AKADEMIK E-ISSN 2774-888X
Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis
Vol. 4, No. 1, Januari 2024

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020 – 2022)

Winda Anastasya Butar Butar[1], Manatap Berliana Lumban Gaol[2], Amran Manurung[3]
Universitas HKBP Nommensen, Indonesia
winda.butarbutar@student.uhn.ac.id[1], berlianalumbangaol@uhn.ac.id[2], amran.manurung@uhn.ac.id[3]

Submitted: 10th Sept 2023 | **Edited**: 20th Dec 2023 | **Issued**: 01st Jan 2024

Cited on: Butar, W. A. B., Gaol, M. B. L., & Manurung, A. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020 – 2022). *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis, 4*(1), 245-254.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) on financial performance in food and beverage sub-sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2020-2022. The population used was 84 companies. By using Purposive Sampling techniques, the sample obtained was 51 companies. The independent variable used is Corporate Social Responsibility (CSR) while the dependent variable is financial performance which is proxied by Return On Assets (ROA), Return On Equity (ROE) and Earning Per Share (EPS). This study uses quantitative research. The data used is secondary data collected using the documentation method. The analytical method used is simple linear regression analysis using SPSS Version 25 software. The study results show that Corporate Social Responsibility (CSR) has a positive and significant effect on Return On Assets (ROA), Return On Equity (ROE) and Earning Per Share (EPS).

Keywords: Corporate Social Responsibility, Return on Asset, Return on Equity, Earning per Share

PENDAHULUAN

Pada era modern sekarang ini, perkembangan dunia bisnis dapat dikatakan sangat pesat ditandai dengan industri yang semakin maju berdampak pada semakin berkembangnya kegiatan operasional perusahaan. Hal ini membuat tuntutan terhadap perusahaan semakin besar. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk mendapatkan laba yang maksimal. Tetapi harus memperhatikan kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*), karena dalam melaksanakan kegiatan

operasionalnya perusahaan akan berinteraksi dengan lingkungan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu konsep atau praktek yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu beroperasi.

Pada tahun 2020 dan 2021, terjadi penurunan atau perlambatan pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia. Pertumbuhan industri makanan dan minuman paling lambat terjadi pada tahun 2020, yakni 1.58%. Hal ini diakibatkan terjadinya pandemi Covid-19 di Indonesia. Dampak dari pandemi Covid-19 mencakup pembatasan aktivitas, perubahan perilaku konsumen dan situasi ekonomi yang sulit. Sehingga mempengaruhi pertumbuhan industri makanan dan minuman menjadi lebih rendah dibandingkan dengan masa normal. Pada tahun 2022, Kementerian Perindustrian mencatat bahwa Produk Domestik Bruto (PDB) industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 4,90% atau sebesar Rp 813,06 triliun dengan kontribusi sebesar 38,35% atau yang terbesar terhadap PDB industri pengolahan non-migas. Nilai itu naik 4,90% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebesar Rp 775,10 triliun. Dari Fenomena ini, peneliti ingin melakukan penelitian terhadap peningkatan pertumbuhan industri makanan dan minuman dilihat dari kinerja keuangan perusahaan tersebut dan menguji apakah peningkatan ini sejalan dengan tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri.

Kinerja keuangan perusahaan merupakan hasil yang dapat diukur dan menggambarkan kondisi atau kemampuan dari suatu perusahaan. Penilaian kinerja keuangan dapat dilakukan dengan analisis rasio yakni rasio profitabilitas. Rasio Profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (*profit*) selama periode tertentu, sehingga dapat diketahui tingkat efisiensi perusahaan dalam beroperasi (Manurung, 2021). pada penelitian ini menggunakan rasio profitabilitas yang diukur dengan *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE) dan *Earning Per Share* (EPS)

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Cahyaningsih & Pustikaningsih, 2018 membuktikan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap ROA,ROE dan NPM, tetapi berpengaruh positif signifikan terhadap EPS. Sementara Pamungkas & Winarsih, 2020 membuktikan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap ROA, ROE dan EPS. Sedangkan penelitian lain yang dilakukan oleh Prasetyo & Meiranto (2017)

membuktikan bahwa Pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif terhadap ROA dan ROE, tetapi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap EPS.

