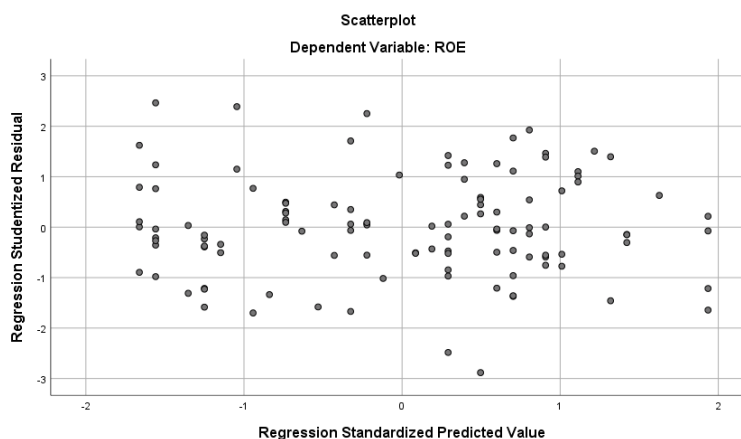
Berdasarkan hasil uji autokorelasi sesudah *outlier* pada Tabel 3 menunjukkan hasil autokorelasi sesudah *outlier*, dengan nilai Durbin-Watson pada model 1 sebesar 1,097. Pada model 2 nilai Durbin-Watson sebesar 1,158. Pada model 3 nilai Durbin-Watson sebesar 1,045. Hasil uji autokorelasi pada tabel 7 menunjukkan bahwa tidak terjadi adanya autokorelasi, sebab nilai Durbin-Watsonnya berada diantara -2 dan +2 sehingga model regresi dalam penelitian ini layak untuk digunakan dalam penelitian.

Uji Heteroskedastisitas

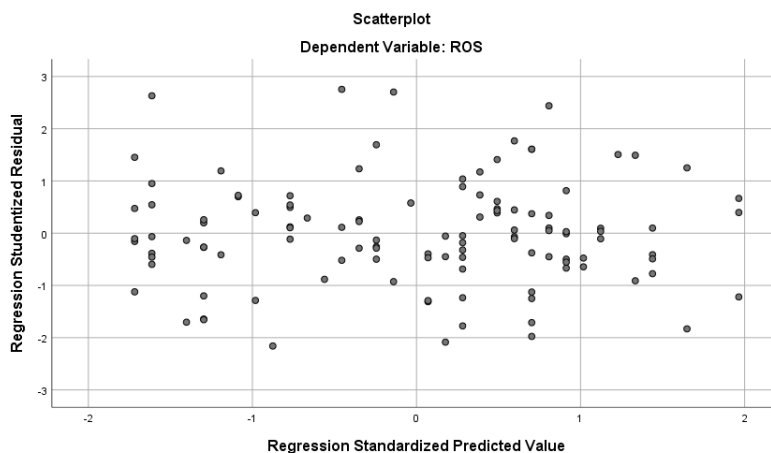
Gambar 5, Gambar 6, dan Gambar 7 ini merupakan hasil dari heteroskedastisitas dengan melihat pola grafik scatterplot atau dari nilai prediksi variabel terkait antara SRESID dengan residual *error* yaitu ZPRED.



Gambar 5
Grafik Scatterplot Sesudah *Outlier* (ROA)
 Sumber: Data Sekunder diolah, 2022



Gambar 6
Grafik Scatterplot Sesudah *Outlier* (ROE)
 Sumber: Data Sekunder diolah, 2022



Gambar 7
Grafik Scatterplot Sesudah Outlier (ROS)
Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Berdasarkan hasil *scatterplot* pada gambar diatas model regresi ROA, ROE, ROS dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, serta titik-titik pada grafik menyebar di atas dan di bawah angka nol (0) pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ROS tidak menghasilkan heteroskidastisitas.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap ROA, CSR terhadap ROE, dan CSR terhadap ROS. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menguji hubungan antara variabel penelitian dan untuk memahami pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan sederhananya adalah:

$$Y_1 = a + bx + e \quad (1)$$

$$Y_2 = a + bx + e \quad (2)$$

$$Y_3 = a + bx + e \quad (3)$$

Tabel 4 merupakan hasil analisis regresi linear sederhana sesudah *outlier*:

