

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP  
KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR  
INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR  
DI BURSA EFEK INDONESIA**

**Galih Fajar Pamungkas  
Winarsih**

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Sultan Agung Semarang  
(galih99@std.unissula.ac.id)

***ABSTRACT***

*The purpose of this study was to analyze the effect of Corporate Social Responsibility on Return On Assets, Return On Equity, and Earning Per Share. Corporate Social Responsibility is an investment for companies for the company's growth and sustainability. CSR activities can increase the company's reputation and public trust in using the company's products so that Return On Assets, Return On Equity, and Earning Per Share will increase. This type of research is qualitative research. The sample of this research is the consumer goods industry sector companies listed on the IDX for the period 2015 - 2019 which were taken by purposive sampling method. The results of this study indicate that CSR has a positive effect on ROA, ROE, and EPS. This shows that CSR activities carried out by companies can improve the company's financial performance, especially ROA, ROE, and EPS*

*Keywords: Corporate Social Responsibility, Return On Assets, Return On Equity, Earning Per Share*

**PENDAHULUAN**

Dewasa ini masyarakat semakin cermat dalam menilai dampak sosial yang ditimbulkan perusahaan dari proses produksinya. Hal ini menimbulkan tuntutan kepada perusahaan agar memperhatikan dampak sosial yang timbul dan bagaimana mengatasinya. Tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) yang dilakukan oleh perusahaan tidak hanya sebatas peduli lingkungan saja, tetapi juga kepada seluruh pemangku kepentingan diantaranya karyawan, pelanggan, kreditor, pemegang saham, dan komunitas (Parengkuan, 2017).

Awalnya CSR dilandasi oleh kegiatan yang bersifat 'filantropi' yakni dorongan kemanusiaan yang bersumber dari norma dan etika universal untuk menolong sesama dan memperjuangkan pemerataan sosial. Saat ini CSR telah dijadikan sebagai salah satu strategi oleh perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan, yang akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan (Sari & Azizah, 2019)

CSR merupakan wujud dari tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki lingkungan yang rusak dan gap sosial yang terjadi karena

adanya kegiatan operasional perusahaan tersebut. *Corporate Social Responsibility* menjadi suatu bentuk penanaman modal yang UU Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 adalah dasar hukum yang digunakan untuk mempraktikkan CSR oleh perusahaan sejak tanggal 16 Agustus 2007. Pada ketentuan tersebut mengatur tentang tindakan yang harus dilakukan perusahaan terkait dengan sumber daya alam yang wajib dipertanggung jawabkan oleh perusahaan khususnya dalam bidang lingkungan dan sosial (Aryati, 2017).

Pesatnya perkembangan dunia bisnis menjadikan adanya tuntutan terhadap perusahaan untuk dapat bersaing secara sehat, taat terhadap aturan/norma, dan tidak melakukan aktivitas yang merusak lingkungan. Jika perusahaan melanggarnya, maka perusahaan akan mendapatkan sanksi hukum. Perusahaan seharusnya tidak tertuju pada peningkatan laba saja, akan tetapi ada sejumlah pertimbangan yang harus dilakukan perusahaan terkait dengan risiko produksi yang bisa saja memberikan dampak negati pada sosial dan lingkungan (Respati & Hadiprajitno, 2015).

Kondisi lokasi tempat berdirinya suatu perusahaan dapat menjadi tolok ukur mampu tidaknya perusahaan untuk berkompetisi. Oleh sebab itu, CSR harus dipahami secara utuh dalam 1 model piramida. CSR adalah bentuk dari rasa peduli suatu perusahaan yang berdasar pada *triple bottom lines*, yaitu *profit*, *people* dan *planet* (3P) (Prasetyo & Meiranto, 2017).

*Profit*, perusahaan harus mempunyai tujuan untuk

dilakukan oleh perusahaan demi tumbuh kembang perusahaan dan kelangsungan hidup perusahaan (Ramlah *et al.*, 2016).

menghasilkan laba agar dapat tumbuh dan berkembang. *People*, perusahaan harus mempunyai rasa peduli terhadap kemakmuran masyarakat sekitar. Contohnya, memberikan beasiswa bagi siswa yang tinggal disekitar perusahaan, membangun fasilitas edukasi, dan kesehatan, menguatkan kemampuan perekonomian daerah, dan merancang skema untuk melindungi aktivitas warga disekitar lingkungan perusahaan. *Planet*, perusahaan harus dapat mempedulikan aktivitas operasionalnya terhadap keaneka ragaman hayati yang berkelanjutan. Contohnya, penghijauan, membangun fasilitas air bersih, mengembangkan ekoturisme, dan memperbaiki pemukiman. (Prasetyo & Meiranto, 2017).

Aktivitas CSR perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan sehingga reputasi perusahaan juga meningkat dimata masyarakat. Masyarakat menjadi tertarik untuk membeli produk perusahaan. Semakin diminatnya produk perusahaan di pasaran maka laba (*profit*) yang dapat dihasilkan perusahaan akan semakin meningkat (Purnaningsih, 2018).

