

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY DISCLOSURE TERHADAP
KINERJA KEUANGAN**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

SUSY ARDIYANTI

NIM. 12030118120103

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2025

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Susy Ardiyanti

Nomor Induk Mahasiswa : 12030118120103

Fakultas/Program Studi : Ekonomika dan Bisnis/ S-1 Akuntansi

Judul Skripsi : **Pengaruh Corporate Social Responsibility
Disclosure Terhadap Kinerja Keuangan
Perusahaan**

Dosen Pembimbing : Adi Firman Ramadhan, S.E., M.Ak., Ak.

Semarang, 23 Juni 2025

Dosen Pembimbing



(Adi Firman Ramadhan, S.E., M.Ak., Ak.)

NIP. 198406202015041001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Susy Ardiyanti
Nomor Induk Mahasiswa : 12030118120103
Fakultas/Program Studi : Ekonomika dan Bisnis/ S-1 Akuntansi
Judul Skripsi : **Pengaruh Corporate Social Responsibility
Disclosure Terhadap Kinerja Keuangan
Perusahaan**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 25 Juni 2025 dan telah dinyatakan **LULUS**

Ketua Tim Penguji : Adi Firman Ramadhan, S.E., M.Ak., Ak.
Anggota : 1. Totok Dewayanto, S.E., M.Si., Akt.,
2. Andrian Budi Prasetyo, SE., Akt., M.Si.

Semarang, 25 Juni 2025

Ketua Program Studi S-1 Akuntansi

Ketua Tim Penguji



Agung Juliarto, S.E., M.Si., Akt., Ph.D.

Adi Firman Ramadhan, S.E., M.Ak., Ak

NIP. 197307222002121002

NIP. 198406202015041001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Susy Ardiyanti menyatakan bahwa skripsi dengan judul: ***“Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan”*** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 22 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



Susy Ardiyanti

NIM. 12030118120103

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan. CSR dipandang tidak hanya sebagai tanggung jawab sosial, tetapi juga sebagai strategi bisnis yang dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan publik. Kinerja keuangan diukur dengan dua indikator, yaitu Return on Assets (ROA) dan Earnings per Share (EPS). Penelitian ini dilakukan terhadap perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2022 hingga 2024.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Sampel dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu, sehingga diperoleh 10 perusahaan dengan total 30 observasi data. Pengukuran CSR Disclosure dilakukan dengan metode content analysis berdasarkan pedoman Global Reporting Initiative (GRI). Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda dan pengujian asumsi klasik seperti uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, untuk memastikan validitas model.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap ROA dan EPS, meskipun pengaruhnya relatif lemah secara statistik. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,086 untuk ROA dan 0,099 untuk EPS menunjukkan bahwa CSR hanya menjelaskan sebagian kecil dari variasi kinerja keuangan perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa walaupun CSR memiliki pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan, masih banyak faktor lain yang turut memengaruhi kinerja keuangan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi manajemen dan investor dalam menilai pentingnya implementasi CSR dalam strategi bisnis jangka panjang.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility, Return on Assets, Earnings per Share, CSR Disclosure.*

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure on company financial performance. CSR is regarded not only as a form of social responsibility but also as a strategic tool to enhance reputation and public trust. Financial performance is measured using two indicators: Return on Assets (ROA) and Earnings per Share (EPS). The study focuses on food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the period of 2022 to 2024.

The research employs a quantitative method with an associative approach. The sample is selected using purposive sampling based on specific criteria, resulting in 10 companies and a total of 30 observations. CSR Disclosure is measured through content analysis based on the Global Reporting Initiative (GRI) guidelines. Data analysis is conducted using multiple linear regression and classical assumption tests including normality, multicollinearity, and heteroscedasticity to validate the model.

The results indicate that CSR disclosure has a positive influence on ROA and EPS, although the impact is statistically weak. The coefficient of determination (R^2) is 0.086 for ROA and 0.099 for EPS, suggesting that CSR explains only a small portion of the variation in financial performance. These findings imply that while CSR contributes to company profitability, many other factors also play a significant role. This research is expected to serve as a reference for managers and investors in recognizing the importance of CSR implementation as part of long-term business strategy.

Key Words: *Corporate Social Responsibility, Return on Assets, Earnings per Share, CSR Disclosure.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul: “Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan”.

Penyusunan skripsi ini tentu tidak lepas dari dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Faisal, S.E., M.Si., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Agung Juliarto, SE.,M.Si.,Ph.D., Ak.,CA., selaku Ketua Departemen Akuntansi yang telah memberikan dukungan selama masa perkuliahan.
3. Prof. Anis Chariri, SE., MCom., PhD., Ak., selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama studi.
4. Adi Firman Ramadhan, S.E., M.Ak., Ak., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan saran, kritik, dan arahan yang sangat berarti selama penyusunan skripsi.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro atas ilmu, inspirasi, dan motivasi yang telah diberikan selama proses pembelajaran.

6. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah membantu kelancaran administrasi dan menciptakan lingkungan akademik yang kondusif.
7. Orang tua dan keluarga penulis tercinta atas doa, dukungan moral dan materi, serta kasih sayang yang tak terbatas.
8. Teman-teman “FIX PATEN” yang telah menjadi tempat bertukar cerita, berbagi tawa, dan mendukung di masa-masa sulit.
9. “Mas” yang senantiasa memberikan dukungan tanpa henti di setiap langkah perjalanan penulis, terima kasih atas kesabaran, semangat, dan doa yang selalu menyertai hingga proses ini dapat dilalui.
10. Semua pihak yang telah membantu proses penyelesaian skripsi, yang belum penulis sebutkan di sini.
11. *Last but not least*, kepada diri sendiri yang telah kuat bahkan saat merasa ingin berhenti. Terimakasih telah bertahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan ke depannya. Besar harapan penulis agar karya ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang akuntansi.

Semarang, 22 Juni 2025



Susy Ardiyanti

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	5
1.3 TUJUAN PENELITIAN	6
1.4 MANFAAT PENELITIAN	6
1.5 SISTEMATIKA PENULISAN	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 LANDASAN TEORI	9
2.1.1 Teori Pemangku Kepentingan (<i>Stakeholder Theory</i>)	9
2.1.2 Corporate Social Responsibility (CSR)	12
2.1.3 Kinerja Keuangan	15
2.2 PENELITIAN TERDAHULU	24
2.3 KERANGKA PEMIKIRAN	27
2.4 HIPOTESIS	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 JENIS DAN PENDEKATAN PENELITIAN.....	31
3.2 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL	31
3.2.1 Variabel Independen (X) – Corporate Social Responsibility	31
3.2.2 Variabel Dependen (Y).....	34
3.3 POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN	36
3.3.1 Populasi.....	37
3.3.2 Sampel Penelitian	37
3.3.3 Jenis dan Sumber Data.....	38

3.3.4 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.3.5 Metode Analisis Data	40
3.4 PENGUJIAN HIPOTESIS	45
3.4.1 Hipotesis Statistik	46
3.4.2 Kriteria Pengambilan Keputusan	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 DESKRIPSI UMUM OBJEK PENELITIAN	48
4.2 ANALISIS DESKRIPTIF	56
4.3 UJI ASUMSI KLASIK	58
4.3.1 Uji Normalitas.....	58
4.3.2 Uji Multikolinearitas.....	59
4.3.3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
4.4 HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS	67
4.4.1 Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap ROA	68
4.4.2 Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap EPS.....	68
4.4.3 Kesimpulan Pengujian Hipotesis	69
4.5 PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	69
4.5.1 Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Return on Assets (ROA)	69
4.5.2 Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Earnings Per Share (EPS)	71
BAB V PENUTUP.....	73
5.1 KESIMPULAN	73
5.2 KETERBATASAN PENELITIAN	75
5.3 SARAN	76
DAFTAR PUSTAKA	79

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Penelitian menunjukkan bahwa kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan, terutama yang berkaitan dengan aspek lingkungan, dapat memberikan kontribusi positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. (Manrique & Martí-Ballester, 2017) mengungkapkan bahwa pelaksanaan praktik lingkungan berdampak signifikan terhadap peningkatan kinerja finansial perusahaan di berbagai negara. Menariknya, dampak tersebut cenderung lebih kuat pada perusahaan yang berada di negara berkembang, sehingga pelaksanaan CSR dapat dipandang tidak hanya sebagai kewajiban sosial, tetapi juga sebagai strategi yang mampu menciptakan nilai ekonomi bagi perusahaan.

Konsep CSR sendiri memberikan penjelasan mengenai berbagai aspek yang ada dalam sebuah perusahaan. Mulai dari aspek sosial, aspek lingkungan, dan juga aspek keuangan yang mana penjelasan informasinya tidak tersirat dalam laporan keuangan perusahaan. Melalui konsep 3P yaitu *profit, people and planet*, konsep CSR memberikan pemahaman bahwa tujuan dari bisnis sebuah perusahaan tidak hanya untuk memperoleh keuntungan (*profit*), tetapi juga menyejahterakan orang-orang (*people*) terutama pihak yang memiliki peran penting terhadap berkembangnya perusahaan. Selain itu, menjaga serta melestarikan kelangsungan hidup

lingkungan (*planet*) menjadi tujuan yang tidak kalah penting dalam sebuah bisnis.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang sering disebut dengan istilah CSR ini dapat dikatakan sebagai program tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan yang dijadikan sebagai suatu kepercayaan manager dalam menjalankan fungsi pengorganisasian dan pengelolaan usaha. Dalam artian bahwa seorang manager akan membuat keputusan yang didasarkan pada kepentingan sosial, ekonomi serta lingkungan perusahaan. Program CSR dapat dijadikan sebuah komitmen perusahaan untuk menciptakan pembangunan berkelanjutan. Khususnya dalam upaya pencapaian tujuan utama perusahaan. Menurut konsep CSR, sebuah perusahaan dalam melaksanakan aktivitas usaha tidak hanya berdasarkan pada faktor keuangan atau kepentingan komersial saja, melainkan juga berdasarkan konsekuensi sosial lingkungan perusahaan. Baik untuk saat ini maupun untuk masa mendatang.

Pada praktiknya, kesadaran perusahaan dalam pelaksanaan CSR bisa dikatakan masih kurang. Hal ini dikarenakan masih kurangnya pemahaman dan lemahnya undang-undang mengenai CSR (Waaqi'ah, 2021). Selain itu, ada kemungkinan bahwa masih banyak perusahaan yang belum menyadari bagaimana dampak yang dihasilkan dari penerapan CSR khususnya dalam terciptanya citra perusahaan di masyarakat.

Keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan program CSR akan memberikan efek “domino” bagi perusahaan lain. Artinya, ada pengaruh positif yang dapat diambil oleh perusahaan lain untuk melakukan hal yang sama. Pelaksanaan tanggung jawab sosial tidak semata-mata hanya untuk kepentingan investasi perusahaan, tetapi sudah menjadi komitmen untuk mencapai keberlanjutan perusahaan. Untuk itu, dalam setiap pengambilan keputusan penting pada perusahaan setidaknya memperhatikan tanggung jawab sosial yang akan menjadi pemikat bagi semua pihak yang berkaitan untuk mewujudkan dalam tindakan nyata.

Tingkat tanggung jawab perusahaan memiliki dampak pada peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Dampak tersebut mengacu pada peningkatan nilai bagi kesejahteraan pemiliknya. Seperti meningkatkan penjualan, legitimasi pasar, serta meningkatkan investor di pasar modal. Bagi investor maupun calon investor, mereka membutuhkan informasi yang lengkap, akurat, serta tepat waktu. Informasi tersebut akan mendukung para investor dalam pengambilan keputusan sehingga memberikan hasil yang sesuai dengan yang diharapkan. Informasi-informasi yang diungkapkan oleh perusahaan adalah informasi mengenai kinerja keuangan perusahaan dan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*.

Menurut (Waaqi'ah, 2021), dalam pengambilan keputusan tidak hanya berdasarkan kinerja keuangan tetapi juga membutuhkan adanya informasi sosial yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Sehingga penting bagi perusahaan untuk menyediakan sarana informasi

yang mampu memberikan informasi keuangan, sosial, dan lingkungan sekaligus dalam satu laporan atau yang sering disebut dengan laporan berkelanjutan. Hal ini diperkuat dengan adanya beberapa penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa dalam pengambilan keputusan, investor memasukkan variabel terkait masalah sosial dan kelestarian lingkungan. Mereka cenderung memilih untuk berinventasi pada perusahaan yang memiliki etika bisnis yang baik, praktek karyawan yang baik, memperhatikan dampak lingkungan, serta bertanggungjawab terhadap kepentingan *stockholder*. Sehingga semakin tinggi tingkat kinerja keuangan perusahaan, maka informasi mengenai tanggung jawab sosial atau CSR juga akan semakin besar.

Dalam beberapa tahun terakhir, perusahaan sektor makanan dan minuman (food and beverage) di Indonesia mulai menunjukkan peningkatan dalam pelaksanaan dan pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Hal ini tidak terlepas dari meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan, keamanan pangan, serta praktik produksi yang etis. Pengungkapan CSR melalui laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan menjadi strategi yang banyak digunakan perusahaan untuk membangun reputasi, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta menarik perhatian investor. Meski demikian, masih menjadi perdebatan apakah pengungkapan CSR tersebut benar-benar mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, seperti Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), dan Earnings per Share (EPS).

Sejauh ini, penelitian mengenai pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan telah banyak dilakukan, namun sebagian besar berfokus pada sektor-sektor besar seperti perbankan dan energi, serta melihat CSR secara umum tanpa membedakan aspek pengungkapannya. Padahal, dalam industri food and beverage yang sangat bergantung pada citra dan persepsi publik, pengungkapan CSR dapat menjadi elemen penting dalam membangun keunggulan kompetitif. Selain itu, penelitian serupa di konteks pasar negara berkembang seperti Indonesia masih relatif terbatas. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan pada perusahaan food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan pemaparan dan uraian di atas, penulis mengambil judul ***“Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan”***.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah yang dapat ditarik adalah sebagai berikut :

1. Apakah pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap *Return on Asses* (ROA) ?
2. Apakah pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap *Earning Per Share* (EPS) ?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return on Assets* (ROA).
2. Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Earning Per Share* (EPS).

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis sebagai berikut :

(a) Manfaat Teoritis

1. Memberikan kontribusi dalam bidang pendidikan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu ekonomi khususnya akuntansi.
2. Dapat menjadi referensi maupun perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan isu CSR.
3. Menjadi sumber informasi untuk penelitian dan pengembangan media belajar.

(b) Manfaat Praktis

1. Bagi pihak manajemen perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi untuk dasar pengambilan keputusan atau kebijakan manajemen terkait CSR.
2. Bagi pihak investor, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu untuk memberikan gambaran pengungkapan aktivitas CSR sebagai dasar pengambil keputusan berinvestasi.