Berdasarkan penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang bervariasi sehingga peneliti termotivasi untuk melakukan pengujian kembali tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2020-2022. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return On Asset*, *Return On Equity* dan *Earning Per Share.*

LANDASAN TEORI

Stakeholder Theory

Teori stakeholder menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, melainkan harus memberi manfaat kepada semua pihak yang terlibat (*stakeholder*). Dukungan kuat dari *stakeholder* dapat meningkatkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan oleh perusahaan (Saputri, 2020). Perusahaan akan kesulitan mendapatkan dukungan sumber daya untuk mencapai tujuannya, yaitu menghasilkan laba yang optimal, jika tidak memperhatikan *stakeholder*nya (Prasetyo & Meiranto, 2017).

Legitimacy Theory

Teori legitimasi didasarkan pada teori kontrak sosial yaitu adanya interaksi saling mempengaruhi satu sama lain antara masyarakat dalam kehidupan sosial (Massubagiyo & Widyawati, 2022). Teori legitimasi menyarankan perusahaan harus memastikan bahwa tindakan dan hasil mereka dapat diterima oleh masyarakat. Penerimaan dari masyarakat diharapkan dapat meningkatkan citra perusahaan, sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan (Kurnia, 2018).

Corporate Social Responsibility

Menurut WBCSD (*World Business Council for Sustainable Development*, 2000), mengemukakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan sebagai suatu komitmen dalam bisnis yang berkontribusi dalam mengembangkan ekonomi yang berkelanjutan, pekerja dalam perusahaan, keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat yang luas dalam rangka untuk dapat memperbaiki kualitas hidup.

Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan suatu analisis yang digunakan untuk menilai sejauh mana suatu perusahaan telah menjalankan kebijakan dan praktik keuangan dengan tepat dan sesuai prosedur (Damirah et al., 2023). Alat ukur kinerja keuangan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE) dan *Earning Per Share* (EPS).

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return On Asset*

Perusahaan yang menjalankan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan sehingga reputasi perusahaan juga meningkat di mata masyarakat. Hal tersebut mengakibatkan masyarakat semakin mengenal produk perusahaan dan memiliki keinginan untuk menggunakan produknya. Semakin banyak produk yang terjual di pasaran maka laba perusahaan akan semakin meningkat. Laba yang meningkat akan mempengaruhi *Return On Asset* (ROA) suatu perusahaan (Pratiwi et al., 2020). Maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

H_1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return On Asset*

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

Perusahaan yang menjalankan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan mendapat citra positif dari masyarakat dan semakin dipercaya oleh masyarakat. Kepercayaan itu diharapkan menimbulkan kesetiaan konsumen yang dapat meningkatkan penjualan sehingga perusahaan mengalami kenaikan laba. Laba yang tinggi akan berdampak pada *Return On Equity* (ROE) yang tinggi. Maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

H_2 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return On Equity*

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Earning Per Share*

Perusahaan yang menjalankan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak hanya bertujuan untuk membangun citra positif dan memperoleh kepercayaan masyarakat. Tetapi, memperkenalkan produk dan memperkuat kesetiaan masyarakat terhadap produk perusahaan. Semakin tinggi EPS, semakin besar potensi keuntungan

yang bisa diperoleh oleh pemegang saham (Pamungkas & Winarsih, 2020). Maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

H_3 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Earning Per Share*

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa laporan tahunan yang dipublikasikan melalui website resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

Populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman terdaftar di BEI periode 2020-2022. Metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel secara tidak acak namun menggunakan pertimbangan atau kriteria tertentu. Adapun kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah :

1. Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode 2020-2022
2. Perusahaan Makanan dan Minuman yang menerbitkan Laporan Keuangan periode 2020-2022
3. Perusahaan Makanan dan Minuman yang mendapatkan laba periode 2020-2022
4. Perusahaan Makanan dan Minuman yang menerbitkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) periode 2020-2022