Tabel 4
Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Sesudah Outlier

		Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	
1	(Constant)	ROA	1,078	,818		1,317	,190
		CSR	3,859	3,072	,115	1,256	,212
2	(Constant)	ROE	,658	1,654		,398	,691
		CSR	14,952	6,268	,221	2,385	,019
3	(Constant)	ROS	1,231	1,066		1,155	,251
		CSR	5,612	4,032	,129	1,392	,167

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Dari hasil uji analisis regresi linear sederhana pada Tabel 4 dapat diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y_1 (\text{ROA}) = 1,078 + 3,859x + e$$

$$Y_2 (\text{ROE}) = 0,658 + 14,952x + e$$

$$Y_3 (\text{ROS}) = 1,231 + 5,612x + e$$

Uji t

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan hasil uji t sebagai berikut: (1) *Return On Asset* menunjukkan hasil nilai t-hitung sebesar 1,256 dengan nilai tingkat signifikansi sebesar 0,212, dimana nilai signifikansi lebih besar dari nilai signifikansi yang digunakan 0,05. Berdasarkan hasil uji t pada tabel 10 membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap *Return On Asset* (ROA) ditolak. Sehingga hipotesis pertama (H_1) yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap *Return On Asset*. (2) *Return On Equity* menghasilkan nilai t-hitung sebesar 2,385 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,019 lebih kecil dari nilai signifikansi yang digunakan 0,05. Berdasarkan hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap *Return On Equity* (ROE), sehingga hipotesis kedua (H_2) yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap *Return On Equity* (ROE) diterima. (3) *Return On Sales* menunjukkan nilai t-hitung) sebesar 1,392 dengan nilai tingkat signifikansi 0,167, dimana nilai signifikansi lebih besar dari nilai signifikansi yang digunakan 0,05. Berdasarkan hasil uji t pada tabel 10 membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap *Return On Sales* (ROS) ditolak, sebab CSR tidak berpengaruh terhadap ROS. Sehingga hipotesis ketiga (H_3) yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap *Return On Sales*.

Pembahasan

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap *Return On Asset* (ROA)

Hasil pengujian pertama menunjukkan bahwa kinerja keuangan yang diproksikan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap pada *Return On Asset* (ROA) perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dapat dijelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap *Return On Asset* (ROA) dikarenakan hasil dari uji statistik deskriptif pada Tabel 4 nilai rata-rata sebesar 1,9856 yang termasuk rendah. Dapat disimpulkan bahwa besar kecilnya aset perusahaan tidak akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial yang ditetapkan perusahaan. Sehingga pengujian hipotesis pertama tidak dapat diterima. Hal tersebut dapat dilihat pada hasil uji t di Tabel 4 yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 1,256 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,212 lebih besar dari nilai signifikansi yang digunakan 0,05.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) meyakinkan publik bahwa perusahaan menghasilkan produk yang berkualitas dan beroperasi sesuai dengan etika dan standar yang berlaku umum. Menurut teori *stakeholder*, semakin banyak informasi yang diungkapkan perusahaan, semakin besar kepercayaan *stakeholder*. Seiring dengan meningkatnya kepercayaan *stakeholder*, maka tingkat penjualan perusahaan akan meningkat. Peningkatan penjualan akan meningkatkan laba bersih perusahaan dan berdampak positif terhadap *Return On Asset* (ROA). Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Parengkuan, 2017) yang menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap *Return On Asset* (ROA). Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Rosiliana *et al.*, (2014), Simaremare dan Gaol (2018), Ahyani dan Puspasai (2019), dan Husnan (2013) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap *Return On Asset* (ROA).

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Equity* (ROE)

Hasil pengujian kedua menunjukkan bahwa kinerja keuangan yang diproksi dengan *Return On Equity* (ROE) berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada

perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dapat dijelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap *Return On Equity* (ROE), dimana perusahaan meningkatkan pengungkapan sosial maka *Return On Equity* akan semakin besar, dan juga sebaliknya jika pengungkapan sosial semakin rendah maka *Return On Equity* juga semakin rendah. Sehingga pengujian hipotesis kedua dapat diterima. Hal tersebut dapat dilihat pada hasil uji statistik t di tabel 10 yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 2,385 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,019 lebih besar dari nilai signifikansi yang digunakan 0,05.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kinerja CSR perusahaan dan pengungkapan dalam laporan tahunan komprehensifnya, semakin besar kemungkinan untuk meningkatkan kepercayaan *stakeholder* terhadap perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang dikemukakan oleh Gantino (2016) yang menyatakan bahwa dengan adanya kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar, serta para *stakeholder* lebih mengetahui informasi tentang perusahaan sehingga dapat berdampak positif untuk meningkatkan kepercayaan *stakeholder* terhadap perusahaan. Kepercayaan ini dapat menarik sumber modal seperti investor, kreditor, dan pemegang saham sehingga perusahaan dapat meningkatkan profitabilitasnya dan meningkatkan aset pemilik secara berkelanjutan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ahyani dan Puspitasai (2019), Prasetyo dan Meiranto (2017), Opu (2013) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap *Return On Equity* (ROE). Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian (Husnan, 2013) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap *Return On Equity* (ROE).

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Return On Sales (ROS)

Hasil pengujian ketiga menunjukkan bahwa kinerja keuangan yang diprosikan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap pada *Return On Sales* (ROS) perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dapat dijelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap *Return On Sales* (ROS) dikarenakan hasil dari uji statistik deskriptif pada tabel 4 nilai rata-rata sebesar 2,5492 yang termasuk rendah. Dapat disimpulkan bahwa besar kecilnya penjualan perusahaan tidak akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial yang ditetapkan perusahaan. Sehingga pengujian hipotesis ketiga tidak dapat diterima. Hal tersebut dapat dilihat pada hasil uji statistik t di tabel 10 yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 1,392 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,167 lebih besar dari nilai signifikansi yang digunakan 0,05.

Hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan kinerja keuangan dijelaskan bahwa dengan adanya CSR di perusahaan akan mempengaruhi peningkatan *Return On Sales* (ROS) perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah ekspresi tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masalah lingkungan, sosial, ketenagakerjaan dan sosial lainnya karena munculnya tanggung jawab sosial yang tinggi, dan akan memiliki dampak positif pada ROS. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Purnaningsih (2018) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap *Return On Sales* (ROS). Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosiliana *et al.*, (2014) dan Husnan (2013) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap *Return On Sales* (ROS).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017 hingga 2020. Dalam penelitian ini menggunakan data

dari 32 perusahaan selama 4 tahun pengamatan yang dimana data tersebut telah dilakukan *outlier* data. Maka kesimpulan yang dapat disampaikan sebagai berikut: (1) *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap *Return On Asset* (ROA). Hal ini menunjukkan bahwa besar kecilnya aset perusahaan tidak akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial yang ditetapkan perusahaan. (2) *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return On Equity* (ROE). Semakin tinggi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan maka dapat menumbuhkan kepercayaan *stakeholder* kepada perusahaan. (3) *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap *Return On Sales* (ROS). Hal ini menunjukkan bahwa besar kecilnya penjualan perusahaan tidak akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial yang ditetapkan perusahaan.

Keterbatasan

Pada penelitian ini memiliki keterbatasan untuk dijadikan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya. Keterbatasan penelitian yaitu: (1) Dalam proses penelitian ini terdapat data yang ekstrem sehingga terjadi ketidaknormalan data, dan dilakukan *outlier* untuk data ekstrem agar mendapatkan data yang normal dan layak. (2) Dalam penelitian ini hanya menggunakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel independen atau variabel bebas dalam pengujian terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Saran

Berdasarkan dari hasil pembahasan serta simpulan tersebut, maka peneliti dapat menyampaikan beberapa saran sebagai berikut: (1) Bagi penelitian selanjutnya dianjurkan untuk menambah variabel independen atau variabel bebas lainnya dalam mempengaruhi variabel dependen kinerja keuangan, sehingga variabel independen tidak hanya satu. (2) Penelitian selanjutnya disarankan agar menambahkan jumlah sampel yang lebih banyak dari jumlah sampel pada penelitian ini, agar hasil yang didapatkan menjadi lebih baik. (3) Bagi peneliti selanjutnya disarankan menggunakan sampel perusahaan di sektor lain untuk dapat mengetahui perbedaannya apabila menggunakan sampel dari perusahaan sektor lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyani, R. dan W. Puspitasai. 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.
- Firdausi, F., M. Ibrahim, dan N. A. Mersa. 2018. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Pada Bank Pembangunan Daerah Kalimantan. *Jurnal Akuntansi Multi Dimensi* 1 (1): 54-59.
- Firmansyah, M. A. dan B. W. Mahardhika. 2018. *Pengantar Manajemen*. Cetakan Pertama. Deepublish. Yogyakarta.
- 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.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Cetakan-8. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Husnan, A. 2013. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR Disclosure) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Indrawan, C. D. 2011. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Jaya, I. M. L. M. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Cetakan Pertama. Anak Hebat Indonesia. Yogyakarta.