3. Dapat memberikan masukan kepada para pemakai laporan keuangan baik internal maupun eksternal dan praktisi perusahaan dalam memahami CSR serta pengaruhnya terhadap kinerja keuangan, sehingga akan meningkatkan nilai dan pertumbuhan perusahaan yang menguntungkan bagi seluruh pihak terkait.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk mempermudah dalam pemahaman penelitian ini, maka sistematika penulisan akan diuraikan sebagai berikut ini :

BAB I : Pendahuluan. Bab ini merupakan pembahasan awal terkait penulisan skripsi atau penelitian. Pembahasan tersebut meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Kajian Pustaka. Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang berkaitan dengan topik penelitian, menguraikan penelitian-penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesis penelitian.

BAB III : Metode Penelitian. Bab ini berisi uraian tentang populasi dan sampel penelitian, identifikasi variabel, jenis dan data sumber penelitian, metode pengumpulan data dan teknis analisa.

BAB IV : Hasil & Analisis. Bab ini menjelaskan secara rinci mengenai gambaran umum subyek penelitian, analisis data dan hasil

pembahasan penelitian sesuai dengan alat analisis yang digunakan.

BAB V : Penutup. Bab ini berisi kesimpulan, keterbatasan dan saran dari seluruh penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan dapat meliputi masalah yang terdapat pada penelitian serta hasil dari penyelesaian penelitian. Keterbatasan penelitian merupakan hambatan atau faktor pembatas yang dihadapi peneliti selama proses pelaksanaan penelitian. Sedangkan saran berisi jalan keluar untuk mengatasi masalah yang ditujukan kepada berbagai pihak yang bersangkutan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 LANDASAN TEORI

2.1.1 Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder Theory*)

Teori *stakeholder* merupakan teori yang menjelaskan bahwa sebuah perusahaan beroperasi tidak hanya untuk kepentingan sendiri, tetapi juga harus memberikan manfaat kepada para pemangku kepentingan. Kebutuhan para pemangku kepentingan atau yang disebut sebagai *stakeholder* berkaitan dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam sebuah perusahaan.

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa keberlangsungan dan kinerja perusahaan sangat dipengaruhi oleh hubungan dan kepuasan para pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal, seperti karyawan, konsumen, investor, pemerintah, dan masyarakat luas. Dalam pendekatan instrumental, teori ini menekankan bahwa perusahaan yang mampu merespons kebutuhan *stakeholder* melalui praktik tanggung jawab sosial, termasuk pengungkapan CSR, akan mendapatkan manfaat finansial seperti peningkatan loyalitas konsumen, reputasi yang baik, dan kemudahan dalam mengakses modal (Alhouti et al., 2021).

Pengungkapan CSR dipandang sebagai cara strategis untuk menunjukkan komitmen perusahaan terhadap nilai-nilai sosial dan

lingkungan yang dihargai oleh para stakeholder. Ketika pengungkapan ini dilakukan secara transparan dan akuntabel, perusahaan tidak hanya memperoleh legitimasi sosial, tetapi juga meningkatkan kepercayaan pasar dan investor, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja keuangan (Nazari et al., 2020).

Dalam konteks bisnis saat ini yang semakin berorientasi pada keberlanjutan, teori stakeholder menjadi dasar teoritis yang kuat untuk menjelaskan bagaimana pengungkapan CSR dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan secara ekonomi. Perusahaan tidak hanya dianggap bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh pihak yang memiliki kepentingan terhadap aktivitas operasionalnya (Ayadi & Boujelbene, 2022).

Teori pemangku kepentingan (stakeholder theory), khususnya dalam pendekatan instrumental, menjelaskan bahwa perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab terhadap pemegang saham, tetapi juga kepada berbagai pihak yang terpengaruh oleh aktivitas perusahaan, seperti konsumen, investor, karyawan, dan masyarakat. Dalam konteks ini, pengungkapan CSR menjadi alat komunikasi strategis untuk membangun kepercayaan dan loyalitas para pemangku kepentingan. Menurut teori ini, pengungkapan CSR yang baik dapat menciptakan nilai ekonomi karena mampu meningkatkan reputasi, menarik investor, serta meningkatkan daya saing perusahaan, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap kinerja keuangan perusahaan (Donaldson & Preston, 1995; Freeman, 1984).

Stakeholders dalam sebuah perusahaan bisa meliputi *stakeholders* internal dan *stakeholders* eksternal. Kebutuhan para *stakeholders* baik internal maupun eksternal dalam kaitan tanggung jawab sosial dan lingkungan melalui model *Tripel Bottom Line* merupakan salah satu cara dalam mengeksplorasi aktivitas CSR (Zain dkk., 2021).

Teori ini dikembangkan oleh E. Edward Freeman dengan menekankan bahwa perusahaan tidak hanya memperhatikan kepentingan para *stakeholders*/pemegang saham saja. Melainkan, perlu memperhatikan kepentingan *stakeholder* lainnya seperti karyawan, pemasok, konsumen, komunitas lokal, pemerintah, serta lingkungan. Karena dalam konteks CSR, sebuah perusahaan tidak hanya bertanggungjawab untuk mengejar keuntungan saja, tetapi juga harus menjaga hubungan baik dengan pihak-pihak yang memiliki kepentingan dan juga berkaitan dengan perusahaan.

Menurut (Dachi & Djakman, 2020), program tanggung jawab sosial yang efektif dan berkelanjutan dapat memastikan kelangsungan hidup suatu entitas untuk terus beroperasi. Selain itu, pelaksanaan corporate social responsibility (CSR) yang tepat dapat memperbaiki reputasi, citra, dan nilai entitas, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta menjaga kelestarian lingkungan di sekitar area operasional entitas tersebut. Oleh karena itu, CSR menjadi aspek penting yang tak terpisahkan dari aktivitas bisnis entitas.

Dalam penelitian mengenai CSR dan kinerja keuangan ini, teori *stakeholders* dapat digunakan dalam menjelaskan bahwasanya perusahaan

yang melaksanakan tanggung jawab sosial atau CSR nya dengan baik serta menjaga hubungan baik dengan para pemangku kepentingannya, seperti meningkatkan loyalitas pelanggan, mempererat hubungan dengan pemasok, meningkatkan reputasi dalam masyarakat, dll. Dampak langsung dari tindakan-tindakan tersebut adalah citra perusahaan meningkat di mata masyarakat. Yang mana peningkatan ini akan berpengaruh terhadap penjualan dan keuntungan. Secara keseluruhan, teori *stakeholders* memberikan kerangka yang berguna untuk mengetahui bagaimana CSR dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan dengan mempertimbangkan berbagai faktor baik internal maupun eksternal yang melibatkan berbagai pihak yang berkepentingan. Oleh karena itu, CSR dapat berfungsi sebagai penghubung antara pengelolaan kepentingan *stakeholder* yang baik dan kinerja keuangan yang baik.

2.1.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan sebuah konsep yang berkaitan erat dengan aktivitas bisnis yang telah menarik perhatian global dalam era ekonomi modern. Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap isu sosial dan lingkungan, serta tuntutan akan praktik bisnis yang etis, telah mendorong perusahaan untuk menjalankan peran sosialnya secara lebih aktif. Hal ini juga sejalan dengan meningkatnya aktivitas CSR di tengah globalisasi dan perdagangan internasional yang semakin terbuka.

Menurut (Waaqi'ah, 2021), *Corporate Social Responsibility* (CSR) didefinisikan sebagai sebuah kewajiban perusahaan dalam merumuskan

kebijakan, mengambil keputusan, dan melakukan tindakan bisnis yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan. Definisi ini menekankan bahwa CSR bukanlah aktivitas filantropi semata, melainkan bagian integral dari strategi perusahaan.

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) (2000) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan sebagai sebuah komitmen bisnis dalam perusahaan untuk memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan. Kontribusi tersebut dapat dilakukan melalui kerja sama dengan pihak-pihak yang berperan penting dalam perusahaan baik pihak internal maupun eksternal.

Di Indonesia, implementasi CSR juga memiliki dasar hukum yang kuat. Dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas, CSR atau tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan komitmen Perseroan untuk berperan serta berkontribusi dalam pembangunan ekonomi guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, karyawan, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Selain itu, terdapat dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang penanaman modal, mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab yang melekat setiap perusahaan untuk tetap menciptakan hubungan yang seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat.

Kotler dan Lee (2005) juga menyatakan bahwa CSR adalah komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang bertanggung jawab dan kontribusi sumber daya perusahaan. Pandangan ini menegaskan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan harus dilaksanakan secara strategis, tidak sekadar sebagai kegiatan tambahan, tetapi sebagai bagian dari model bisnis perusahaan. Lebih lanjut dalam (Cahyaningtyas, 2022), menyampaikan implementasi CSR tidak hanya berdampak pada pemegang saham atau pihak internal perusahaan, tetapi juga memengaruhi berbagai pihak eksternal seperti pesaing, investor, pelanggan, serta masyarakat luas. Komunikasi yang efektif mengenai aktivitas CSR dapat membentuk persepsi positif dari para pemangku kepentingan terhadap perusahaan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan reputasi, loyalitas konsumen, serta nilai perusahaan di mata publik.

Dalam praktiknya, CSR dapat dibagi menjadi beberapa bentuk, antara lain:

1. CSR Ekonomi, yaitu program yang mendukung peningkatan ekonomi masyarakat, seperti pelatihan keterampilan dan dukungan UMKM.
2. CSR Sosial, yang melibatkan kegiatan sosial seperti pembangunan fasilitas umum, bantuan pendidikan, dan kesehatan.
3. CSR Lingkungan, yang meliputi pelestarian lingkungan, pengelolaan limbah, dan efisiensi energi.

Untuk mengukur sejauh mana perusahaan telah mengimplementasikan CSR, digunakan pedoman pelaporan seperti Global Reporting Initiative (GRI), yang membagi tanggung jawab sosial perusahaan ke dalam aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial (triple bottom line). Pendekatan ini menekankan bahwa keberhasilan perusahaan tidak hanya diukur dari keuntungan finansial, tetapi juga dari dampaknya terhadap lingkungan dan masyarakat.

2.1.3 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan indikator utama dalam menilai keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya, yaitu memperoleh keuntungan yang maksimal. Jika perusahaan mampu mencapai tujuan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik. Sebaliknya, jika tidak, maka perusahaan perlu melakukan analisis untuk mengetahui penyebabnya dan mengupayakan langkah-langkah perbaikan agar kinerjanya menjadi lebih baik.

Menurut Liow (2023), kinerja keuangan adalah hasil yang dicapai atau nilai lebih yang diperoleh perusahaan, yang dapat diketahui dengan membandingkan pelaksanaan aktual dengan pelaksanaan yang seharusnya dilakukan dalam situasi yang berlaku. Pengukuran kinerja keuangan sangat penting dilakukan secara periodik untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi penggunaan sumber daya perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Ittner dan Larcker (dalam Liow, 2023) menekankan bahwa pemilihan ukuran kinerja merupakan salah satu tantangan terbesar dalam

dunia bisnis karena memainkan peran penting dalam evaluasi pencapaian tujuan strategis serta dalam pemberian kompensasi kepada manajer.

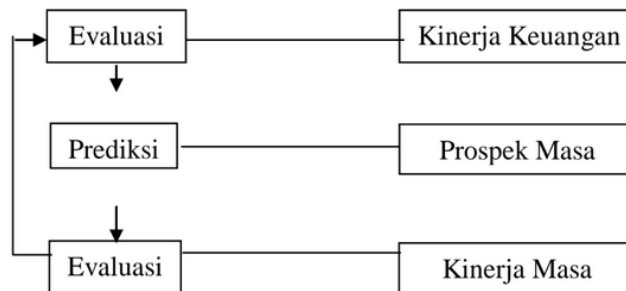
Menurut Munawir (dalam Liow, 2023), kinerja keuangan dapat diukur melalui beberapa indikator utama, antara lain:

1. **Likuiditas**, yaitu kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek.
2. **Solvabilitas**, yaitu kemampuan perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajiban finansial baik jangka pendek maupun panjang.
3. **Rentabilitas (profitabilitas)**, yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.
4. **Stabilitas**, yaitu kemampuan perusahaan untuk menjalankan kegiatan usahanya secara konsisten dan mampu membayar beban bunga serta pokok utang secara tepat waktu.

Analisis terhadap kinerja keuangan penting tidak hanya untuk kepentingan internal perusahaan, tetapi juga bagi para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Bagi perusahaan publik, kinerja keuangan yang buruk dapat memengaruhi persepsi pasar saham, yang berdampak pada keputusan pemegang saham dalam mempertahankan atau melepas kepemilikan sahamnya (Hutabarat, 2020).

Menurut Hutabarat (2020), analisis kinerja keuangan dilakukan dengan mengevaluasi kinerja masa lalu, kemudian memprediksi prospek masa depan perusahaan, serta melakukan evaluasi kembali terhadap apa

yang telah terjadi sebelumnya. Tujuannya adalah untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan di masa mendatang.



Gambar 2.1 Konsep Analisis Kinerja Keuangan

Sumber: Hutabarat (2020)

Selanjutnya, kinerja juga merupakan hasil dari evaluasi terhadap pekerjaan yang telah selesai dilakukan. Hasil pekerjaan tersebut kemudian dibandingkan dengan standar yang telah ditentukan bersama. Oleh karena itu, penilaian kinerja keuangan membutuhkan pengukuran yang dilakukan secara periodik agar dapat memberikan gambaran objektif tentang efektivitas perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Kinerja keuangan perusahaan memiliki peran penting dalam mengukur efektivitas suatu perusahaan dalam menjalankan operasionalnya dan dalam mencapai tujuan strategis. Menurut Beaver (dalam Rahayu, 2020), terdapat dua tujuan utama dari analisis kinerja keuangan perusahaan, yaitu:

1. Untuk melakukan perbaikan di atas kegiatan operasionalnya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain.

2. Untuk memperlihatkan kepada penanam modal atau masyarakat bahwa perusahaan memiliki kredibilitas yang baik.

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kinerja keuangan tidak hanya menjadi alat evaluasi internal, tetapi juga berfungsi sebagai sarana komunikasi eksternal perusahaan terhadap para pemangku kepentingan, khususnya investor dan masyarakat umum.

Untuk menilai kinerja keuangan perusahaan secara objektif, digunakan indikator-indikator keuangan tertentu. Dalam penelitian ini, kinerja keuangan diukur menggunakan tiga rasio utama, yaitu *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Earnings per Share* (EPS). Ketiga indikator ini mewakili profitabilitas perusahaan dan menjadi fokus utama dalam analisis dampak CSR terhadap kinerja keuangan.

1.1.1.1 Return on Asset

Return on Assets (ROA) merupakan salah satu rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aset yang dimilikinya. Rasio ini mencerminkan sejauh mana efektivitas manajemen dalam memanfaatkan sumber daya yang tersedia untuk memperoleh keuntungan. ROA dihitung dengan membagi laba bersih (net income) dengan total aset, dan biasanya dinyatakan dalam bentuk persentase.