HASIL PENELITIAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	51	.01	.27	.0859	.05174
ROE	51	.02	.86	.1537	.13902
EPS	51	1.32	1074.13	165.8649	232.09758
CSR	51	.16	.91	.4300	.17285
Valid N (listwise)	51				

Sumber: Data Diolah SPSS 25, 2023

Tabel 1, menunjukkan bahwa dalam penelitian ini digunakan sebanyak 51 total data yang dijadikan sampel. Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif dapat dilihat bahwa:

1. *Return On Asset* (ROA) memiliki nilai *minimum* sebesar 0,01 pada perusahaan Wahana Interfood Nusantara Tbk tahun 2020 dan nilai *maximum* sebesar 0,27 pada perusahaan Multi Bintang Indonesia Tbk tahun 2022, nilai rata-rata (*mean*) ROA sebesar 0,0859 dan nilai standar deviasi sebesar 0.05174.
2. *Return On Equity* (ROE) memiliki nilai *minimum* sebesar 0,02 pada perusahaan Wahana Interfood Nusantara Tbk tahun 2020 dan nilai *maximum* sebesar 0,86 pada perusahaan Multi Bintang Indonesia Tbk tahun 2022, nilai rata-rata (*mean*) ROE sebesar 0,1537 dan nilai standar deviasi sebesar 0,13902.
3. *Earning Per Share* (EPS) memiliki nilai *minimum* 1,32 pada perusahaan Austindo Nusantara Jaya Tbk tahun 2022 dan nilai *maximum* sebesar 1074,13 pada perusahaan Astra Agro Lestari Tbk tahun 2021, nilai rata-rata (*mean*) EPS sebesar 165,8649 dan nilai standar deviasi sebesar 232,09758.
4. *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai *minimum* sebesar 0,16 pada perusahaan BISI International Tbk tahun 2020 dan nilai *maximum* sebesar 0,91 pada perusahaan Sawit Sumbermas Sarana Tbk tahun 2022, nilai rata-rata (*mean*) CSR sebesar 0,4300 dan nilai standar deviasi sebesar 0,17285.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Hasil analisis regresi linear sederhana dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana ROA

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.077	.027		2.805	.009
	CSR	.135	.060	.104	2.208	.035

a. Dependent Variable: ROA

Sumber: Data Diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 2 di atas, maka model persamaan regresi linear sederhana dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut:

ROA = 0,077 + 0,135CSRI

Dari persamaan regresi diatas dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 0,077. Hasil ini dapat diartikan bahwa apabila besarnya nilai seluruh variabel independen adalah 0, maka besarnya ROA akan sebesar 0,077.

2. Nilai koefisien regresi CSR adalah sebesar 0,135. Artinya, apabila CSR meningkat 1% maka ROA akan mengalami peningkatan sebesar 0,135 atau 13,5% dengan asumsi semua variabel independen lain bersifat konstan atau tetap.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana ROE

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.126	.053		2.386	.021
	CSR	.063	.115	.079	2.352	.047

a. Dependent Variable: ROE

Sumber: Data Diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 3 di atas, maka model persamaan regresi linear sederhana dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut:

ROE = 0,126 + 0,063CSRI

Dari persamaan regresi diatas dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 0,126. Hasil ini dapat diartikan bahwa apabila besarnya nilai seluruh variabel independen adalah 0, maka besarnya ROE akan sebesar 0,126.
2. Nilai koefisien regresi CSR adalah sebesar 0,063. Artinya, apabila CSR meningkat 1% maka ROE akan mengalami peningkatan sebesar 0,063 atau 6,3% dengan asumsi semua variabel independen lain bersifat konstan atau tetap.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana EPS

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	26.780	86.171		2.311	.037
	CSR	323.423	186.176	.241	2.074	.041

a. Dependent Variable: EPS

Sumber: Data Diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 4 di atas, maka model persamaan regresi linear sederhana dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut:

EPS = 26,780 + 323,423CSRI

Dari persamaan regresi diatas dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 26,780. Hasil ini dapat diartikan bahwa apabila besarnya nilai seluruh variabel independen adalah 0, maka besarnya EPS akan sebesar 26,780.
2. Nilai koefisien regresi CSR adalah sebesar 323,423. Artinya, apabila CSR meningkat 1% maka EPS akan mengalami peningkatan sebesar 323,423 dengan asumsi semua variabel independen lain bersifat konstan atau tetap.