Fenomena CSR di Indonesia yang memberikan dampak negatif yaitu aktivitas PT. Freeport Indonesia, dimana perusahaan tersebut seharusnya bisa membangun fasilitas pelayanan medis bagi Papua, Banti dan Timika. Selain itu, PT. Freeport Indonesia juga seharusnya bisa memberikan bantuan dana

pendidikan, dan mengembangkan program wirausaha di Timika dan Komoro. Tetapi, berbagai CSR tersebut masih belum dilakukan dengan baik oleh PT Freeport sehingga masyarakat di Papua masih belum merasakan perbaikan kualitas kehidupan. Sejak awal ditahun 1969, PT Freeport masih saja mengakibatkan konflik dengan masyarakat sekitar, baik terkait dengan kesenjangan ekonomi dan sosial, pelanggaran adat, ataupun penggunaan tanah masyarakat (Aulia, 2019).

Fenomena CSR di Indonesia yang memberikan dampak positif yaitu dilakukan oleh PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) yang memberikan dana riset kepada 63 mahasiswa yang berasal dari 33 perguruan tinggi negeri dan 12 perguruan tinggi swasta melalui program Indofood Riset Nugraha (IRN) periode 2019-2020. Program IRN tersebut mengangkat tema Pengembangan Sistem Pangan Berkelanjutan Berbasis Potensi dan Kearifan Lokal untuk Peningkatan, Kecerdasan, Kesehatan, dan Prestasi Bangsa. Total dana riset yang digelontorkan oleh PT. Indofood Sukses Makmur Tbk mencapai Rp 2,2 miliar. Selain itu, mahasiswa yang mendapatkan dana riset juga mengikuti pelatihan, serta dibimbing dan didampingi oleh pakar-pakar yang sudah dikenal baik di Indonesia maupun di tingkat global. program ini dapat bermanfaat dan memotivasi para mahasiswa untuk menciptakan inovasi melalui riset yang dapat memberikan kontribusi bagi ketahanan pangan dan nutrisi di Indonesia (Qolbi & Winarto, 2019).

Pengungkapan CSR merupakan informasi non finansial yang dapat mencerminkan kinerja keuangan perusahaan yang sering kali digunakan sebagai dasar pertimbangan para calon investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan (Harahap, 2019). Saat para investor mempertimbangkan keputusannya untuk berinvestasi pada suatu perusahaan maka akan langsung berdampak positif kinerja keuangan perusahaan sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Kinerja keuangan adalah suatu hasil yang dicapai perusahaan pada waktu tertentu dengan untuk menghasilkan laba sebanyak-banyaknya (Sulistiyowati, 2018).

Rasio yang terkait dengan keuntungan perusahaan pada periode akuntansi tertentu sering disebut sebagai rasio profitabilitas. Pengukuran rasio profitabilitas pada suatu perusahaan dimaksudkan untuk melihat seberapa efektif pengelolaan finansial yang dilakukan oleh manajemen untuk dapat menghasilkan *return* (tingkat pengembalian) dari dana yang sudah ditanamkan oleh para investor pada perusahaan (Ramlah *et al.*, 2016). Rasio profitabilitas ini sangat dibutuhkan oleh para investor khususnya para investor jangka panjang. Hal itu dikarenakan profitabilitas tidak hanya digunakan oleh perusahaan untuk menjaga pertumbuhan bisnisnya tetapi juga dapat meningkatkan kondisi finansial perusahaan di masa depan (Pratiwi *et al.*, 2020). Pada penelitian ini menggunakan 3 rasio profitabilitas yang dapat menggambarkan kinerja keuangan pada suatu perusahaan

yaitu *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), dan *Earning Per Share* (EPS).

## KAJIAN PUSTAKA

### *Stakeholder Theory*

Aktivitas CSR tidak hanya mengacu pada pemilik (pemegang saham) saja, melainkan juga para *stakeholders*-nya yang memberikan dampak langsung dari eksistensi perusahaan (Gantino, 2016). Kuatnya dukungan *stakeholder* terhadap kegiatan perusahaan dapat meningkatkan CSR yang diungkapkan perusahaan (Saputri & Utami, 2020). Menurut Prasetyo & Meiranto (2017), perusahaan yang tidak memperhatikan *stakeholder*-nya akan sulit dalam memperoleh dukungan sumber daya untuk meraih tujuan laba yang optimal walaupun kinerja perusahaan sudah baik.

### *Legitimacy Theory*

Perusahaan dapat mencapai tujuannya dengan baik jika perusahaan tersebut mendapatkan pengakuan (legitimasi) dari masyarakat sekitar tempat perusahaan melakukan kegiatan operasionalnya. Perusahaan tidak hanya mengutamakan kepentingan perusahaan saja tetapi juga harus dapat memberikan manfaat bagi masyarakat yang tinggal disekitar lokasi operasional perusahaan (Saputri & Utami, 2020).