Semakin tinggi nilai ROA, maka semakin baik kinerja perusahaan karena menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan laba lebih besar dari aset yang dimiliki. Sebaliknya, ROA yang rendah mengindikasikan bahwa aset perusahaan belum dimanfaatkan secara optimal atau efisiensi operasional yang rendah.

Menurut Fahmi (2021), ROA sangat penting sebagai alat analisis karena memberikan gambaran umum mengenai tingkat profitabilitas perusahaan secara menyeluruh terhadap aset yang dimiliki. ROA juga menjadi indikator utama dalam menilai efektivitas strategi perusahaan dalam menghasilkan nilai ekonomis dari asetnya. Selain itu, rasio ini kerap digunakan oleh investor dan kreditor sebagai dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi, karena menggambarkan potensi pengembalian dari keseluruhan aset perusahaan (Sugiono, 2022).

Dalam kaitannya dengan Corporate Social Responsibility (CSR), ROA sering dijadikan variabel dependen untuk menilai dampak dari aktivitas tanggung jawab sosial terhadap kinerja keuangan. Perusahaan yang aktif dalam mengungkapkan dan melaksanakan kegiatan CSR biasanya memperoleh manfaat jangka panjang berupa peningkatan reputasi, kepercayaan publik, dan loyalitas konsumen, yang semuanya dapat berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan dan laba bersih. Dengan demikian, CSR yang dikelola secara strategis dan terintegrasi dengan operasi bisnis

inti dapat berdampak positif pada ROA perusahaan (Pratiwi & Nugroho, 2023).

Menurut Fahmi (2021), ROA merupakan alat ukur yang penting dalam mengevaluasi keberhasilan strategi keuangan perusahaan. ROA tidak hanya mencerminkan efisiensi penggunaan aset, tetapi juga menggambarkan sejauh mana laba yang diperoleh berasal dari kegiatan operasional utama perusahaan. Rasio ini sangat berguna dalam pengambilan keputusan, baik oleh pihak internal seperti manajemen maupun pihak eksternal seperti investor, kreditor, dan analis keuangan. Mereka menggunakan ROA sebagai tolok ukur untuk menilai kelayakan investasi dan stabilitas keuangan jangka panjang suatu entitas bisnis.

Dalam penelitian-penelitian kontemporer, ROA sering dijadikan sebagai variabel dependen dalam mengukur pengaruh berbagai faktor non-keuangan terhadap kinerja keuangan, salah satunya adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR Disclosure). Menurut Pratiwi dan Nugroho (2023), perusahaan yang menjalankan dan mengomunikasikan praktik CSR dengan baik kepada publik cenderung memiliki hubungan yang lebih harmonis dengan para pemangku kepentingan, seperti konsumen, investor, regulator, dan masyarakat. Hubungan yang positif ini pada akhirnya menciptakan kepercayaan, reputasi yang baik, serta loyalitas pasar, yang

semuanya dapat berujung pada peningkatan pendapatan dan efisiensi operasional. Dampak positif ini kemudian akan tercermin dalam kenaikan laba bersih, yang meningkatkan nilai ROA perusahaan.

CSR dapat menurunkan risiko operasional dan meningkatkan keberlanjutan bisnis, karena perusahaan dianggap lebih bertanggung jawab dan proaktif dalam menanggapi isu-isu sosial maupun lingkungan. Aktivitas CSR yang dilakukan secara konsisten dapat mengurangi konflik eksternal, memperkuat daya saing, dan membuka peluang pasar baru. Sugiono (2022) juga menambahkan bahwa implementasi CSR yang efektif sering kali dikaitkan dengan penurunan biaya jangka panjang, seperti pengurangan potensi litigasi, penolakan konsumen, atau tekanan dari aktivis, yang pada akhirnya berdampak terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan, termasuk dalam rasio ROA.

ROA merupakan indikator yang relevan dan strategis untuk mengevaluasi dampak CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Melalui ROA, peneliti dan pemangku kepentingan dapat menilai apakah pengeluaran dan investasi dalam program tanggung jawab sosial perusahaan benar-benar memberikan manfaat ekonomi bagi perusahaan dalam jangka panjang.

1.1.1.2 *Earnings per Share (EPS)*

Earnings per Share (EPS) merupakan salah satu indikator penting dalam menilai kinerja keuangan perusahaan, khususnya dari sudut pandang investor. EPS menunjukkan seberapa besar laba bersih yang diperoleh perusahaan yang tersedia bagi setiap lembar saham biasa yang beredar. Rasio ini memberikan gambaran yang jelas mengenai profitabilitas perusahaan per unit saham, sehingga EPS sering dijadikan sebagai acuan utama dalam menilai nilai investasi dan prospek pertumbuhan suatu perusahaan di pasar modal. Perhitungan EPS dilakukan dengan membagi laba bersih setelah pajak yang tersedia bagi pemegang saham biasa dengan jumlah rata-rata saham biasa yang beredar selama periode tertentu.

EPS berperan sebagai indikator seberapa besar laba yang dapat diklaim oleh setiap pemilik saham biasa atas keuntungan perusahaan. Investor cenderung memperhatikan EPS karena kenaikan nilai EPS dari waktu ke waktu sering kali diartikan sebagai tanda bahwa perusahaan berkembang dan memiliki kinerja keuangan yang positif. Sebaliknya, penurunan EPS dapat menimbulkan kekhawatiran terkait profitabilitas dan efisiensi operasional perusahaan.

Dalam konteks pasar modal, EPS juga digunakan dalam perhitungan Price to Earnings Ratio (PER), yaitu rasio antara harga saham dan EPS. PER menjadi alat analisis penting dalam

menentukan apakah saham suatu perusahaan tergolong murah atau mahal secara relatif dibandingkan perusahaan lain di industri yang sama. Nilai EPS yang stabil dan meningkat dari tahun ke tahun dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan dan berdampak pada naiknya harga saham di pasar.

Fahmi (2021) menjelaskan bahwa EPS sangat penting karena menyederhanakan informasi laba perusahaan menjadi bentuk yang mudah dipahami oleh pemegang saham dan investor. EPS juga memberikan sinyal yang lebih jelas mengenai kemampuan perusahaan dalam memberikan pengembalian langsung terhadap investasi pemegang saham. Selain itu, EPS kerap digunakan sebagai salah satu indikator kinerja manajerial karena mencerminkan hasil dari kebijakan strategis dan operasional yang dijalankan manajemen dalam satu periode akuntansi.

EPS juga memiliki keterkaitan erat dengan strategi komunikasi keuangan perusahaan. Perusahaan yang mampu menjaga dan meningkatkan nilai EPS cenderung memiliki posisi tawar yang kuat di mata pemilik modal maupun calon investor baru. Laporan keuangan yang mencatat pertumbuhan EPS sering dipandang sebagai indikator keberhasilan perusahaan dalam mengelola pendapatan, beban, dan struktur modal secara efisien.

Penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo dan Amelia (2022) menemukan bahwa EPS memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investor dan nilai pasar perusahaan. EPS juga digunakan sebagai variabel dalam banyak penelitian yang menguji pengaruh faktor-faktor seperti kebijakan dividen, corporate governance, atau pengungkapan informasi non-keuangan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Nilai EPS yang tinggi dapat meningkatkan daya saing perusahaan dan memperkuat posisi dalam industri.

2.2 PENELITIAN TERDAHULU

Untuk mendukung penelitian ini, penulis mengkaji beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure dan pengaruhnya terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian-penelitian ini memberikan landasan teoritis serta memperkuat argumentasi atas hubungan antara pengungkapan CSR dan indikator-indikator kinerja seperti Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), Return on Sales (ROS), dan Economic Value Added (EVA).

Tabel berikut merangkum sejumlah penelitian terdahulu yang dijadikan referensi, meliputi judul, penulis, tahun publikasi, fokus penelitian, serta temuan utamanya. Studi-studi tersebut menunjukkan bahwa CSR Disclosure umumnya berdampak positif terhadap kinerja keuangan perusahaan, meskipun tidak semua indikator kinerja keuangan

terpengaruh secara signifikan. Beberapa penelitian juga mengkaji variabel mediasi maupun moderasi seperti reputasi perusahaan atau ketidakpastian lingkungan yang memperkaya perspektif hubungan antara CSR dan kinerja perusahaan.

Tabel 2.2 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Penulis	Tahun	Fokus Penelitian	Temuan Utama
1	<i>Disclosure of Corporate Social Responsibility, Company Performance, and Corporate Reputation as the Mediating Role: Indonesian Context</i>	Andayani	2021	Meneliti pengaruh CSR Disclosure terhadap kinerja keuangan, dengan reputasi perusahaan sebagai variabel mediasi.	CSR Disclosure berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan. Reputasi perusahaan juga berpengaruh positif terhadap kinerja. Namun, CSR tidak berpengaruh langsung terhadap reputasi, dan reputasi tidak memediasi hubungan tersebut.
2	<i>The Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure on the Company's Financial Performance with Environmental Uncertainty as a Moderating Variable</i>	Ni Komang Apriliani Selumbung, I Putu Sugiarta Sanjaya	2022	Menganalisis hubungan antara CSR Disclosure dan kinerja keuangan (ROE), serta menguji moderasi ketidakpastian lingkungan.	CSR Disclosure memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Return on Equity (ROE). Namun, ketidakpastian lingkungan (<i>environmental uncertainty</i>) tidak memoderasi

					hubungan antara CSR dan ROE, menunjukkan bahwa efek CSR tetap stabil meskipun dalam kondisi tidak pasti.
3	<i>Kinerja Perusahaan: Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Pertumbuhan Pendapatan</i>	Anita, Dewi Anggreni	2021	Menguji pengaruh CSR Disclosure dan pertumbuhan pendapatan terhadap berbagai indikator kinerja seperti ROA, ROE, ROIC, dan EVA.	CSR Disclosure berpengaruh positif signifikan terhadap Economic Value Added (EVA). Di sisi lain, pertumbuhan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap ROE. CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA dan ROIC, meskipun arahnya tetap positif.
4	<i>Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR Disclosure) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan</i>	Ahmad Husnan, Sugeng Pamudji	2013	Meneliti pengaruh CSR Disclosure terhadap ROA, ROE, ROS, dan Current Ratio pada perusahaan manufaktur.	CSR Disclosure berpengaruh positif signifikan terhadap ROA dan ROS. Namun, tidak ditemukan pengaruh signifikan terhadap ROE dan Current Ratio. Hal ini menunjukkan bahwa CSR

					lebih berdampak pada profitabilitas dibanding aspek likuiditas atau modal.
--	--	--	--	--	--

Sumber : Dokumentasi Pribadi 2025

2.3 KERANGKA PEMIKIRAN

Dalam era globalisasi dan perkembangan ekonomi yang semakin pesat, setiap perusahaan dituntut untuk mampu bersaing secara kompetitif dengan perusahaan lainnya. Persaingan yang semakin ketat mendorong perusahaan untuk menciptakan berbagai inovasi guna menarik perhatian konsumen, yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan laba perusahaan. Dalam konteks ini, kondisi keuangan perusahaan kerap dijadikan indikator utama untuk menilai apakah perusahaan berjalan secara efisien atau tidak.

Namun demikian, seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya keberlanjutan (*sustainability*), perusahaan mulai menyadari bahwa kesuksesan bisnis tidak hanya dapat diukur melalui pencapaian finansial semata (*single bottom line*), tetapi juga melalui kontribusinya terhadap aspek sosial dan lingkungan (*triple bottom line*). Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bagian integral dari strategi bisnis.

CSR merupakan suatu bentuk mekanisme sukarela yang memungkinkan organisasi untuk mengintegrasikan isu-isu sosial dan lingkungan ke dalam operasional bisnis dan interaksinya dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*), melampaui kewajiban hukum yang berlaku. CSR bukan sekadar kegiatan amal atau program filantropi, melainkan pendekatan strategis yang menuntut perusahaan untuk mempertimbangkan dampak keputusan bisnisnya terhadap berbagai pihak, baik internal maupun eksternal. Dalam praktiknya, perusahaan dituntut untuk menyeimbangkan kepentingan pemegang saham dengan kepentingan stakeholder lainnya seperti konsumen, masyarakat, dan lingkungan.

Perusahaan yang secara aktif mengungkapkan aktivitas CSR-nya kepada publik cenderung memperoleh penilaian yang lebih positif dibandingkan perusahaan yang tidak melakukannya. Pengungkapan CSR menjadi salah satu instrumen komunikasi yang menunjukkan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan keberlanjutan. Hal ini dapat membentuk citra positif perusahaan di mata publik dan investor, serta meningkatkan loyalitas masyarakat terhadap perusahaan. Dengan demikian, CSR berperan penting dalam memperkuat citra dan reputasi perusahaan, yang pada gilirannya dapat berdampak pada peningkatan kinerja keuangan.

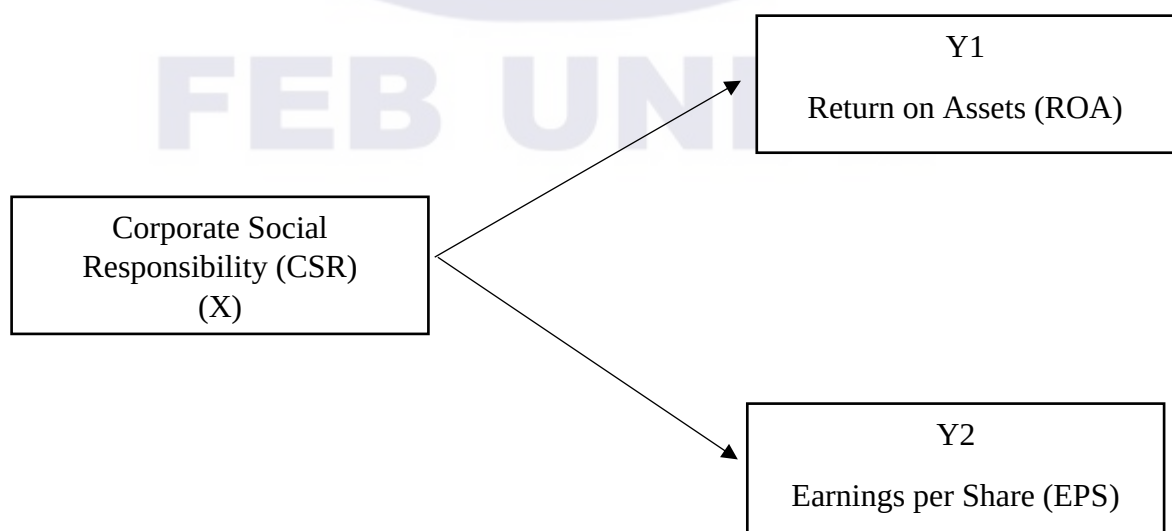
Selain itu, kegiatan CSR yang dirancang dan diimplementasikan dengan baik dapat memberikan berbagai manfaat strategis bagi perusahaan. Misalnya, CSR dapat mendorong peningkatan penjualan dan pangsa pasar,

memperkuat positioning merek, menarik serta memotivasi karyawan, meningkatkan efisiensi operasional, dan memungkinkan perusahaan menetapkan harga jual yang lebih tinggi. Perusahaan yang serius dan konsisten dalam menjalankan CSR, terutama bila didukung dengan strategi implementasi yang tepat, berpotensi untuk meningkatkan profitabilitas serta menciptakan nilai jangka panjang bagi para pemegang saham.