Uji Statistik T

Hasil uji statistik t dapat dilihat pada tabel 8,9,10 dibawah ini.

Tabel 5. Hasil Uji Statistik T (ROA)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.077	.027		2.805	.009
	CSR	.135	.060	.104	2.208	.035

a. Dependent Variable: ROA

Sumber: Data Diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan hasil dari tabel 5. diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,208. Hal ini menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,208 > 2,00958) dan nilai signifikansi sebesar 0,035 yang berarti nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau (0,035 < 0,05), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return On Asset*. Artinya H_1 yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return On Asset* diterima.

Tabel 6. Hasil Uji Statistik T (ROE)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.126	.053		2.386	.021
	CSR	.063	.115	.079	2.352	.047

a. Dependent Variable: ROE

Sumber: Data Diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan hasil dari tabel 6. diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,352. Hal ini menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,352 > 2,00958) dan nilai signifikansi sebesar

0,047 yang berarti nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau (0,047 < 0,05), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return On Equity*. Artinya H_2 yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return On Equity* diterima.

Tabel 7. Hasil Uji Statistik T (EPS)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.780	86.171		2.311	.037
	CSR	323.423	186.176	.241	2.074	.041

a. Dependent Variable: EPS

Sumber: Data Diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan hasil dari tabel 7 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,074. Hal ini menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,074 > 2,00958) dan nilai signifikansi sebesar 0,041 yang berarti nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau (0,041 < 0,05), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Earning Per Share*. Artinya H_3 yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Earning Per Share* diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return On Asset*. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi *Corporate Social Responsibility* maka akan meningkatkan *Return On Asset*.
2. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return On Equity*. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi *Corporate Social Responsibility* maka akan meningkatkan *Return On Equity*.
3. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Earning Per Share*. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka akan meningkatkan *Earning Per Share* (EPS).

DAFTAR PUSTAKA

Cahyaningsih, M. W., & Pustikaningsih, A. (2018). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility* (Csr) *Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei Periode 2017-2018 Listed On The Indonesia Stock Excha*.

Damirah, Akal, A. T. U., & Nur, S. W. (2023). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia, Tbk*. *20*, 25–36.

Kurnia, W. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.*, 5–24.

Manurung, A. (2021). Pengaruh Penjualan Dan Perputaran Piutang Terhadap Profitabilitas (Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019). *Visi Sosial Humaniora*, *2*(1), 99–115. Https://Doi.Org/10.51622/Vsh.V2i1.375

Massubagiyo, S. A., & Widyawati, D. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, *11*(5), 1–19.

Pamungkas, G. F., & Winarsih. (2020). Pengaruh Corporate Sosial Responsibility (Csr) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (Kimu)*, 1317–1332.

Prasetyo, A., & Meiranto, W. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2013-2015. *Diponegoro Journal Of Accounting*, *6*(1), 1–12. Http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Accounting

Pratiwi, A., Nurulrahmatia, N., & Muniarty, P. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bei. *Owner*, *4*(1), 95. Https://Doi.Org/10.33395/Owner.V4i1.201

Saputri, E. S. A. (2020). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2013-2017)*. 1–23.

Siregar, S. A., & Herawati, T. D. (2020). Pengaruh Pengungkapam Corporate Social Rsponsibility (Csr) Terhadap Kinerja Keuangan. *Journal Of Accounting*, *9*(2), 1–16.

World Business Council For Sustainable Development. (2000). Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense (World Business Council For Sustainable Development, Geneve). *Corporate Social Responsibility : Making Good Business Sense*, 1–34.