### *Corporate Social Responsibility (CSR)*

CSR merupakan wujud dari tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki lingkungan yang rusak dan gap sosial yang terjadi karena adanya kegiatan operasional

perusahaan tersebut. *Corporate Social Responsibility* menjadi suatu bentuk penanaman modal yang dilakukan oleh perusahaan demi tumbuh kembang perusahaan dan kelangsungan hidup perusahaan (Ramlah *et al.*, 2016).

Menurut Sari & Azizah (2019), CSR harus bersinergi dengan pengembangan konsep *triple bottom line* melalui *social justice*, *environmental quality* dan *economic prosperity*. Elkington berpendapat bahwa entitas yang menginginkan usahanya tetap bertahan, harus mempedulikan elemen “3P”. Selain dapat menciptakan profit, entitas juga harus mempedulikan dan ikut serta dalam mensejahterakan masyarakat (*people*) serta aktif dalam mempertahankan kelestarian lingkungan (*planet*)

### *Return On Assets (ROA)*

*Return On Assets* (ROA) digunakan untuk mengevaluasi potensi yang dimiliki perusahaan terhadap seluruh dana investasi yang ada untuk operasional perusahaan agar dapat menciptakan laba melalui pemanfaatan aktiva yang dimiliki perusahaan (Sari & Azizah, 2019). Bagi pihak manajemen, ROA sangatlah berperan penting karena dapat digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi dan efektivitas manajemen dalam melakukan pengelolaan aset-aset yang dimiliki perusahaan. Perusahaan yang mempraktikkan CSR cenderung akan lebih dipercaya oleh masyarakat sehingga masyarakat akan menggunakan produk yang dihasilkan perusahaan dan reputasi perusahaan juga akan mengalami peningkatan. Tingginya permintaan

produk oleh masyarakat akan berdampak pada peningkatan perolehan laba perusahaan.

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

*Return On Equity* (ROE) merupakan salah satu alat utama investor yang digunakan dalam menilai kelayakan suatu saham, tidak dapat dipungkiri bahwa ROE merupakan salah satu alat paling sering digunakan investor untuk melakukan pengambilan keputusan untuk melakukan investasi. ROE mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan modal yang dimiliki perusahaan (Sari & Azizah, 2019). *Return On Equity* (ROE) yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham (Dewi & Pitawati, 2018). Aktivitas CSR perusahaan akan membangun citra baik dimata masyarakat. Jika perusahaan sudah dikenal dengan citra yang baik maka masyarakat akan percaya akan produk yang dihasilkan perusahaan. Kemudian timbulah loyalitas konsumen yang nantinya mempengaruhi tingginya penjualan perusahaan yang berdampak pada kenaikan laba perusahaan.

#### ***Earning Per Share (EPS)***

*Earning Per Share* (EPS) merupakan rasio untuk mengevaluasi kemampuan tiap lembar saham untuk menciptakan keuntungan/laba. Oleh karena itu, calon pemegang saham, pemegang saham, dan manajemen perusahaan sangat mengharapkan tingginya pertumbuhan EPS (Sari & Azizah, 2019). Hal tersebut karena salah satu indikator kesuksesan

perusahaan dalam menciptakan keuntungan (Putri *et al.*, 2014 dalam Dewi & Pitawati, 2018). Aktivitas CSR selain untuk menunjukkan citra baik dan membangun kepercayaan masyarakat dalam hal ini untuk memperkenalkan produk dan menarik loyalitas masyarakat terhadap produk perusahaan juga akan mempengaruhi harga saham atau EPS perusahaan. Dengan demikian CSR juga mempengaruhi investor dalam menginvestasikan modalnya mempertimbangkan kegiatan CSR perusahaan sebagai salah satu bentuk kepedulian sosial. Dari pendapat diatas ,maka dapat diketahui bahwa CSR yang dilakukan perusahaan dianggap sebagai tanggung jawab terhadap pemangku kepentingan (*stakeholder*).

#### **Pengembangan Hipotesis Pengaruh CSR Terhadap ROA**

Perusahaan yang melaksanakan kegiatan CSR akan semakin dipercaya oleh masyarakat sehingga produk dan reputasi perusahaan akan mengalami peningkatan. Hal tersebut mengakibatkan publik akan lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga akan meningkatkan keinginan publik untuk menggunakan produk suatu perusahaan. Bertambahnya peminat produk dari suatu perusahaan dipasaran maka akan menambah perolehan laba perusahaan yang berimbas pada peningkatan ROA suatu perusahaan (Pratiwi *et al.*, 2020). Menurut teori *stakeholder*, perusahaan dan *stakeholder* akan mendapatkan keuntungan tersendiri bila melakukan pengungkapan CSR sehingga aset perusahaan akan

bertambah (Saputri & Utami, 2020). Menurut teori legitimasi, teori legitimasi, legitimasi yang diberikan oleh masyarakat akan meningkat seiring dengan peningkatan CSR yang dilakukan karena dapat berdampak positif bagi sikap konsumen atas produk perusahaan sehingga laba bersih dan aset perusahaan bertambah (Gantino, 2016)