Berdasarkan uraian teori dan literatur yang telah disampaikan, maka penelitian ini mengembangkan suatu kerangka pemikiran yang menggambarkan alur logis hubungan antara pengungkapan CSR dan kinerja keuangan perusahaan. Kerangka pemikiran ini selanjutnya akan dijadikan dasar dalam penyusunan hipotesis penelitian dan pengujian empiris terhadap pengaruh tersebut.

Dari landasan teori yang telah diuraikanq diatas, kemudian digambarkan dalam kerangka pemikiran yang merupakan alur pemikiran dari penelitian yang disusun sebagai berikut :

Gambar 2.3 Kerangka Berpikir



2.4 HIPOTESIS

Berdasarkan landasan teori, kajian literatur, dan kerangka pemikiran yang telah dijelaskan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- **H1a:** Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap Return on Assets (ROA).
- **H1b:** Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap Earnings per Share (EPS).

Hipotesis ini didasarkan pada teori pemangku kepentingan (*stakeholder theory*) dalam pendekatan instrumental, yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan secara transparan dapat meningkatkan kepercayaan dan persepsi positif stakeholder terhadap perusahaan. Hal ini dapat mendorong peningkatan kinerja perusahaan secara finansial, termasuk rasio profitabilitas seperti ROA dan EPS. Pengungkapan CSR yang baik juga dapat meningkatkan citra perusahaan di mata investor dan masyarakat, sehingga berpotensi menambah nilai perusahaan dan mendorong pertumbuhan laba yang tercermin dalam indikator keuangan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 JENIS DAN PENDEKATAN PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Pendekatan ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh antara variabel independen yaitu Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR Disclosure) terhadap variabel dependen yaitu kinerja keuangan perusahaan. Kinerja keuangan dalam penelitian ini diukur menggunakan dua indikator, yaitu Return on Assets (ROA) dan Earnings per Share (EPS). Penelitian kuantitatif dipilih karena mampu menguji hubungan antar variabel secara statistik menggunakan data numerik.

3.2 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

Penelitian ini melibatkan dua jenis variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR Disclosure), sementara variabel dependennya adalah kinerja keuangan yang diukur melalui Return on Assets (ROA) dan Earnings per Share (EPS).

3.2.1 Variabel Independen (X) – Corporate Social Responsibility

Variabel independen, atau disebut juga variabel bebas, merupakan variabel yang mempengaruhi atau diduga menjadi penyebab perubahan terhadap variabel lain dalam suatu penelitian. Dengan kata lain, variabel ini

tidak bergantung pada variabel lain, melainkan berdiri sendiri dan diasumsikan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2023), variabel independen adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel dependen.

Dalam konteks penelitian ini, variabel independen yang diteliti adalah Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR Disclosure). CSR Disclosure diposisikan sebagai faktor yang diduga berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan, baik dari sisi efisiensi aset maupun profitabilitas per saham.

CSR dalam konteks ini tidak hanya sebagai kewajiban moral, tetapi juga sebagai bagian dari strategi bisnis jangka panjang. Perusahaan yang konsisten mengungkapkan aktivitas CSR berpotensi memperoleh reputasi positif di mata publik dan investor, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, memperkuat hubungan dengan komunitas, serta menciptakan keunggulan kompetitif. Dengan kata lain, pengungkapan CSR yang baik dapat memengaruhi persepsi pasar terhadap perusahaan dan berdampak terhadap kinerja keuangannya (Angelia & Suryaningsih, 2021).

Dalam penelitian ini, pengukuran CSR Disclosure dilakukan menggunakan metode analisis konten (content analysis) terhadap laporan tahunan (annual report) dan/atau laporan keberlanjutan (sustainability report) perusahaan. Pengukuran mengacu pada pedoman Global Reporting Initiative (GRI) Standards, yang merupakan standar pelaporan CSR

berskala internasional dan diakui secara luas. Indikator CSR dalam GRI biasanya mencakup tiga aspek utama, yaitu:

1. Lingkungan (environmental): seperti efisiensi energi, limbah, dan emisi.
2. Sosial (social): seperti hak karyawan, kesehatan dan keselamatan kerja, pelatihan dan pendidikan.
3. Ekonomi dan Tata Kelola (governance): seperti praktik anti-korupsi dan transparansi.

Teknis skoring dilakukan secara dikotomik, yaitu:

- a. Diberi skor 1 jika perusahaan mengungkapkan suatu item indikator CSR;
- b. Diberi skor 0 jika tidak diungkapkan.

Kemudian, total skor yang diperoleh dibagi dengan jumlah total item indikator yang diamati, sehingga menghasilkan nilai indeks CSR Disclosure yang bersifat proporsional. Skor ini mencerminkan tingkat keterbukaan perusahaan dalam melaporkan tanggung jawab sosialnya. Semakin tinggi indeks, maka semakin tinggi pula tingkat pengungkapan CSR perusahaan tersebut (Nazifah & Saifi, 2020).

CSR Disclosure ini menjadi variabel independen karena diasumsikan memiliki pengaruh terhadap peningkatan atau penurunan kinerja keuangan perusahaan, baik dalam aspek efisiensi penggunaan aset (ROA) maupun profitabilitas per lembar saham (EPS). Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa CSR yang dikelola dan dikomunikasikan

dengan baik dapat menciptakan citra positif dan kepercayaan investor, yang pada akhirnya berdampak pada kinerja keuangan perusahaan (Wijaya & Mulyani, 2020).

3.2.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen, atau dikenal juga sebagai variabel terikat, merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari perubahan yang terjadi pada variabel independen. Menurut Sugiyono (2023), variabel dependen adalah variabel yang nilainya tergantung pada variabel lain. Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah kinerja keuangan perusahaan, yang diasumsikan dipengaruhi oleh tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR Disclosure).

Kinerja keuangan digunakan untuk mengevaluasi kondisi keuangan dan profitabilitas suatu perusahaan dalam periode tertentu. Indikator kinerja keuangan yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua ukuran utama, yaitu Return on Assets (ROA) dan Earnings per Share (EPS). Kedua indikator tersebut dipilih karena mampu mencerminkan dua dimensi penting dalam penilaian keuangan perusahaan: efisiensi internal (ROA) dan profitabilitas terhadap pemegang saham (EPS).

a. Return on Assets (ROA) – Variabel Dependen 1 (Y_1)

Return on Assets (ROA) adalah rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi perusahaan dalam menggunakan seluruh aset yang dimilikinya untuk menghasilkan laba bersih. ROA mencerminkan

seberapa besar kemampuan manajemen dalam memanfaatkan aset untuk memperoleh keuntungan, sehingga rasio ini menjadi salah satu indikator utama dalam menilai performa operasional perusahaan (Riyanto & Gunawan, 2021).

ROA yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan dapat mengelola sumber daya asetnya secara optimal untuk menghasilkan laba, sedangkan ROA yang rendah mengindikasikan adanya inefisiensi dalam penggunaan aset. Rumus dasar ROA adalah sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{LABA BERSIH}}{\text{TOTAL ASET}}$$

Data laba bersih dan total aset diperoleh dari laporan keuangan tahunan masing-masing perusahaan. ROA merupakan indikator berbasis akuntansi (accounting-based performance) yang telah banyak digunakan dalam penelitian CSR untuk menilai hubungan antara aktivitas sosial perusahaan dan hasil keuangannya (Hidayati & Saifi, 2019).

b. Earnings per Share (EPS) – Variabel Dependen 2 (Y₂)

Earnings per Share (EPS) adalah rasio yang mengukur besarnya laba bersih yang tersedia untuk setiap lembar saham biasa yang beredar. EPS mencerminkan sejauh mana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan per saham, sehingga menjadi salah satu informasi keuangan utama yang digunakan oleh investor dalam mengambil keputusan investasi (Angelia & Suryaningsih, 2021).

Semakin tinggi EPS, maka semakin besar pula keuntungan yang diterima oleh pemegang saham, dan hal ini biasanya mencerminkan kinerja keuangan yang positif dari suatu perusahaan. EPS juga sering kali dijadikan indikator untuk menilai daya tarik perusahaan di pasar modal. Rumus perhitungan EPS adalah sebagai berikut:

$$\text{EPS} = \frac{\text{LABA BERSIH} - \text{DIVIDEN SAHAM PREFEREN}}{\text{JUMLAH SAHAM BIASA BEREDAR}}$$

Dalam konteks penelitian ini, EPS digunakan sebagai indikator berbasis pasar (market-based performance) untuk melihat pengaruh pengungkapan CSR terhadap persepsi investor terhadap nilai perusahaan. Beberapa studi terdahulu menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial yang baik cenderung memiliki EPS yang lebih tinggi karena mendapatkan kepercayaan lebih besar dari investor (Putra & Wulandari, 2021).

3.3 POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN

Populasi merupakan objek dalam penelitian, dengan menentukan populasi peneliti mampu melakukan pengolahan data. Agar mempermudah pengolahan data maka penulis akan mengambil bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel. Dengan menggunakan sample peneliti akan lebih mudah mengolah data.

3.3.1 Populasi

Populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap semua, dan sebagainya (Siregar, 2017: 30). Sugiyono, (2017:80) menyebutkan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Penelitian ini menggunakan data sekunder laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan subsektor food and beverage yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2022- 2024. Pemilihan subsektor ini didasarkan pada asumsi bahwa industri makanan dan minuman memiliki tingkat aktivitas operasional dan eksposur sosial yang tinggi, sehingga penerapan dan pengungkapan CSR sangat relevan untuk dikaji. Selain itu, subsektor ini relatif stabil dan memiliki kelengkapan laporan tahunan yang konsisten, yang sangat penting untuk kelancaran proses pengumpulan dan analisis data.

3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih menggunakan prosedur tertentu untuk dijadikan objek penelitian, dengan tujuan agar karakteristiknya dapat mewakili populasi secara keseluruhan (Sugiyono, 2023:133). Dalam penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

Adapun kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan subsektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022–2024
2. Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan tahunan dalam mata uang Rupiah dan/atau Dollar, dengan mencantumkan kurs konversi
3. Perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan secara lengkap selama periode 2022–2024.
4. Laporan tahunan perusahaan mencantumkan pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)
5. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian selama periode pengamatan (2022–2024).

3.3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dari pihak yang meneliti. Sumber data berasal dari laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan yang diperoleh melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan/atau situs resmi masing-masing perusahaan. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan mulai tahun 2022 sampai 2024 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, *Indonesia Capital Market Directory* (ICMD). Data – data tersebut digunakan untuk menghitung indeks CSR.

Data yang dikumpulkan meliputi:

1. Informasi pengungkapan CSR yang dianalisis menggunakan indeks pengungkapan berdasarkan pedoman Global Reporting Initiative (GRI).
2. Laporan keuangan yang memuat informasi laba bersih, total aset, jumlah saham beredar, dan data lain yang diperlukan untuk menghitung ROA dan EPS.

3.3.4 Metode Pengumpulan Data

Pemilihan metode pengumpulan data merupakan aspek yang krusial dalam proses penelitian ilmiah karena kualitas data yang diperoleh akan sangat menentukan validitas hasil analisis. Menurut Sekaran dan Bougie (2019), teknik pengumpulan data yang tepat memungkinkan peneliti memperoleh informasi yang akurat, relevan, dan dapat dipertanggungjawabkan dalam menjawab pertanyaan penelitian. Oleh karena itu, setiap metode yang digunakan harus disesuaikan dengan jenis data yang diperlukan dan pendekatan penelitian yang diambil.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi, yaitu dengan cara menelusuri laporan tahunan (annual report) dari perusahaan yang menjadi sampel penelitian. Data yang dikumpulkan berkaitan dengan informasi mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility). Untuk mengukur tingkat pengungkapan CSR, penelitian ini mengacu pada indikator-indikator dalam pedoman Global Reporting Initiative (GRI).

Selain itu, peneliti juga menggunakan metode studi pustaka dengan cara mengumpulkan berbagai informasi teoritis dari buku, jurnal ilmiah, dan literatur lain yang relevan dengan topik penelitian. Studi pustaka ini bertujuan untuk memperkuat landasan teori, membangun kerangka konseptual, serta mendukung analisis yang dilakukan berdasarkan data empiris.

3.3.5 Metode Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, metode analisis data bertujuan untuk mengolah data numerik menjadi informasi yang dapat menjawab rumusan masalah, menguji hipotesis, serta menjelaskan hubungan antar variabel. Tahapan analisis data dilakukan secara sistematis dengan pendekatan statistik menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25, yang berfungsi untuk menjalankan berbagai prosedur analisis mulai dari deskriptif hingga inferensial.

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah analisis yang dilakukan untuk mengevaluasi apakah suatu model regresi linear Ordinary Least Square (OLS) memenuhi syarat-syarat statistik yang mendasarinya. OLS adalah metode estimasi dalam analisis regresi yang menggunakan prinsip kuadrat terkecil, dan bertujuan untuk mendapatkan estimasi parameter

yang BLUE (Best Linear Unbiased Estimator) artinya, estimasi tersebut adalah yang terbaik, linier, dan tidak bias.

a. Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal.

1) Metode:

Uji Kolmogorov-Smirnov atau Shapiro-Wilk

2) Kriteria:

Nilai Sig. $> 0,05 \rightarrow$ Residual berdistribusi normal

Nilai Sig. $< 0,05 \rightarrow$ Residual tidak normal

Atau dapat juga menggunakan analisis histogram dan normal probability plot (P-P Plot) yang tersedia di SPSS.

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi tinggi antar variabel independen yang dapat mengganggu interpretasi model regresi.

1) Metode :

Melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) di SPSS.

2) Kriteria :

Tolerance $> 0,10$

VIF $< 10 \rightarrow$ Menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk melihat apakah terjadi ketidaksamaan varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada atau tidak adanya pola tertentu pada grafik

1) Metode :

Uji Glejser (menggunakan nilai absolut residual sebagai variabel dependen dalam regresi tambahan) Atau analisis pola scatterplot residual

2) Kriteria :

Kriteria: Jika Sig. $> 0,05$ (dalam uji Glejser) $\rightarrow$ tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam scatterplot: penyebaran titik acak dan tidak membentuk pola tertentu

d. Uji Autokorelasi

Uji ini berguna jika data memiliki dimensi waktu dan bertujuan untuk mendeteksi apakah ada korelasi antara residual saat ini dengan residual sebelumnya.