- Maulana, F. dan E. N. A. Yuyetta. 2014 Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Of Accounting* 3 (2): 1-14.
- Mustafa, C. C. 2014. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* 3 (6): 1-15.
- Octavia, H. dan Hermi. 2014. Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010 dan 2011). *Jurnal Akuntansi Trisakti* 1 (1): 41-59.
- Okegbe, T. O. dan F. C. Egbunike. 2016. Corporate Social Responsibility and Financial Performance of Selected Quoted Companies In Nigeria. *Journal of Social Development* 5 (4) 168-189.
- Opu, A. H. 2013. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perbankan Di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Alauddin. Makassar.
- Parengkuan, W. E. 2017. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar DI Bursa Efek Indonesia Melalui Pojok Bursa FEB-UNSRAT. *Jurnal EMBA* 5 (2): 564-571.
- Purnaningsih, D. 2018. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar DI Bursa Efek Indonesia (BEI). *Skripsi*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Prasetyo, A. dan W. Meiranto. 2017. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013-2015. *Jurnal Akuntansi* 6(3): 1-12.
- Pratiwi, P. 2019. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar di JII Pada Thun 2017-2018). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri. Lampung.
- Priwoputro, F. A. 2020. Analisis Penaruh Perubahan Rasio Aktivitas dan Nilai Inflasi Terhadap Profitabilitas Perusahaan Multi Finance PT BFI Finance Indonesia Tbk Periode 2014-2019. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Jakarta.
- Rahayu. 2020. *Kinerja Keuangan Perusahaan*. Cetakan Pertama. Program Pascasarjana Universitas Prof. Moestopo (Beragama). Jakarta.
- Rismawati. 2020. *Konsep Corporate Spiritual Responsibility: Menggagas Konsep CSR Ber-Tuhan*. Cetakan Pertama. Rajawali Persada. Depok.
- Rosiliana, K. G, A. Yuniarta. dan N. A. S. Darmawan. 2014. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Strudi Empiris Pada Perusahaan LQ45 di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2012). *e-Journal Akuntansi Program S1 02* (1).
- Said, A L. 2018. *Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Governance*. Cetakan Pertama. Deepublish. Yogyakarta.
- Santoso, S. 2010. *Statistik Multivariat*. Cetakan Pertama. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Satria, E. D. dan Daljono. 2014. Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011). *Jurnal Of Accounting* 3 (1): 1 -15.
- Simaremare, H. R. dan R. L. Gaol. 2018. Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi* 4 (2): 157-174.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Cetakan Ke-18. Alfabeta. Bandung.
- Sujarweni, W. W. 2019. *Analisis Laporan Keuangan*. Pustaka Baru. Yogyakarta.
- Sulistiyowati, A. 2018. Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Dan Return Saham (Studi Empiris pada Perusahaan

- Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2011-2016). *Skripsi*. Program Pasca Sarjana Universitas Islam Indoneisa. Yogyakarta.
- Syairozi, M. I. 2019. *Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur Dan Perbankan*. Cetakan Pertama. Tidar Media. Magelang.
- Utami, P. 2017. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan High Profile Terbuka Di Indonesia. *Skripsi*. Program Pasca Sarjana Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Utomo, M. N. 2019. *Ramah Lingkungan dan Nilai Perusahaan*. Cetakan Pertama. Jakad Publishing. Surabaya.
- Wati, L. N. 2019. *Model Corporate Social Responsibility (CSR)*. Cetakan Pertama. Myria Publisher. Ponorogo.
- Wijaya, R. 2019. Analisis Perkembangan Return On Assets (ROA) dan Return On Equity (ROE) Untuk Mengukur Kinerja Keuangan. *Jurnal Ilmu Manajemen* 9 (1): 40-51.