Semakin banyak CSR yang dilakukan perusahaan maka semakin tinggi ROA sehingga semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih. Akibatnya akan meningkatkan daya tarik investor kepada perusahaan karena tingkat pengembalian atau deviden akan semakin besar (Pratiwi *et al.*, 2020). Penelitian tentang CSR terhadap ROA yang dilakukan oleh Prasetyo & Meiranto (2017), Aryati (2017), Sari & Azizah (2019), serta Gantino (2016) mengemukakan jika CSR berpengaruh positif terhadap ROA. Hipotesis pertama yang peneliti ajukan yaitu:

**H<sub>1</sub> : CSR berpengaruh positif terhadap ROA**

#### **Pengaruh CSR terhadap ROE**

Perusahaan yang melaksanakan kegiatan CSR perusahaan akan memperoleh citra positif dari publik sehingga akan semakin dipercaya oleh publik. Hal tersebut dapat berdampak positif terhadap kesetiaan konsumen. Selanjutnya, penjualan produk akan bertambah sehingga keuntungan perusahaan akan bertambah. Satu dari beberapa alat yang digunakan untuk menilai profitabilitas perusahaan adalah ROE (Pratiwi *et al.*, 2020). Menurut teori *stakeholder*,

perusahaan dan *stakeholder* akan mendapatkan keuntungan tersendiri bila melakukan pengungkapan CSR sehingga aset perusahaan akan bertambah (Saputri & Utami, 2020). Menurut teori legitimasi, teori legitimasi, legitimasi yang diberikan oleh masyarakat akan meningkat seiring dengan peningkatan CSR yang dilakukan karena dapat berdampak positif bagi sikap konsumen atas produk perusahaan sehingga laba bersih dan ekuitas perusahaan bertambah (Gantino, 2016).

Semakin banyak CSR yang dilakukan perusahaan maka semakin tinggi ROE sehingga semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih. Tingginya nilai ROE akan menjadi pertimbangan bagi investor untuk berinvestasi pada suatu perusahaan (Pratiwi *et al.*, 2020). Penelitian tentang CSR terhadap ROA yang dilakukan oleh Prasetyo & Meiranto (2017), Aryati (2017), Sari & Azizah (2019), serta Gantino (2016) mengemukakan jika CSR berpengaruh positif terhadap ROA. Hipotesis kedua yang peneliti ajukan yaitu:

**H<sub>2</sub> : CSR berpengaruh positif terhadap ROE**

#### **Pengaruh CSR terhadap EPS**

Perusahaan yang melakukan aktivitas CSR selain untuk menunjukkan citra baik dan membangun kepercayaan masyarakat dalam hal ini untuk memperkenalkan produk dan menarik loyalitas masyarakat terhadap produk perusahaan juga akan mempengaruhi harga saham atau EPS perusahaan. Dengan kata lain CSR juga mempengaruhi investor dalam

menginvestasikan modal salah satunya mempertimbangkan aktivitas CSR sebagai wujud dari rasa kepedulian terhadap lingkungan dan sosial. Dengan kata lain, program-program CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan menjadi tanggung jawab yang sudah seharusnya terhadap para *stakeholder*. EPS adalah jumlah laba yang didapat oleh para investor setiap lembar sahamnya. EPS bisa dipergunakan untuk mengevaluasi kinerja finansial perusahaan. Kinerja sosial, lingkungan dan ekonomi adalah wujud dari pengungkapan CSR. Peningkatan kinerja oleh perusahaan akan digunakan untuk memperbaiki lingkungan sehingga citra perusahaan akan mengalami peningkatan (Saputri & Utami, 2020). Menurut teori *stakeholder*, perusahaan dan *stakeholder* akan mendapatkan keuntungan tersendiri bila melakukan pengungkapan CSR sehingga aset perusahaan akan bertambah (Saputri & Utami, 2020). Menurut teori legitimasi, teori legitimasi, legitimasi yang diberikan oleh masyarakat akan meningkat seiring dengan peningkatan CSR yang dilakukan karena dapat berdampak positif bagi sikap konsumen atas produk perusahaan sehingga laba bersih laba per saham perusahaan bertambah (Gantino, 2016).