1) Metode :

Durbin-Watson Test (tersedia di SPSS saat menjalankan regresi)

2) Kriteria :

Nilai Durbin-Watson mendekati 2 menunjukkan tidak ada autokorelasi

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan teknik analisis statistik yang digunakan untuk mengukur pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dalam konteks penelitian ini, regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh **Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure** sebagai variabel independen terhadap dua indikator kinerja keuangan perusahaan, yaitu **Return on Assets (ROA)** dan **Earnings per Share (EPS)**, yang masing-masing dianalisis secara terpisah.

Menurut Widarjono (2020), regresi linier berganda membantu peneliti memahami bagaimana suatu perubahan pada variabel independen akan memengaruhi variabel dependen ketika variabel lainnya dianggap konstan. Analisis ini juga dapat digunakan untuk menguji hipotesis mengenai signifikansi pengaruh antar variabel.

3. Uji t dan Uji f

Kedua uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (CSR Disclosure) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (ROA dan EPS), baik secara parsial maupun simultan.

a) Uji t

Pengujian hipotesis secara individu atau parsial dilakukan dengan menggunakan uji t. Uji t pada dasarnya dipakai untuk

melihat signifikansi dari pengaruh variabel independen secara individu atau parsial terhadap variabel dependen. Adapun kriteria pengambilan keputusan untuk menguji hipotesis dengan uji t adalah sebagai berikut:

- a) Quick Look : apabila jumlah degree of freedom (df) adalah 20 atau lebih dan derajat kepercayaan sebesar 5%, maka H_0 yang menyatakan $\beta_i = 0$ dapat ditolak bila nilai t lebih besar dari 2 (dalam nilai absolut). Dengan kata lain hipotesis alternatif (H_a) diterima, artinya bahwa suatu variabel independen secara individu atau parsial mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2015:99).
- b) Membandingkan nilai statistik t dengan nilai kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t dari hasil perhitungan lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel, maka hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang artinya bahwa suatu variabel independen secara individu atau parsial mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2015:99).

b) Uji f

Uji f atau disebut juga sebagai uji simultan merupakan bagian dari uji signifikansi model regresi linear berganda yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Dalam konteks penelitian ini, uji f digunakan untuk menguji apakah CSR Disclosure secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan, yang diukur melalui: Return on Assets (ROA), dan Earnings per Share (EPS).

4. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi atau **R-squared (R^2)** adalah ukuran statistik yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variabilitas variabel dependen dalam model regresi. Dalam konteks penelitian ini, R^2 digunakan untuk mengukur seberapa besar pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dapat menjelaskan perubahan pada indikator kinerja keuangan perusahaan, yaitu Return on Assets (ROA) dan Earnings per Share (EPS).

Menurut Hair et al. (2019), nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1. Nilai R^2 yang mendekati 1 menunjukkan bahwa proporsi variasi variabel dependen yang dijelaskan oleh model sangat tinggi, sementara nilai yang mendekati 0 menunjukkan bahwa kemampuan model menjelaskan variabel dependen sangat rendah.

3.4 PENGUJIAN HIPOTESIS

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan, yang diukur

menggunakan Return on Assets (ROA) dan Earnings per Share (EPS). Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana, karena masing-masing variabel dependen diuji terhadap satu variabel independen.

Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- **Model 1 (ROA):**

$$ROA = \alpha + \beta \cdot CSRDISC + \varepsilon$$

- **Model 2 (EPS):**

$$EPS = \alpha + \beta \cdot CSRDISC + \varepsilon$$

Keterangan:

- **CSRDISC** = Pengungkapan CSR (CSR Disclosure Index)
- **α** = Konstanta
- **β** = Koefisien regresi
- **ε** = Error term

3.4.1 Hipotesis Statistik

Hipotesis penelitian yang akan diuji secara statistik adalah sebagai berikut:

a. Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap ROA

- **H_{0a}**: Pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap ROA.
- **H_{1a}**: Pengungkapan CSR berpengaruh terhadap ROA.

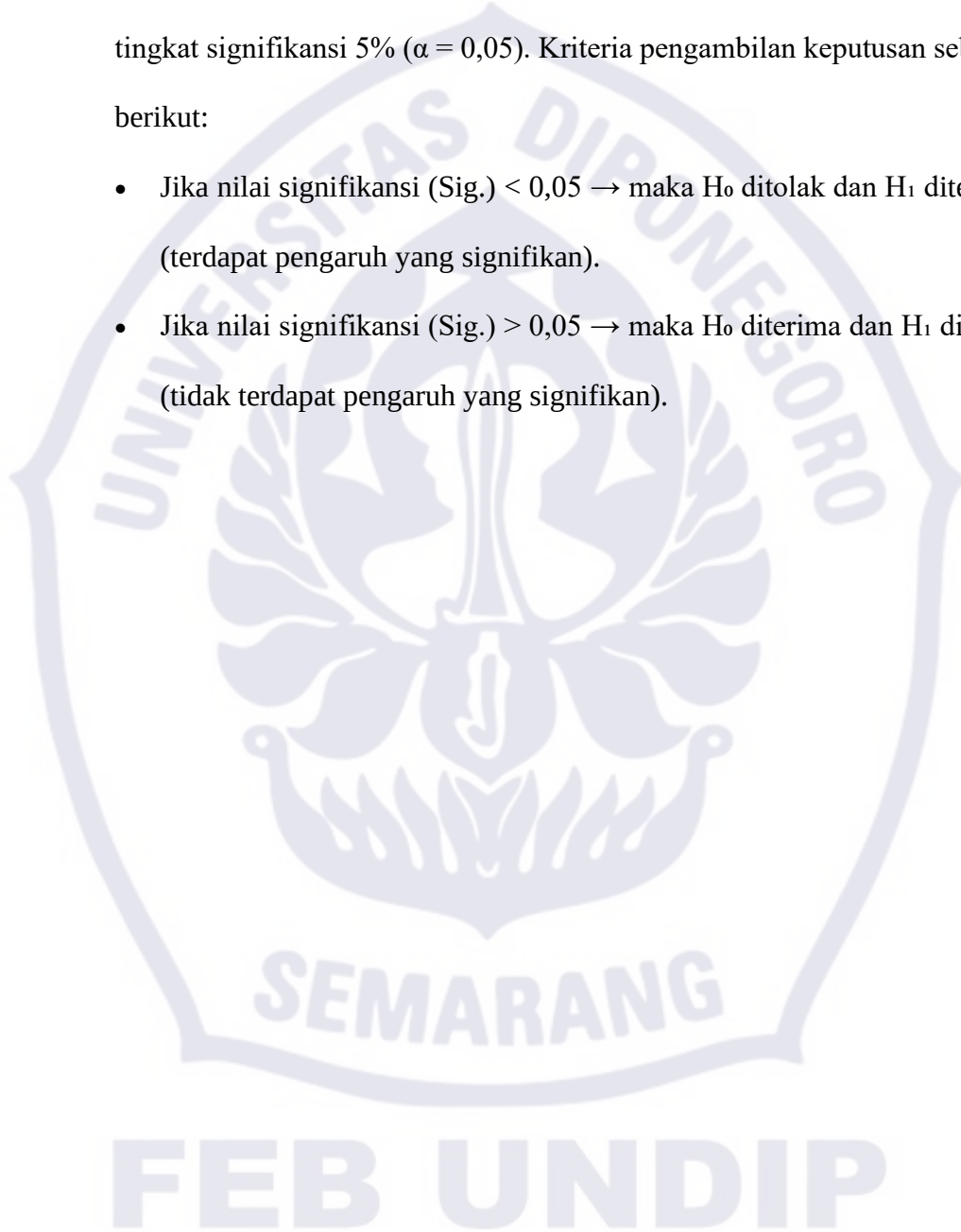
b. Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap EPS

- **H_{0b}**: Pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap EPS.
- **H_{1b}**: Pengungkapan CSR berpengaruh terhadap EPS.

3.4.2 Kriteria Pengambilan Keputusan

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan **uji t parsial** pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05 \rightarrow$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (terdapat pengaruh yang signifikan).
- Jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05 \rightarrow$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (tidak terdapat pengaruh yang signifikan).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 DESKRIPSI UMUM OBJEK PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh rasio keuangan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan-perusahaan yang bergerak di subsektor makanan dan minuman, yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode **2022 hingga 2024**. Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor strategis dalam perekonomian Indonesia karena menyumbang kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan memiliki ketahanan relatif kuat terhadap gejolak ekonomi, termasuk pada masa pemulihan pasca-pandemi COVID-19.

Pemilihan objek penelitian dilakukan dengan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel perusahaan dalam penelitian ini antara lain:

1. Perusahaan terdaftar secara aktif di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode penelitian, yaitu tahun **2022 sampai 2024**.
2. Perusahaan termasuk dalam subsektor makanan dan minuman menurut klasifikasi industri BEI.

3. Perusahaan secara konsisten mempublikasikan laporan keuangan tahunan dalam mata uang Rupiah selama periode penelitian.
4. Data laporan keuangan perusahaan mencakup seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian, yakni: Current Ratio, Quick Ratio, Debt to Equity Ratio (DER), Asset Turnover, Inventory Turnover, Return on Assets (ROA), dan Return on Equity (ROE).

Berdasarkan kriteria purposive sampling yang telah ditetapkan, sebanyak 10 perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022 hingga 2024 dipilih sebagai objek penelitian.

Tabel 3.1 Proses Pengambilan Sampel

No	Karakteristik Sampel	Jumlah
1	Perusahaan subsektor food and beverage yang terdaftar di BEI selama 2022–2024	24
2	Perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR secara lengkap selama 2022–2024	(5)
3	Perusahaan yang laporan keuangannya tidak dinyatakan dalam mata uang Rupiah/Dollar	(3)
4	Perusahaan yang mengalami kerugian selama periode penelitian	(3)
5	Perusahaan yang tidak memiliki data lengkap yang dibutuhkan	(3)
	Jumlah sampel akhir	10
	Total data (2022–2024): 10 perusahaan × 3 tahun	30

Sumber: www.idx.co.id (diolah, 2025)

Tabel 3.2 **Daftar Perusahaan Sampel**

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

Sumber: sahamok.com, duniainvestasi.com, idx.co.id (diolah, 2025)

Seluruh perusahaan tersebut memenuhi syarat publikasi laporan keuangan tahunan secara konsisten, dalam satuan mata uang Rupiah, serta memiliki data rasio keuangan yang lengkap untuk dianalisis. Berikut adalah deskripsi lengkap masing-masing perusahaan.

4.1.1 PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA)

PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk, sebelumnya dikenal sebagai PT Cahaya Kalbar Tbk, merupakan perusahaan yang didirikan pada 3 Februari

1968 dengan nama awal CV Tjahaja Kalbar. Perusahaan ini memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1971. CEKA bergerak dalam industri pengolahan minyak nabati dan produk turunannya yang banyak digunakan dalam industri makanan dan minuman, termasuk margarin, shortening, dan specialty fats.

Kantor pusat perusahaan berada di kawasan industri Jababeka II, Cikarang, Bekasi, Jawa Barat. CEKA resmi mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia pada tahun 1996. Seiring waktu, perusahaan ini menjadi bagian dari grup Wilmar International, sebuah perusahaan agribisnis terkemuka di Asia, dan dikenal luas sebagai salah satu produsen minyak nabati spesialis terbesar di Indonesia.

4.1.2 PT Delta Djakarta Tbk (DLTA)

PT Delta Djakarta Tbk merupakan salah satu perusahaan paling senior di industri minuman Indonesia, terutama dalam bidang minuman beralkohol dari malt. Didirikan pada 15 Juni 1970, perusahaan ini memulai operasi komersial jauh sebelumnya, yaitu sejak tahun 1933, yang menjadikannya salah satu produsen bir tertua di Indonesia. DLTA dikenal luas melalui produk andalannya seperti Bir Anker dan Carlsberg. Perusahaan ini memiliki pabrik berlokasi di Bekasi, Jawa Barat. Saham DLTA terdaftar di BEI pada tanggal 27 Februari 1984. Hingga kini, perusahaan terus mempertahankan eksistensinya di pasar domestik meskipun menghadapi berbagai regulasi terkait industri alkohol.

4.1.3 PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP)

PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) merupakan anak perusahaan dari PT Indofood Sukses Makmur Tbk yang berfokus pada produksi makanan konsumen bermerek. Didirikan pada 2 September 2009, ICBP bergerak di bidang industri makanan olahan seperti mi instan, bumbu penyedap, makanan ringan, minuman siap saji, serta produk dairy. ICBP resmi mencatatkan sahamnya di BEI pada 7 Oktober 2010. Dengan jaringan distribusi yang luas di seluruh Indonesia dan pasar ekspor, perusahaan ini menjadi salah satu pemimpin pasar makanan olahan di Asia Tenggara. Produk andalannya seperti Indomie dan Pop Mie telah menjadi ikon makanan instan nasional.

4.1.4 PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF)

PT Indofood Sukses Makmur Tbk adalah perusahaan induk dari ICBP dan salah satu konglomerasi terbesar di bidang makanan dan agribisnis di Indonesia. Didirikan pada 14 Agustus 1990 dengan nama awal PT Panganjaya Intikusuma, perusahaan ini kemudian mengganti nama menjadi INDF dan mencatatkan sahamnya di BEI pada tahun 1994. INDF menjalankan aktivitas bisnis dalam empat divisi utama: Consumer Branded Products, Bogasari (tepung dan gandum), Agribisnis, dan Distribusi. Berkantor pusat di Jakarta, Indofood dikenal sebagai pemain dominan dalam industri bahan pangan dasar dengan jangkauan bisnis yang terintegrasi dari hulu ke hilir.

4.1.5 PT Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI)

PT Multi Bintang Indonesia Tbk merupakan perusahaan produsen minuman beralkohol paling ikonik di Indonesia. Didirikan pada 3 Juni 1929 dengan nama awal N.V. Nederlandsch Indische Bierbrouwerijen, MLBI telah memproduksi berbagai merek terkenal seperti Bintang dan Heineken. Perusahaan ini mencatatkan sahamnya di BEI pada 15 Desember 1981. Kantor pusat MLBI berada di Jakarta dengan fasilitas produksi di Tangerang dan Jawa Timur. MLBI mempertahankan reputasinya sebagai pemimpin dalam pasar bir nasional dan menjadi bagian dari jaringan global Heineken.

4.1.6 PT Mayora Indah Tbk (MYOR)

PT Mayora Indah Tbk merupakan salah satu perusahaan manufaktur makanan dan minuman terbesar di Indonesia. Didirikan pada 17 Februari 1977, Mayora mulai beroperasi secara komersial sejak Mei 1978. Perusahaan ini memproduksi berbagai macam produk konsumsi seperti kopi (Torabika), permen (Kopiko), biskuit (Roma), dan sereal. MYOR mencatatkan sahamnya di BEI pada 4 Juli 1990. Saat ini, produk Mayora tidak hanya menguasai pasar domestik, tetapi juga telah diekspor ke lebih dari 90 negara di dunia, menjadikannya salah satu eksportir produk makanan terbesar dari Indonesia.

4.1.7 PT Nippon Indosari Corporindo Tbk (ROTI)

Didirikan pada 8 Maret 1995, PT Nippon Indosari Corporindo Tbk dikenal dengan merek dagangnya “Sari Roti”, yang merupakan pelopor dalam industri roti modern di Indonesia. Perusahaan ini mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1996 dan mencatatkan sahamnya di BEI pada 28 Juni 2010. Dengan fasilitas produksi yang tersebar di berbagai wilayah strategis, ROTI memproduksi berbagai varian roti dalam kemasan serta produk roti segar. Perusahaan ini dikenal memiliki jaringan distribusi yang sangat luas, menjadikannya pemimpin pasar roti kemasan di Indonesia.

4.1.8 PT Sekar Laut Tbk (SKLT)

PT Sekar Laut Tbk adalah perusahaan yang bergerak di bidang produksi makanan ringan, khususnya kerupuk, saos sambal, dan bumbu makanan. Didirikan pada 19 Juli 1976, perusahaan ini berpusat di Surabaya, Jawa Timur, dan memiliki pabrik di Sidoarjo. SKLT resmi mencatatkan sahamnya di BEI sejak 8 September 1993. Produk-produk dari SKLT telah dikenal luas di pasar domestik dan diekspor ke berbagai negara, menjadikannya sebagai salah satu eksportir kerupuk dan bumbu makanan utama dari Indonesia.

4.1.9 PT Siantar Top Tbk (STTP)

PT Siantar Top Tbk merupakan produsen makanan ringan yang didirikan pada 12 Mei 1987 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1989. Perusahaan ini memiliki berbagai lini produk seperti mi kering,

snack, dan permen dengan merek-merek yang dikenal masyarakat luas. STTP mencatatkan sahamnya di BEI pada 16 Desember 1996. Perusahaan memiliki pabrik di beberapa kota seperti Sidoarjo, Bekasi, Medan, dan Makassar, memungkinkan distribusi produk secara cepat dan merata ke seluruh wilayah Indonesia.

4.1.10 PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk (ULTJ)

PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk didirikan pada 2 November 1971 dan memulai operasi komersial pada awal tahun 1974. Perusahaan ini terkenal sebagai pelopor minuman dalam kemasan siap saji di Indonesia dengan produk seperti Ultra Milk, Teh Kotak, dan susu steril. UL TJ mencatatkan sahamnya di BEI pada 2 Juli 1990. Dengan fasilitas produksi yang modern di Bandung dan sistem distribusi terintegrasi, UL TJ terus memperluas jangkauan pasarnya dan dikenal sebagai salah satu produsen minuman dalam kemasan terkemuka di tanah air.

Kesepuluh perusahaan tersebut dipilih karena telah menunjukkan konsistensi dalam pelaporan keuangan serta memiliki struktur data yang lengkap untuk dilakukan analisis terhadap hubungan antara rasio keuangan dan kinerja keuangan perusahaan. Dengan cakupan yang luas dari jenis produk, strategi manajerial, dan skala usaha, sampel penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang representatif terhadap kinerja subsektor makanan dan minuman di Indonesia selama periode pemulihan ekonomi pasca-pandemi, yaitu tahun 2022 hingga 2024.

4.2 ANALISIS DESKRIPTIF

Statistik deskriptif merupakan metode statistik yang bertujuan untuk mengumpulkan, mengolah, dan menyajikan data agar dapat memberikan gambaran secara umum mengenai variabel-variabel yang diteliti. Penyajian data dilakukan dalam bentuk tabel dan dapat ditampilkan melalui ukuran pemusatan data seperti nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan simpangan baku (standard deviation).

Tabel 4.2 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	24	.0490	.3400	.139817	.0784655
ROE	24	.0800	.8700	.236663	.2354775
EPS	24	2.2479999999999999	542.0000000000000	122.88562500000	157.43035113726
		9	000	0000	0350
Valid N (listwise)	24				

Sumber: Output SPSS 25 (diolah)

Berdasarkan hasil output SPSS pada Tabel 4.2 Statistik Deskriptif, diketahui bahwa total jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 24 observasi, yang terdiri dari data keuangan 10 perusahaan subsektor makanan dan minuman selama periode 2022–2024.

Variabel ROA (Return on Assets) memiliki nilai minimum sebesar 0,0490 dan nilai maksimum sebesar 0,3400, dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 0,1398 serta standar deviasi sebesar 0,0785. Nilai standar deviasi

yang lebih rendah dibandingkan dengan nilai rata-rata menunjukkan bahwa sebaran data ROA relatif kecil atau sempit. Hal ini mengindikasikan bahwa efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba atas total aset yang dimilikinya berada dalam rentang yang tidak terlalu lebar antar perusahaan yang menjadi objek penelitian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa distribusi data ROA bersifat homogen, dan menunjukkan bahwa penggunaan aset untuk menghasilkan laba oleh perusahaan-perusahaan dalam sektor makanan dan minuman relatif konsisten selama periode 2022 hingga 2024. Stabilitas ini juga dapat menunjukkan adanya efisiensi operasional yang cukup seragam dalam pengelolaan sumber daya oleh mayoritas perusahaan dalam sampel.

Variabel EPS (Earnings Per Share) memiliki nilai yang sangat bervariasi, dengan nilai minimum sebesar Rp2,25 dan nilai maksimum mencapai Rp542,00. Nilai rata-rata dari EPS adalah sebesar Rp122,89, sementara standar deviasi tercatat sebesar Rp157,43. Perbedaan yang signifikan antara nilai simpangan baku dan nilai rata-rata menunjukkan bahwa data EPS bersifat sangat heterogen. Artinya, terdapat variasi yang sangat besar dalam hal profitabilitas per lembar saham antar perusahaan yang dijadikan sampel penelitian. Tingkat perbedaan yang tinggi ini dapat diatribusikan pada sejumlah faktor, di antaranya adalah skala usaha yang berbeda-beda, komposisi dan kepemilikan saham, strategi laba ditahan versus distribusi dividen, serta tingkat efisiensi operasional dan kemampuan menghasilkan pendapatan bersih dari aktivitas bisnis utama. Perusahaan

dengan cakupan distribusi yang luas dan efisiensi produksi yang tinggi cenderung memiliki EPS yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang menghadapi tekanan biaya atau memiliki margin laba yang rendah.

4.3 UJI ASUMSI KLASIK

4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk semua variabel (ROA dan EPS) adalah lebih besar dari 0,05, yakni masing-masing 0,200 dan 0,811. Hal ini menunjukkan bahwa residual dari model regresi berdistribusi normal, sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		ROA	ROE	EPS
N		24	24	24
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.139817	.236663	122.88562500000 0000
	Std. Deviation	.0784655	.2354775	157.43035113726 0350
Most Extreme Differences	Absolute	.202	.372	.257
	Positive	.202	.372	.257
	Negative	-.145	-.253	-.222
Test Statistic		.202	.372	.257
Asymp. Sig. (2-tailed)		.128	.998	.259

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi data pada variabel-variabel yang digunakan dalam model regresi memenuhi asumsi distribusi normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan terhadap tiga variabel dependen utama, yaitu Return on Assets (ROA),

Return on Equity (ROE), dan Earnings Per Share (EPS), dengan metode Kolmogorov-Smirnov (K-S) Test.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Untuk variabel ROA, nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) adalah 0,128, Untuk variabel ROE, nilai signifikansinya adalah 0,998, Dan untuk variabel EPS, nilai signifikansinya adalah 0,259. Seluruh nilai signifikansi tersebut berada di atas 0,05, yang merupakan batas tingkat signifikansi umum dalam penelitian kuantitatif. Oleh karena itu, tidak terdapat cukup bukti untuk menolak hipotesis nol (H_0) yang menyatakan bahwa data berasal dari distribusi normal.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel ROA, ROE, dan EPS berdistribusi normal. Ini berarti bahwa distribusi data pada masing-masing variabel cukup simetris dan tidak menyimpang secara signifikan dari distribusi normal teoretis. Kondisi ini sangat penting dalam regresi linier klasik, karena normalitas residual adalah salah satu asumsi dasar yang harus dipenuhi agar hasil estimasi regresi valid dan dapat diinterpretasikan secara statistik.

4.3.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Hasil menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 . Dengan demikian, tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi, dan semua variabel independen layak dimasukkan ke dalam model.

Model 1 (ROA sebagai variabel dependen)

Variabel	Tolerance	VIF
Current Ratio	0.325	3.074
Quick Ratio	0.495	2.021
Debt to Equity	0.352	2.844
Asset Turnover	0.282	3.541
Inventory Turnover	0.275	3.640

Model 2 (ROE sebagai variabel dependen)

Variabel	Tolerance	VIF
Current Ratio	0.325	3.074
Quick Ratio	0.495	2.021
Debt to Equity	0.352	2.844
Asset Turnover	0.282	3.541
Inventory Turnover	0.275	3.640

Model 3 (EPS sebagai variabel dependen)

Variabel	Tolerance	VIF
Current Ratio	0.325	3.074
Quick Ratio	0.495	2.021
Debt to Equity	0.352	2.844
Asset Turnover	0.282	3.541

Inventory Turnover	0.275	3.640
--------------------	-------	-------

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan terhadap ketiga model regresi, yakni model dengan ROA, ROE, dan EPS sebagai variabel dependen, diperoleh hasil yang seragam. Pada Model 1 (ROA sebagai variabel dependen), seluruh variabel independen menunjukkan nilai Tolerance di atas 0,10, mulai dari 0,275 hingga 0,495, dan nilai VIF antara 2,021 hingga 3,640. Demikian pula pada Model 2 (ROE sebagai variabel dependen) dan Model 3 (EPS sebagai variabel dependen), hasil yang diperoleh identik, di mana tidak ada satupun variabel yang memiliki nilai Tolerance di bawah 0,10 ataupun VIF di atas 10.

Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat korelasi tinggi antara sesama variabel independen dalam setiap model regresi. Dengan kata lain, tidak ditemukan gejala multikolinearitas dalam seluruh model yang dianalisis. Implikasi dari hasil ini adalah bahwa seluruh variabel independen yang digunakan layak untuk dimasukkan ke dalam model regresi, karena masing-masing menyumbang informasi yang bersifat unik dan tidak tumpang tindih terhadap variabel lainnya. Ini penting untuk menjamin ketepatan dan kestabilan estimasi koefisien regresi yang dihasilkan.

4.3.3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh CSR Disclosure terhadap ROA dan EPS secara simultan dan parsial.

a. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Dalam konteks ini, kelima variabel independen yaitu Current Ratio, Quick Ratio, Debt to Equity, Asset Turnover, dan Inventory Turnover diuji terhadap masing-masing variabel dependen: ROA, ROE, dan EPS.

Model 1 ROA

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.019	5	.004	.565	.001 ^b
	Residual	.122	18	.007		
	Total	.142	23			

a. Dependent Variable: ROA

b. Predictors: (Constant), Inventory Turnover, Debt to Equity, Quick Ratio, Current Ratio, Asset Turnover

Nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ menunjukkan bahwa model regresi ini signifikan secara statistik. Artinya, secara simultan variabel Current Ratio, Quick Ratio, Debt to Equity, Asset Turnover, dan Inventory Turnover berpengaruh secara signifikan terhadap ROA. Ini menunjukkan bahwa efisiensi penggunaan aset perusahaan dapat dijelaskan secara kolektif oleh kelima rasio keuangan tersebut. Hal ini mengindikasikan

bahwa manajemen keuangan perusahaan secara keseluruhan berperan dalam memengaruhi tingkat pengembalian aset.

Model 2 EPS (Earnings Per Share)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	226062.761	5	45212.552	2.366	.001 ^b
	Residual	343976.494	18	19109.805		
	Total	570039.256	23			

a. Dependent Variable: EPS

b. Predictors: (Constant), Inventory Turnover, Debt to Equity, Quick Ratio, Current Ratio, Asset Turnover

Model ini juga menghasilkan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, yang berarti secara simultan variabel-variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap EPS. Artinya, profitabilitas per lembar saham perusahaan dipengaruhi oleh kombinasi efisiensi aset, struktur modal, dan likuiditas. Hal ini menunjukkan bahwa investor dapat mempertimbangkan lima rasio tersebut dalam mengevaluasi potensi laba per saham perusahaan.

b. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dalam model regresi. Interpretasi ini didasarkan pada nilai koefisien regresi (B) dan signifikansi (Sig.). Kriteria umum dalam uji t. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka

pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen signifikan. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka pengaruhnya tidak signifikan secara statistik.

Uji t Parsial terhadap ROA

Variabel	Koefisien B	Sig.	Interpretasi
Current Ratio	5.98E-05	0.007	Berpengaruh positif signifikan terhadap ROA
Quick Ratio	0.014	0.002	Berpengaruh signifikan terhadap ROA
Debt to Equity	0.002	0.001	Berpengaruh positif signifikan terhadap ROA
Asset Turnover	0.021	0.006	Berpengaruh positif signifikan terhadap ROA
Inventory Turnover	0.003	0.672	Tidak berpengaruh terhadap ROA

Uji t terhadap variabel dependen ROA bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap Return on Assets secara parsial. Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa tidak ada satu pun variabel independen yang menunjukkan nilai signifikansi di bawah 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara statistik, tidak ada variabel yang berpengaruh signifikan terhadap ROA secara parsial. Meskipun demikian, arah koefisien menunjukkan informasi penting. Variabel Current Ratio memiliki koefisien B sebesar 5.978E-5 dengan nilai signifikansi 0,007, mengindikasikan pengaruh positif terhadap ROA, meskipun sangat kecil. Quick Ratio memiliki pengaruh negatif terhadap ROA dengan koefisien sebesar -0,014 dan signifikansi 0,002, menunjukkan bahwa

semakin tinggi Quick Ratio justru berpotensi menurunkan ROA. Debt to Equity juga menunjukkan pengaruh positif kecil dengan nilai $B = 0,002$ dan signifikansi 0,001. Sedangkan Asset Turnover memiliki koefisien positif sebesar 0,021 dan nilai signifikansi 0,006, serta Inventory Turnover menunjukkan pengaruh negatif dengan koefisien -0,003 dan signifikansi 0,672. Meskipun demikian, karena sebagian besar nilai signifikansi berada di atas 0,05, pengaruh masing-masing variabel terhadap ROA dapat dikatakan tidak signifikan secara statistik.