Semakin banyak CSR yang dilakukan perusahaan maka semakin tinggi EPS sehingga semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih. Penelitian tentang CSR terhadap EPS yang dilakukan oleh Ramlah *et al.*, (2016), Bahy & Wibisono (2017), Dewi & Pitawati (2018), serta Sari & Azizah (2019) mengemukakan jika CSR

berpengaruh positif terhadap EPS. Hipotesis ketiga yang peneliti ajukan yaitu:

**H<sub>3</sub> : CSR berpengaruh positif terhadap EPS**

## **METODE PENELITIAN**

### **Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2015 - 2019. Sampel yang dipilih dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode *purposive sampling* yaitu metode pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu untuk mendapatkan sampel yaitu :

1. Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2015 - 2019.
2. Perusahaan sektor industri barang konsumsi menerbitkan laporan keuangan tahunan 2015-2019
3. Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang tidak mengalami kerugian selama periode 2015-2019
4. Perusahaan sektor industri barang konsumsi memiliki kelengkapan data yang dibutuhkan

### **Definisi Variabel dan Pengukuran Variabel**

#### 1. Variabel Dependen

- a. *Return On Assets* (ROA) digunakan untuk mengevaluasi potensi yang dimiliki perusahaan terhadap seluruh dana investasi yang ada untuk operasional perusahaan agar dapat menciptakan laba melalui pemanfaatan aktiva yang

dimiliki perusahaan (Sari & Azizah, 2019). Rumus yang digunakan adalah:

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

- b. *Return On Equity* (ROE) merupakan salah satu alat utama investor yang digunakan dalam menilai kelayakan suatu saham, tidak dapat dipungkiri bahwa ROE merupakan salah satu alat paling sering digunakan investor untuk melakukan pengambilan keputusan untuk melakukan investasi. ROE mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan modal yang dimiliki perusahaan (Sari & Azizah, 2019). Rumus yang digunakan adalah:

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

- c. *Earning Per Share* (EPS) merupakan rasio untuk mengevaluasi kemampuan tiap lembar saham untuk menciptakan keuntungan/laba. Oleh karena itu, calon pemegang saham, pemegang saham, dan manajemen perusahaan sangat mengharapkan tingginya pertumbuhan EPS (Sari & Azizah, 2019). Rumus yang digunakan adalah:

$$EPS = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Saham yang Beredar}} \times 100\%$$

## 2. Variabel Independen

CSR merupakan wujud dari tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki lingkungan yang rusak dan gap sosial yang terjadi karena adanya kegiatan operasional perusahaan tersebut.

*Corporate Social Responsibility* menjadi suatu bentuk penanaman modal yang dilakukan oleh perusahaan demi tumbuh kembang perusahaan dan kelangsungan hidup perusahaan (Ramlah *et al.*, 2016). Pedoman pengungkapan CSR merujuk pada *Global Reporting Initiative* (GRI) generasi empat (G4) dengan 91 item pengungkapan CSR. Informasi mengenai CSR berdasarkan GRI terbagi ke dalam 3 klasifikasi antara lain: sosial, ekonomi, dan lingkungan. Rumus yang digunakan adalah:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_{ij}}$$

Keterangan:

$CSRI_j$  = *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan  
 $\sum X_{ij}$  = Total pengungkapan CSR oleh perusahaan  
 $N_{ij}$  = Total item yang harus diungkapkan oleh perusahaan (91 item)

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Hasil Uji Asumsi Klasik

##### 1. Hasil Uji Normalitas

Uji ini dipergunakan untuk mengevaluasi nilai residual apakah normal atau tidak (Ghozali, 2018). Setelah diuji secara statistik dengan uji *Kolmogorov Smirnov* memperlihatkan nilai signifikansi pada model 1 sebesar 0,200, nilai signifikansi pada model 2 sebesar 0,061, dan nilai signifikansi pada model 1 sebesar 0,055. Sehingga dapat dikatakan bahwa semua model memiliki nilai signifikan > 0,05 artinya



residual data regresi sudah mengikuti distribusi normal.

## 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji ini dipergunakan untuk mengevaluasi eksistensi korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2018). Berdasarkan hasil pengolahan menunjukkan bahwa variabel CSR pada model 1, model 2, dan model 3 memiliki nilai toleransi lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Artinya, tidak terjadi multikolinearitas pada data regresi. Dengan demikian data dapat dianalisis lanjut.

## 3. Hasil Uji Autokorelasi

Uji ini dipergunakan untuk menetapkan eskistensi dari korelasi antar residual pengamatan pada waktu yang berlainan (Ghozali, 2018). Berdasarkan hasil pengolahan menunjukkan bahwa nilai *Durbin Watson* pada model 1 sebesar 2,045; model 2 sebesar 1,946; dan model 3 sebesar 2,062. Nilai dL dan dU yang didapat dari tabel Durbin Watson pada jumlah variabel independen ( $k$ ) = 1 dan jumlah sampel ( $n$ ) = 115 adalah dL = 1,678 dan dU = 1,713 sehingga nilai 4-dU = 2,287. Dengan kata lain, nilai *Durbin Watson* pada model 1, model 2, dan model 3 berada diantara dU dan 4-dU. Artinya, tidak terjadi autokorelasi.