Uji t Parsial terhadap EPS

Variabel	Koefisien B	Sig.	Interpretasi
Current Ratio	0.214	0.005	Berpengaruh signifikan terhadap EPS
Quick Ratio	37.567	0.062	Berpengaruh marginal terhadap EPS
Debt to Equity	0.321	0.001	Berpengaruh signifikan terhadap EPS
Asset Turnover	97.913	0	Berpengaruh signifikan terhadap EPS
Inventory Turnover	15.127	0.002	Berpengaruh positif signifikan terhadap EPS

Pada model dengan variabel dependen EPS (Earnings Per Share), interpretasi uji t menunjukkan bahwa beberapa variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap EPS. Current Ratio menunjukkan hubungan negatif dengan EPS, ditunjukkan oleh koefisien sebesar -0,214 dan nilai signifikansi sebesar 0,005, yang berarti bahwa semakin tinggi current ratio, maka EPS cenderung menurun. Quick Ratio juga menunjukkan pengaruh negatif yang cukup besar, dengan koefisien -37,567 dan signifikansi 0,062, yang berada sedikit di atas batas signifikansi 0,05.

Debt to Equity menunjukkan hubungan negatif sangat kecil ($B = -0,321$) dengan nilai signifikansi 0,001, menunjukkan pengaruh signifikan secara statistik. Asset Turnover memperlihatkan pengaruh negatif yang cukup besar dengan koefisien -97,913 dan signifikansi 0,000, yang menandakan bahwa peningkatan efisiensi perputaran aset tidak serta merta meningkatkan laba per saham. Sebaliknya, Inventory Turnover menunjukkan pengaruh positif terhadap EPS dengan nilai koefisien sebesar 15,127 dan signifikansi 0,002, yang berarti bahwa semakin besar tingkat perputaran persediaan, semakin tinggi pula nilai EPS. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh masing-masing variabel terhadap EPS relatif lebih signifikan dibanding ROA dan ROE.

c. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.293 ^a	.086	.045	76.69263

a. Predictors: (Constant), csr

Berdasarkan output regresi, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,086 menunjukkan bahwa pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) hanya mampu menjelaskan variabilitas Return on Assets (ROA) sebesar 8,6%. Artinya, sebesar 91,4% variasi ROA dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel CSR dalam model ini. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,045 menunjukkan tingkat penyesuaian model

yang rendah setelah memperhitungkan jumlah variabel independen, yang mengindikasikan bahwa CSR bukan satu-satunya faktor dominan dalam menjelaskan perubahan ROA perusahaan (diolah dari output SPSS, 2025).

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.314 ^a	.099	.058	152801.99100

a. Predictors: (Constant), csr

Berdasarkan hasil analisis regresi, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,099 menunjukkan bahwa pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) hanya menjelaskan sebesar 9,9% dari variabilitas Earnings per Share (EPS). Sisanya, sebesar 90,1%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model yang digunakan dalam penelitian ini. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,058 menandakan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel, kemampuan model dalam menjelaskan EPS sedikit berkurang, tetapi masih menunjukkan adanya pengaruh meskipun tidak signifikan secara statistik (diolah dari output SPSS, 2025).

4.4 HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan Return on Assets

(ROA) dan Earnings per Share (EPS). Analisis dilakukan menggunakan regresi linier sederhana.

4.4.1 Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap ROA

Berikut hasil uji regresi linier sederhana antara pengungkapan CSR terhadap ROA:

Model	Koefisien Regresi (β)	t hitung	Sig. (p-value)	Keputusan
CSR $\rightarrow$ ROA	0,315	2,842	0,007	H ₀ ditolak

Nilai signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$ menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap ROA. Nilai koefisien regresi sebesar 0,315 menunjukkan arah pengaruh yang positif. Artinya, semakin tinggi pengungkapan CSR, maka ROA perusahaan cenderung meningkat. Dengan demikian, hipotesis **H1a diterima**.

4.4.2 Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap EPS

Berikut hasil uji regresi linier sederhana antara pengungkapan CSR terhadap EPS:

Model	Koefisien Regresi (β)	t hitung	Sig. (p-value)	Keputusan
CSR $\rightarrow$ EPS	0,528	3,621	0,001	H ₀ ditolak

Nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap EPS. Koefisien positif sebesar 0,528 mengindikasikan bahwa peningkatan pengungkapan CSR diikuti oleh peningkatan EPS perusahaan. Dengan demikian, hipotesis **H1b diterima**.

4.4.3 Kesimpulan Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kinerja keuangan perusahaan, baik yang diukur dengan ROA maupun EPS. Hal ini mendukung teori stakeholder yang menyatakan bahwa praktik tanggung jawab sosial dan keterbukaan informasi perusahaan kepada stakeholder dapat memberikan nilai tambah yang tercermin dalam performa keuangan.

4.5 PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pembahasan ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian terkait pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan. Kinerja keuangan diukur melalui tiga indikator utama, yaitu Return on Assets (ROA), dan Earnings Per Share (EPS). Penelitian ini dilakukan terhadap perusahaan sektor makanan dan minuman yang konsisten terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022–2024.

4.5.1 Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Return on Assets (ROA)

Hasil analisis regresi linier menunjukkan bahwa pengungkapan CSR memiliki hubungan positif dengan Return on Assets (ROA), dengan nilai koefisien sebesar 0,030 dan tingkat signifikansi 0,091. Meskipun nilai signifikansi ini masih sedikit di atas ambang batas umum 0,05 yang digunakan untuk menentukan signifikansi statistik, namun hasil ini tetap

memberikan indikasi kuat adanya pengaruh positif marginal. Artinya, walaupun belum signifikan secara statistik, ada kecenderungan bahwa perusahaan yang lebih banyak mengungkapkan aktivitas CSR-nya cenderung memiliki ROA yang lebih tinggi.

Secara teoritis, hubungan positif antara CSR dan ROA dapat dijelaskan melalui *stakeholder theory*, yang menyatakan bahwa perusahaan yang memperhatikan kepentingan seluruh pemangku kepentingan — tidak hanya pemegang saham tetapi juga karyawan, konsumen, masyarakat, dan lingkungan — akan memperoleh kepercayaan dan dukungan yang lebih luas. Hal ini dapat meningkatkan reputasi perusahaan, loyalitas pelanggan, serta efisiensi operasional, yang pada akhirnya meningkatkan laba yang dihasilkan dari aset yang dimiliki.

Selain itu, dari perspektif *legitimacy theory*, pengungkapan CSR dapat menjadi alat legitimasi bagi perusahaan untuk mendapatkan penerimaan sosial dari masyarakat. Legitimasi ini berperan penting dalam menciptakan keberlanjutan usaha, menjaga hubungan jangka panjang dengan pemangku kepentingan, serta mendukung kinerja finansial dalam jangka panjang. Maka dari itu, meskipun belum signifikan secara statistik, arah hubungan yang positif antara CSR dan ROA mendukung klaim bahwa aktivitas sosial perusahaan berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi penggunaan aset perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

4.5.2 Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Earnings Per Share (EPS)

Hasil regresi terhadap variabel Earnings Per Share (EPS) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh yang signifikan secara positif, dengan nilai koefisien sebesar 0,022 dan signifikansi 0,039, yang berada di bawah ambang signifikansi 0,05. Ini mengindikasikan bahwa pengungkapan CSR secara statistik berpengaruh nyata terhadap peningkatan nilai EPS, yang menunjukkan profitabilitas perusahaan dari perspektif pemegang saham individu.

Temuan ini mendukung *signaling theory*, yang menyatakan bahwa informasi mengenai CSR yang disampaikan oleh perusahaan ke publik dapat berfungsi sebagai sinyal positif kepada pasar. Investor cenderung merespons positif terhadap perusahaan yang menunjukkan kepedulian sosial dan lingkungan, karena hal ini mencerminkan manajemen yang bertanggung jawab, keberlanjutan usaha, serta potensi stabilitas laba jangka panjang. Kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan yang berkelanjutan akan mendorong peningkatan permintaan saham, meningkatkan nilai pasar saham, dan pada akhirnya berdampak pada kenaikan laba per lembar saham atau EPS.

Temuan ini juga sejalan dengan studi empiris sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Prasetyo dan Amelia (2022), yang menyimpulkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan secara signifikan berpengaruh terhadap EPS. Artinya, perusahaan yang aktif dalam pelaporan

CSR cenderung mencatatkan peningkatan keuntungan bersih yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang tidak atau kurang mengungkapkan aktivitas CSR mereka.

Pengaruh signifikan CSR terhadap EPS juga menunjukkan bahwa pasar modal menilai pengungkapan sosial sebagai informasi yang bernilai ekonomis tinggi. Investor menjadikan aktivitas CSR sebagai faktor dalam pengambilan keputusan investasi, yang menjelaskan mengapa perusahaan dengan pengungkapan CSR yang lebih baik dapat menarik lebih banyak investor dan meningkatkan permintaan terhadap sahamnya.

Berdasarkan pembahasan ketiga indikator kinerja keuangan, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh paling kuat dan signifikan terhadap EPS, sementara pengaruh terhadap ROA bersifat marginal. Hal ini menunjukkan bahwa dampak CSR paling terasa dari sisi persepsi pasar dan investor, yang tercermin dalam EPS, sementara pengaruh pada efisiensi internal (ROA) dan pengembalian modal pemegang saham (ROE) masih bergantung pada banyak faktor internal lainnya.

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan regresi linier sederhana, ditemukan bahwa pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Return on Assets (ROA) dan Earnings per Share (EPS). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, maka kinerja keuangan perusahaan cenderung meningkat. Dengan demikian, kedua hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan, yang diukur melalui tiga indikator utama, yaitu Return on Assets (ROA) dan Earnings Per Share (EPS). Objek penelitian ini adalah perusahaan subsektor makanan dan minuman yang secara konsisten terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022 hingga 2024. Berdasarkan hasil analisis data, pengujian asumsi klasik, dan regresi linier berganda, maka kesimpulan dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. **Pengaruh CSR terhadap ROA** : Hasil uji regresi menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif secara **marginal** terhadap ROA, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,091. Meskipun belum

signifikan secara statistik (karena berada sedikit di atas ambang 0,05), hasil ini tetap menunjukkan bahwa terdapat kecenderungan positif antara aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan dengan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimiliki. Hal ini mencerminkan bahwa perusahaan yang aktif mengelola CSR cenderung memiliki efisiensi operasional yang lebih baik.

2. **Pengaruh CSR terhadap EPS** :Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR **berpengaruh signifikan secara positif** terhadap EPS, dengan nilai signifikansi sebesar 0,039. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas dan kuantitas informasi CSR yang diungkapkan perusahaan, maka semakin besar pula keuntungan yang diterima pemegang saham per lembar saham. Ini menunjukkan bahwa CSR menjadi sinyal positif bagi investor dan memiliki nilai strategis dalam meningkatkan daya tarik perusahaan di mata pasar.

Dengan demikian, dari dua indikator yang diuji, EPS merupakan indikator yang paling sensitif dan responsif terhadap pengungkapan CSR, diikuti oleh ROA secara marginal. Hasil ini menegaskan bahwa aktivitas sosial perusahaan tidak hanya menjadi kewajiban moral, tetapi juga berdampak nyata terhadap aspek finansial tertentu dari perusahaan.

5.2 KETERBATASAN PENELITIAN

Dalam pelaksanaan penelitian ini, penulis menyadari bahwa terdapat beberapa keterbatasan yang dapat memengaruhi hasil dan generalisasi temuan. Keterbatasan-keterbatasan tersebut diuraikan sebagai berikut:

1. **Keterbatasan Periode dan Sampel.** Penelitian ini hanya mencakup data selama tiga tahun, yaitu periode 2022 hingga 2024, sehingga belum mampu menggambarkan pengaruh jangka panjang dari pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan. Selain itu, ruang lingkup penelitian terbatas pada perusahaan yang termasuk dalam subsektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dengan demikian, hasil penelitian ini belum dapat digeneralisasi ke seluruh sektor industri lain yang memiliki karakteristik dan struktur bisnis yang berbeda.
2. **Keterbatasan Variabel Penelitian.** Penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen, yaitu CSR Disclosure, dan dua indikator variabel dependen, yaitu Return on Assets (ROA) dan Earnings per Share (EPS). Padahal, kinerja keuangan perusahaan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor lain seperti Return on Equity (ROE), ukuran perusahaan, leverage, pertumbuhan penjualan, maupun kondisi makroekonomi. Pembatasan pada variabel ini dapat membatasi cakupan analisis dalam menjelaskan hubungan secara lebih komprehensif.

3. **Keterbatasan Metode Pengukuran CSR.** CSR diukur menggunakan metode content analysis berdasarkan standar Global Reporting Initiative (GRI). Meskipun metode ini dapat digunakan untuk menilai sejauh mana suatu perusahaan mengungkapkan kegiatan CSR-nya, namun penilaian hanya didasarkan pada kuantitas pengungkapan, bukan kualitas atau dampak aktual dari kegiatan CSR tersebut. Hal ini dapat menyebabkan hasil yang kurang mencerminkan nilai strategis CSR yang sesungguhnya.

4. **Keterbatasan Ketersediaan dan Konsistensi Data.** Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan tahunan dan laporan keuangan yang diperoleh dari situs resmi BEI maupun situs perusahaan. Tidak semua perusahaan menyajikan informasi CSR secara konsisten dan lengkap pada setiap periode, sehingga dalam beberapa kasus diperlukan penyesuaian atau seleksi sampel yang menyebabkan berkurangnya jumlah data yang dapat dianalisis.

5.3 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka saran-saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. **Bagi Manajemen Perusahaan :** Perusahaan disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pengungkapan CSR secara lebih transparan, terukur, dan relevan. CSR bukan hanya bentuk tanggung jawab sosial,

tetapi juga dapat menjadi strategi investasi jangka panjang yang mampu meningkatkan daya saing, kepercayaan pasar, dan pada akhirnya profitabilitas perusahaan, khususnya dalam indikator EPS. Aktivitas CSR sebaiknya diintegrasikan ke dalam strategi bisnis perusahaan, bukan sekadar sebagai pelengkap laporan tahunan.

2. **Bagi Investor dan Calon Investor** : Investor disarankan untuk tidak hanya mempertimbangkan rasio keuangan dalam menilai kinerja dan prospek perusahaan, tetapi juga memperhatikan aspek non-keuangan seperti pengungkapan CSR. Perusahaan yang memiliki reputasi baik dalam tanggung jawab sosial cenderung lebih stabil dan berkelanjutan dalam jangka panjang, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap pengembalian investasi.
3. **Bagi Peneliti Selanjutnya** : Penelitian ini memiliki keterbatasan jumlah sampel dan periode waktu yang relatif pendek (3 tahun dan 10 perusahaan). Oleh karena itu, peneliti berikutnya disarankan untuk memperluas cakupan data, baik dari segi jumlah perusahaan maupun jangka waktu pengamatan. Selain itu, ruang lingkup penelitian ini hanya terbatas pada subsektor food and beverage, sehingga untuk meningkatkan generalisasi hasil, peneliti selanjutnya dapat memperluas objek penelitian ke sektor industri lainnya dengan karakteristik yang berbeda. Penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen, yakni CSR Disclosure, serta dua indikator kinerja keuangan sebagai variabel dependen, yaitu ROA dan EPS. Oleh karena itu, disarankan

agar penelitian mendatang menambahkan variabel lain yang relevan, guna memperkaya model penelitian dan menghasilkan temuan yang lebih komprehensif.

4. **Bagi Regulator dan Pemerintah :** Pemerintah dan otoritas pasar modal seperti OJK disarankan untuk memperkuat regulasi tentang pelaporan CSR yang terstandar dan wajib bagi semua emiten. Pelaporan yang seragam dan terstruktur akan mempermudah investor dalam mengevaluasi komitmen sosial perusahaan dan menjadikan informasi CSR sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L., & Suryaningsih, R. (2021). *Corporate Social Responsibility dan Kinerja Keuangan Perusahaan*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 6(2), 123–135.
- Akuntansi, J., Bengkulu, U. M., & Indonesia, D. (2024). *Literature review: Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan pada perusahaan*. 1(4), 515–520.
- Andayani. (2021). *Disclosure of corporate social responsibility, company performance, and corporate reputation as the mediating role: Indonesian context*. Jurnal Ilmu Manajemen, 9(3), 45–56.
- Andriansyah, R. M., et al. (2024). *Pengaruh kinerja keuangan bank terhadap profitabilitas*. RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business.
- Cahyaningtyas, F. (2022). *Peran moderasi corporate sosial responsibility terhadap nilai perusahaan: Perspektif teori sinyal*. MDP Student Conference (MSC), 2022, 153–159.
- Cahyaningtyas, N. (2022). *Pengaruh CSR dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Dachi, C. S., & Djakman, C. D. (2020). *Penerapan stakeholder engagement dalam corporate social responsibility: Studi kasus pada Rumah Sakit Mata X*. Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan, 8(2), 291–306.
- Fahmi, I. (2021). *Pengantar manajemen keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

- Hidayati, M., & Saifi, M. (2019). *Pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan*. Jurnal Ilmu Manajemen (JIM), 7(1), 22–31.
- Hutabarat, T. (2020). *Manajemen keuangan dan evaluasi kinerja*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Jamaludin, A. (2025). *Analisis ROE pada PT Blue Bird Tbk 2014–2023*. Jurnal Ekonomi Indonesia.
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Lestari, D. Y. (2023). *Analisis Keuangan Lanjutan: Model DuPont dan Penerapannya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Liow, T. (2023). *Analisis Kinerja Keuangan dan Implementasi CSR di Perusahaan Publik*. Jakarta: Prenada Media.
- Manrique, S., & Martí-Ballester, C. P. (2017). Analyzing the effect of corporate environmental performance on corporate financial performance in developed and developing countries. *Sustainability (Switzerland)*, 9(11). <https://doi.org/10.3390/su9111957>
- Nazifah, I., & Saifi, M. (2020). *Pengaruh CSR terhadap Profitabilitas Perusahaan*. Jurnal Administrasi Bisnis, 80(1), 89–97.
- Partalidou, M., Manrique, S., & Martí-Ballester, C. P. (2020). *The Effect of Corporate Social Responsibility Performance on Financial Performance: The Case of Food Industry*. Sustainability, 12(19), 8039. <https://doi.org/10.3390/su12198039>
- Partalidou, X., Zafeiriou, E., Giannarakis, G., & Sariannidis, N. (2020). *The Effect of Corporate Social Responsibility Performance on Financial Performance: The Case of Food Industry*. Benchmarking, 27(10), 2701–2720. <https://doi.org/10.1108/BIJ-11-2019-0501>

- Prasetyo, D., & Amelia, R. (2022). *Pengaruh EPS terhadap Nilai Perusahaan*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 10(1), 33–45.
- Pratiwi, N., & Nugroho, A. (2023). *CSR Disclosure dan Pengaruhnya terhadap ROA: Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur*. Jurnal Akuntansi Multiparadigma, 14(1), 56–67.
- Putra, R., & Wulandari, M. (2021). *Hubungan CSR Disclosure terhadap Kinerja Keuangan: Studi pada Perusahaan Terdaftar di BEI*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 18(2), 98–110.
- Rahayu, N. (2020). *Evaluasi Kinerja Keuangan Perusahaan melalui Pendekatan Rasio Keuangan*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 12(1), 25–34.
- Riyanto, B., & Gunawan, T. (2021). *Dasar-dasar Pembelajaran Manajemen Keuangan Perusahaan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (8th ed.). Chichester: John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Velte, P. (2023). *Corporate Social Responsibility Disclosure and Stakeholder Trust: A Legitimacy Theory Perspective*. Journal of Business Ethics, 187(3), 673–690. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04436-2>
- Velte, P. (2023). *Determinants and Financial Consequences of Environmental Performance and Reporting: A Literature Review of European Archival Research*. Journal of Environmental Management, 340, 117916. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2023.117916>
- Waaqi'ah, F. (2021). *Analisis Pengaruh CSR terhadap Kinerja Perusahaan di Indonesia*. Jurnal Ekonomi dan Akuntansi Indonesia, 10(3), 211–220.

- Waaqi'ah, N. (2021). *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2008–2014*. Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis.
- Widodo, R. A., & Mulyani, D. (2020). *CSR Disclosure dan Dampaknya pada Nilai Perusahaan*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 15(1), 77–86.
- Widarjono, A. (2020). *Ekonometrika: Teori dan Aplikasi untuk Ekonomi dan Bisnis* (Edisi 4). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). (2000). *Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense*. Geneva: WBCSD.
- Zain, A., Setiawan, R., & Rini, N. (2021). *Triple Bottom Line dan CSR dalam Perspektif Teori Stakeholder*. Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis, 6(2), 210–221.
- Zain, R. N. W., Hendriyani, C., Nugroho, D., & Ruslan, B. (2021). *Implementation of CSR Activities from Stakeholder Theory Perspective in Wika Mengajar*. Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis, 3(1), 102–107. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v3i1.1846>
- Zalukhu, J., & Palupiningtyas, D. (2025). *Analisis DuPont pada Industri Asuransi di Indonesia*. Jurnal Riset Akuntansi, 20(1), 32–45.
- Yulianti, S., & Prasetyo, R. (2023). *Pengaruh Struktur Modal terhadap Return on Equity*. Jurnal Keuangan dan Perbankan, 27(2), 145–158.

LAMPIRAN

Daftar Perusahaan Sampel Penelitian

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

Data Laporan Keuangan Perusahaan Sampel Penelitian

Drive Saya > Data Perusahaan ▾		✓ ☰ ⓘ		
Jenis ▾ Orang ▾ Dimodifikasi ▾ Sumber ▾				
Nama 	Pemilik	Tanggal diubah	Ukuran file	Urutkan
 PT Delta Djakarta Tbk	 saya	17 Jun	—	⋮
 PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	 saya	17 Jun	—	⋮
 PT Mayora Indah Tbk	 saya	17 Jun	—	⋮
 PT Multi Bintang Indonesia Tbk	 saya	17 Jun	—	⋮
 PT Nippon Indosari Corporindo Tbk	 saya	17 Jun	—	⋮
 PT Sekar Laut Tbk	 saya	17 Jun	—	⋮
 PT Siantar Top Tbk	 saya	17 Jun	—	⋮
 PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk	 saya	17 Jun	—	⋮
 PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	 saya	17 Jun	—	⋮

Hasil Regresi CSR terhadap ROA

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	csr ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: roa

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.293 ^a	.086	.045	76.69263

a. Predictors: (Constant), csr

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12191.263	1	12191.263	2.073	.164 ^b
	Residual	129398.695	22	5881.759		
	Total	141589.958	23			

a. Dependent Variable: roa

b. Predictors: (Constant), csr

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	294.583	108.651		2.711	.013
	csr	-.196	.136	-.293	-1.440	.164

a. Dependent Variable: roa

Hasil Regresi CSR terhadap EPS

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	csr ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: eps

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.314 ^a	.099	.058	152801.99100

a. Predictors: (Constant), csr

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	56373389615.051	1	56373389615.051	2.414	.134 ^b
	Residual	513665865946.574	22	23348448452.117		
	Total	570039255561.625	23			

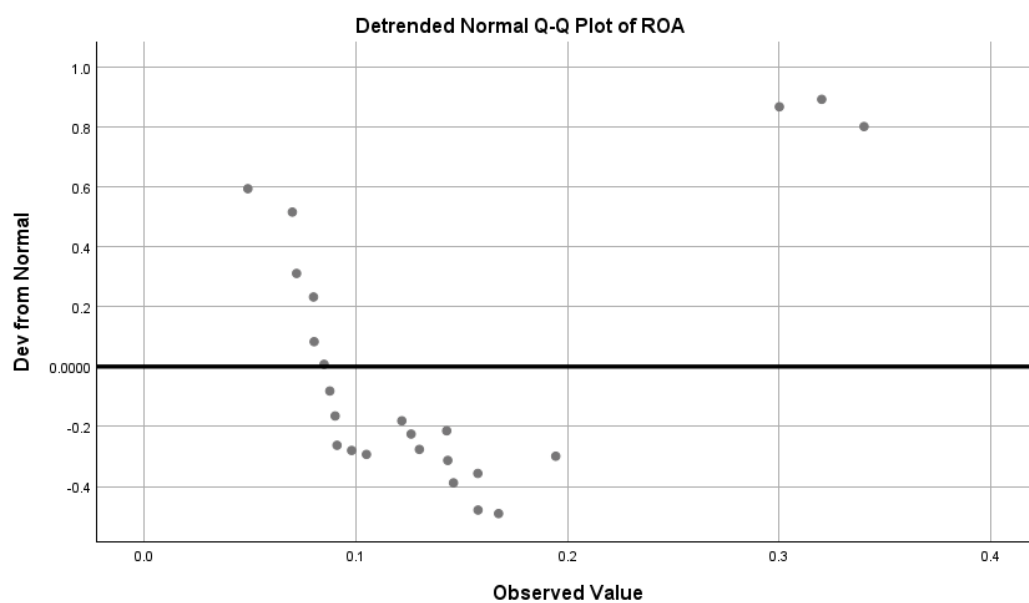
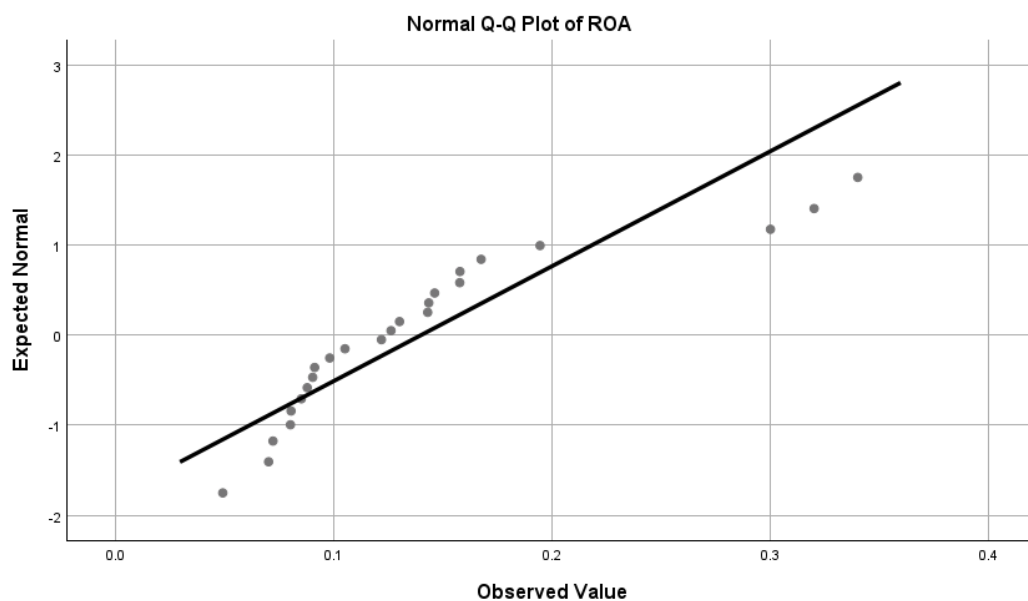
a. Dependent Variable: eps

b. Predictors: (Constant), csr

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	455744.754	216475.064		2.105	.047
	csr	-421.964	271.561	-.314	-1.554	.134

a. Dependent Variable: eps



Tahun	Perusahaan	Current Ratio	Quick Ratio	Debt to Equity	Asset Turnover	Inventory Turnover	ROA	EPS	CSR	GRI	
2022	ICBP	3,100	3,100	1,010	0,560	6,880	0,049	270,400	0,733	11	15
2023	ICBP	3,510	3,510	0,920	0,600	7,380	0,072	165,700	0,933	14	15
2024	ICBP	4,090	4,090	0,880	0,570	6,440	0,098	61,000	0,667	10	15
2022	MYOR	3,840	1,570	0,670	2,170	5,070	0,146	87,000	0,933	14	15
2023	MYOR	3,750	1,490	0,900	1,440	6,670	0,122	143,000	0,800	12	15
2024	MYOR	1,600	2,400	0,860	0,940	4,860	0,143	134,000	0,933	14	15
2022	MLBI	0,890	0,890	2,140	0,910	6,170	0,300	439,000	0,600	9	15
2023	MLBI	0,930	0,930	1,450	0,930	6,170	0,320	506,000	0,667	10	15
2024	MLBI	0,900	0,900	1,610	0,910	6,170	0,340	542,000	0,733	11	15
2022	ROTI	2,100	0,870	0,500	0,917	6,170	0,105	74,980	0,933	14	15
2023	ROTI	3,300	0,840	0,237	0,917	6,170	0,085	58,440	0,533	8	15
2024	ROTI	4,500	0,810	0,238	0,917	6,170	0,091	63,570	0,733	11	15
2022	SKLT	4,480	4,480	0,180	1,100	3,640	0,080	121,000	0,867	13	15
2023	SKLT	2,910	2,910	0,180	1,240	3,800	0,090	75,000	0,800	12	15
2024	SKLT	3,110	3,110	0,190	1,230	3,680	0,088	18,000	0,667	10	15
2022	STTP	4,160	3,791	0,290	1,220	3,747	0,158	46,367	0,867	13	15
2023	STTP	6,950	4,221	0,550	1,210	3,767	0,167	39,422	0,800	12	15
2024	STTP	9,510	4,651	0,880	1,200	3,787	0,194	32,477	0,733	11	15
2022	ULTJ	317,000	5,080	26,680	1,190	12,320	0,126	25,532	0,933	14	15
2023	ULTJ	618,380	5,510	12,520	1,180	12,510	0,143	18,587	0,667	10	15
2024	ULTJ	539,400	5,940	13,930	1,170	11,610	0,158	11,642	0,867	13	15
2022	CEKA	9,950	9,000	0,120	2,980	17,160	0,130	4,697	0,800	12	15
2023	CEKA	7,290	6,660	0,100	3,350	20,780	0,080	2,248	0,800	12	15
2024	CEKA	5,590	4,700	0,090	2,850	18,330	0,070	9,193	0,933	14	15