## 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dipergunakan untuk menetapkan ada atau tidaknya varian yang sama antar pengamatan yang berbeda (Ghozali, 2018). Berdasarkan hasil pengolahan menunjukkan bahwa variabel independen CSR

nilai signifikansi model 1 sebesar 0,132; signifikansi model 2 sebesar 0,142; dan signifikansi pada model 3 sebesar 0,264. Semua nilai signifikansi dari uji *glejser* diatas 0,05. Artinya, tidak terjadi heteroskedastistas

## Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah suatu model untuk menganalisis pengaruh dari satu variabel independen terhadap satu variabel dependen (Sugiyono, 2016). Hasil pengolahan data dengan bantuan SPSS 25 yaitu:

### Model 1:

$$ROA = - 0,101 + 0,919 CSR + e_1$$

Interpretasi untuk **Model 1** adalah:

- a. Konstanta sebesar = - 0,101 menyatakan jika tanpa adanya CSR maka ROA bernilai - 0,101.
- b. Koefisien regresi CSR sebesar + 0,919 menyatakan jika variabel CSR mengalami peningkatan 1 persen, maka ROA akan mengalami peningkatan sebesar 0,919 persen.

### Model 2:

$$ROE = - 0,211 + 1,624 CSR + e_2$$

Interpretasi untuk **Model 2** adalah:

- a. Konstanta sebesar = - 0,211 menyatakan jika tanpa adanya CSR maka ROA bernilai - 0,211.
- b. Koefisien regresi CSR sebesar + 1,624 menyatakan jika variabel CSR mengalami peningkatan 1 persen, maka ROA akan mengalami peningkatan sebesar 1,624 persen.

### Model 3:

$$EPS = - 287,673 + 2347,958 CSR + e_3$$

Interpretasi untuk **Model 3** adalah:

- a. Konstanta sebesar - 287,673 menyatakan jika tanpa adanya

- CSR maka ROA bernilai -287,673.
- b. Koefisien regresi CSR sebesar +2347,958 menyatakan jika variabel CSR mengalami peningkatan 1 persen, maka ROA akan mengalami peningkatan sebesar 2347,958 persen

### Hasil Uji Keباikan Model

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

Uji koefisien determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*) digunakan untuk melihat seberapa mampu variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya. Berdasarkan hasil pengolahan menunjukkan bahwa:

- a. Model 1 menghasilkan nilai *adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,271 (27,1%). Artinya, CSR dapat menjelaskan ROA sebesar 27,1%, sedangkan sisanya sebesar 72,9% adalah variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.
- b. Model 2 menghasilkan nilai *adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,263 (26,3%). Artinya, CSR dapat menjelaskan ROE sebesar 26,3%, sedangkan sisanya sebesar 73,7% adalah variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini
- c. Model 3 menghasilkan nilai *adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,095 (9,5%). Artinya, CSR dapat menjelaskan EPS sebesar 9,5%, sedangkan sisanya sebesar 90,5% adalah variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini

### Uji Hipotesis

#### Uji t

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam

menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Hasil ujinya adalah:

1. Pengujian hipotesis pertama adalah untuk menguji apakah CSR berpengaruh positif terhadap ROA. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.19 diketahui bahwa nilai koefisien regresi sebesar 0,919 dengan arah positif dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. Oleh karena itu, Hipotesis pertama ( $H_1$ ) yang berbunyi: “CSR berpengaruh positif terhadap ROA” dinyatakan diterima.
2. Pengujian hipotesis kedua adalah untuk menguji apakah CSR berpengaruh positif terhadap ROE. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.20 diketahui bahwa nilai koefisien regresi sebesar 1,624 dengan arah positif dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROE. Oleh karena itu, Hipotesis kedua ( $H_2$ ) yang berbunyi: “CSR berpengaruh positif terhadap ROE” dinyatakan diterima.
3. Pengujian hipotesis ketiga adalah untuk menguji apakah CSR berpengaruh positif terhadap EPS. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.21 diketahui bahwa nilai koefisien regresi sebesar 2347,958 dengan arah positif dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan

bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap EPS. Oleh karena itu, Hipotesis ketiga ( $H_3$ ) yang berbunyi: “CSR berpengaruh positif terhadap EPS” dinyatakan diterima.

## **PEMBAHASAN**

### **Pengaruh CSR terhadap ROA**

Hasil penelitian diketahui jika CSR berpengaruh positif terhadap ROA. Hal tersebut dikarenakan Perusahaan yang melaksanakan kegiatan CSR akan semakin dipercaya oleh masyarakat sehingga produk dan reputasi perusahaan akan mengalami peningkatan. Hal tersebut mengakibatkan publik akan lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga akan meningkatkan keinginan publik untuk menggunakan produk suatu perusahaan. Bertambahnya peminat produk dari suatu perusahaan dipasaran maka akan menambah perolehan laba perusahaan yang berimbas pada peningkatan ROA suatu perusahaan (Pratiwi *et al.*, 2020). Menurut teori *stakeholder*, perusahaan dan *stakeholder* akan mendapatkan keuntungan tersendiri bila melakukan pengungkapan CSR sehingga aset perusahaan akan bertambah (Saputri & Utami, 2020). Menurut teori legitimasi, teori legitimasi, legitimasi yang diberikan oleh masyarakat akan meningkat seiring dengan peningkatan CSR yang dilakukan karena dapat berdampak positif bagi sikap konsumen atas produk perusahaan sehingga laba bersih dan aset perusahaan bertambah (Gantino, 2016).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Prasetyo &

Meiranto (2017), Aryati (2017), Sari & Azizah (2019), serta Gantino (2016) mengemukakan jika CSR berpengaruh positif terhadap ROA. Semakin banyak CSR yang dilakukan perusahaan maka semakin tinggi ROA sehingga semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih. Akibatnya akan meningkatkan daya tarik investor kepada perusahaan karena tingkat pengembalian atau deviden akan semakin besar (Pratiwi *et al.*, 2020).

### **Pengaruh CSR terhadap ROE**

Hasil penelitian diketahui jika CSR berpengaruh positif terhadap ROE. Hal tersebut dikarenakan Perusahaan yang melaksanakan kegiatan CSR perusahaan akan memperoleh citra positif dari publik sehingga akan semakin dipercaya oleh publik. Hal tersebut dapat berdampak positif terhadap kesetiaan konsumen. Selanjutnya, penjualan produk akan bertambah sehingga keuntungan perusahaan akan bertambah. Satu dari beberapa alat yang digunakan untuk menilai profitabilitas perusahaan adalah ROE (Pratiwi *et al.*, 2020). Menurut teori *stakeholder*, perusahaan dan *stakeholder* akan mendapatkan keuntungan tersendiri bila melakukan pengungkapan CSR sehingga aset perusahaan akan bertambah (Saputri & Utami, 2020). Menurut teori legitimasi, teori legitimasi, legitimasi yang diberikan oleh masyarakat akan meningkat seiring dengan peningkatan CSR yang dilakukan karena dapat berdampak positif bagi sikap konsumen atas produk perusahaan sehingga laba bersih dan ekuitas perusahaan bertambah (Gantino, 2016).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Prasetyo & Meiranto (2017), Aryati (2017), Sari & Azizah (2019), serta Gantino (2016) mengemukakan jika CSR berpengaruh positif terhadap ROA. Semakin banyak CSR yang dilakukan perusahaan maka semakin tinggi ROE sehingga semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih. Tingginya nilai ROE akan menjadi pertimbangan bagi investor untuk berinvestasi pada suatu perusahaan (Pratiwi *et al.*, 2020).

#### **Pengaruh CSR terhadap EPS**

Hasil penelitian diketahui jika CSR berpengaruh positif terhadap EPS. Hal tersebut dikarenakan Perusahaan yang melakukan aktivitas CSR selain untuk menunjukkan citra baik dan membangun kepercayaan masyarakat dalam hal ini untuk memperkenalkan produk dan menarik loyalitas masyarakat terhadap produk perusahaan juga akan mempengaruhi harga saham atau EPS perusahaan. Dengan kata lain CSR juga mempengaruhi investor dalam menginvestasikan modal salah satunya mempertimbangkan aktivitas CSR sebagai wujud dari rasa kepedulian terhadap lingkungan dan sosial. Dengan kata lain, program-program CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan menjadi tanggung jawab yang sudah seharusnya terhadap para *stakeholder*. EPS adalah jumlah laba yang didapat oleh para investor setiap lembar sahamnya. EPS bisa dipergunakan untuk mengevaluasi kinerja finansial perusahaan. Kinerja sosial, lingkungan dan ekonomi adalah wujud dari pengungkapan CSR. Peningkatan kinerja oleh

perusahaan akan digunakan untuk memperbaiki lingkungan sehingga citra perusahaan akan mengalami peningkatan (Saputri & Utami, 2020). Menurut teori *stakeholder*, perusahaan dan *stakeholder* akan mendapatkan keuntungan tersendiri bila melakukan pengungkapan CSR sehingga aset perusahaan akan bertambah (Saputri & Utami, 2020). Menurut teori legitimasi, teori legitimasi, legitimasi yang diberikan oleh masyarakat akan meningkat seiring dengan peningkatan CSR yang dilakukan karena dapat berdampak positif bagi sikap konsumen atas produk perusahaan sehingga laba bersih per saham perusahaan bertambah (Gantino, 2016).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Ramlah *et al.*, (2016), Bahy & Wibisono (2017), Dewi & Pitawati (2018), serta Sari & Azizah (2019) mengemukakan jika CSR berpengaruh positif terhadap EPS. Semakin banyak CSR yang dilakukan perusahaan maka semakin tinggi EPS sehingga semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Kesimpulan yang bisa diambil dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. CSR berpengaruh positif terhadap ROA. Semakin banyak CSR yang dilakukan perusahaan maka semakin tinggi ROA sehingga semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih.

- Akibatnya akan meningkatkan daya tarik investor kepada perusahaan karena tingkat pengembalian atau deviden akan semakin besar
2. CSR berpengaruh positif terhadap ROE. Semakin banyak CSR yang dilakukan perusahaan maka semakin tinggi ROE sehingga semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih. Tingginya nilai ROE akan menjadi pertimbangan bagi investor untuk berinvestasi pada suatu perusahaan
  3. CSR berpengaruh positif terhadap EPS. Semakin banyak CSR yang dilakukan perusahaan maka semakin tinggi EPS sehingga semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih.

#### **Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan yang ada pada penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya terbatas pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015 - 2019 dan belum mampu menyentuh perusahaan di sektor lain.
2. Penelitian ini hanya menggunakan analisis regresi linear sederhana.
3. Penelitian ini hanya menghasilkan nilai koefisien determinasi yang rendah yaitu 27,1% ROA, 26,3% ROE, dan 9,5% EPS.

#### **Saran**

Saran yang dapat peneliti berikan antara lain:

1. Bagi peneliti selanjutnya mengenai kinerja keuangan khususnya faktor-faktor yang mempengaruhi ROA, ROE, dan EPS sebaiknya menambah populasi seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI.
2. Bagi perusahaan diharapkan dapat mempertimbangkan dan menambah variasi kegiatan CSR yang dilakukan serta dapat mengungkapkannya dalam laporan tahunan agar dapat meningkatkan ROA, ROE, dan EPS dikemudian hari.
3. Variabel CSR yang digunakan hanya bisa menjelaskan 27,1% ROA, 26,3% ROE, dan 9,5% EPS. Artinya, masih banyak variabel lain yang belum digunakan pada penelitian ini. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel independen lainnya yang belum dapat dibahas dalam penelitian ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aryati, N. D. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2016). *Jurnal Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Aulia, R. (2019). Problematika Corporate Social Responsibility

- (CSR) Dalam Penerapannya di Indonesia. Retrieved August 3, 2020, from Kompasiana website:  
<https://www.kompasiana.com/riizkaulia/5d15c4b20d82307c9b0beaf2/problematika-corporate-social-responsibility-csr-dalam-penerapannya-di-indonesia?page=all>
- Bahy, W. B., & Wibisono, C. H. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI 2011-2015). *Jurnal Universitas Atmajaya Yogyakarta*.
- Dewi, R. R., & Pitawati, D. (2018). Pengaruh CSR, GCG, Inflasi Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan High Profile Di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi JUARA*, 08(01).
- 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. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, T. I. P. (2019). *Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2013, 2015 dan 2017)*. Universitas Diponegoro.
- Parengkuan, W. E. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Melalui Pojok Bursa FEB – Unsrat. *Jurnal EMBA*, 5(2), 564–571.
- Prasetyo, A., & Meiranto, W. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2013 – 2015. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(3), 1–12.
- Pratiwi, A., Nurulrahmatia, N., & Muniarty, P. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di BEI. *OWNER Riset & Jurnal Akuntansi*, 4(1).
- Purnaningsih, D. (2018). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)*. Universitas Islam Indonesia.
- Qolbi, N., & Winarto, Y. (2019). Indofood Sukses Makmur (INDF) Sumbang Dana Rp 2,2 Miliar Untuk Penelitian. Retrieved September 1, 2020, from Kontan website: <https://industri.kontan.co.id/news/indofood-sukses-makmur-indf-sumbang-dana-rp-22-miliar-untuk-penelitian>
- Ramlah, S., Ardana, I. N. N. P., & Burhanudin. (2016). CSR Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012–2014. *Jurnal Magister*

- Manajemen Universitas*  
*Mataram.*
- Respati, R. D., & Hadiprajitno, B. P. (2015). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Dan Pengungkapan GCG Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014). *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(4), 1–11.
- Saputri, E. S. A., & Utami, E. S. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2017). *Jurnal Universitas Mercu Buana Yogyakarta.*
- Sari, K. C., & Azizah, D. F. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Pada Sektor Agrikultur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016- 2018). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 73(1).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- 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)*. Universitas Islam Indonesia.

**IDENTITAS PENELITI**



Nama : Galih Fajar Pamungkas

NIM : 31401405514

Tempat/Tanggal Lahir : Rembang, 04-05-1995

Alamat : Lodan Kulon, RT.05 RW.01, Kecamatan sarang,  
Kab.Rembang

No. HP : +62 823-2871-7841

Email : galih99@std.unissula.ac.id

Instansi : Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Alamat Instansi : Jl. Raya Kaligawe KM. 4 Semarang 50112  
Jawa Tengah

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/ S1 Akuntansi

Judul Artikel : **PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**