

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman di Indonesia

Ariawan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ichsan Gorontalo
ariawanahmad@gmail.com

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia. Jenis data yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data diperoleh dari laporan keuangan dan laporan tahunan pada sub sektor makanan dan minuman. sebanyak 18 perusahaan. Metode yang digunakan yaitu analisis regresi sederhana yang diolah menggunakan program SPSS 25. Hasil penelitian meunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia.

Kata kunci : *Corporate Social Responsibility*, Kinerja Keuangan; Bursa Efek Indonesia; Perusahaan makanan dan minuman

Abstract. This study aims to determine *Corporate Social Responsibility* (CSR) on Financial Performance in Food and Beverage Sub-Sector Manufacturing Companies on the Indonesia Stock Exchange. The type of data used is quantitative with data collection techniques obtained from financial reports and annual reports on the food and beverage sub-sector. as many as 18 companies. The method used is simple regression analysis which is processed using the SPSS 25 program. The results showed that *Corporate Social Responsibility* has a positive effect on Financial Performance in Food and Beverage Sub-Sector Manufacturing Companies on the Indonesia Stock Exchange.

Keywords: *Corporate Social Responsibility*, Financial Performance; Indonesia Stock Exchange; Food and Beverage companies

Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi dapat dilihat dari berbagai bidang salah satunya adalah suksesnya pengusaha dalam mengelola perusahaannya. Dalam meningkatkan dan memperlancar bisnis, pengusaha akan meningkatkan untuk mengembangkan usahanya guna mendapatkan dana atau laba yang relatif besar agar bisnis perusahaan menjadi efisien. Saat ini perusahaan dihadapkan dengan persaingan global yang berubah dengan cepat. Perusahaan yang dalam praktiknya sering mengabaikan kepentingan sosial, perlahan mulai memperhatikan nilai-nilai sosial. Perusahaan menyadari bahwa dengan memperhatikan lingkungan sosial akan memberikan kesan yang baik dan dapat memaksimalkan keuntungan bagi perusahaan (Indraswari dan Astika, 2015)

Sebuah perusahaan yang baik harus mendukung potensi keuangan maupun potensi non finansial dalam meningkatkan aksistensi perusahaan dalam jangka panjang (Munawaroh, 2014). Aspek sosial, lingkungan dan keuangan secara sekaligus adalah suatu sarana yang dibutuhkan. Laporan keberlanjutan atau sustainability reporting adalah sarana tersebut. Sustainability reporting/laporan berkelanjutan adalah praktek pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan kepada stakeholder internal maupun eksternal adalah sustainability reporting. Sinonim atau istilah lain yang menggambarkan laporan mengenai dampak ekonomi, lingkungan dan sosial, misalnya triple bottom line, laporan pertanggung jawaban perusahaan dan kinerja keuangan.

Salah satu yang termasuk dalam *sustainability reporting* adalah kinerja keuangan, karena kinerja keuangan adalah ukuran dari perusahaan untuk menghasilkan pendapatan atau laba.

Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu

perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan dengan baik dan benar. Kinerja perusahaan merupakan suatu gambaran tentang kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat-alat analisis keuangan, sehingga dapat diketahui mengenai baik buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu. Hal ini sangat penting agar sumber daya yang digunakan secara optimal dalam menghadapi perubahan lingkungan (Fahmi 2012:2).

Kualifikasi dan efisiensi perusahaan dalam pengoperasian bisnis selama periode akuntansi disebut dengan pengukuran kinerja (*Performing Measurement*). Kinerja keuangan merupakan kegiatan manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan. Apabila perusahaan yang baik dapat menggunakan sumber daya yang ada maka kinerja keuangan juga akan ikut baik. Keberhasilan perusahaan dapat diukur dengan kinerja keuangan perusahaan dengan melihat kondisi dan prestasi perusahaan yang memperoleh laba yang besar.

Menurut (Julindra & Susanto, 2015) Kinerja keuangan perusahaan merupakan suatu bentuk alat yang dapat mengukur efisiensi dan efektifitas perusahaan dalam melakukan aktivitas bisnisnya. Kinerja keuangan perusahaan dapat dilihat dengan berbagai rasio yang dihitung melalui komponen-komponen yang ada. Untuk menilai kinerja perusahaan mengambil keputusan investasi adalah melalui analisis rasio keuangan adalah salah satu caranya. Rasio likuiditas, rasio aktivitas, rasio solvabilitas, dan rasio profitabilitas adalah beberapa rasio yang termasuk dalam analisis rasio keuangan. Menurut Hanafi (2016:42) Suatu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan adalah pengertian dari rasio profitabilitas (Profitabilitas pada tingkat penjualan, asset, dan modal saham tertentu).

Salah satu pengukuran kinerja keuangan dapat diukur dengan rasio profitabilitas. Rasio ini mampu menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba bersih dan untuk mengukur tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Ada terdapat empat jenis pengukuran yang digunakan yaitu *Net Profit Margin*, *Return On Asset*, *Return On Equity* Dan *Return on Investment* yang terdapat dalam rasio profitabilitas.

Net Profit Margin merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih Hery, (2015:235). *Return On Asset* ialah yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat asset tertentu Hanafi (2016:42). Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan modal sendiri yang dimiliki yang disebut juga dengan *Return On Equity*, Sutrisno (2017:123) rentabilitas modal sendiri, laba yang diperhitungkan adalah laba sendiri setelah dipotong pajak atau Ear. *Return on Investment* adalah kemampuan perusahaan yang akan menghasilkan keuntungan yang akan digunakan untuk menutup investasi yang dikeluarkan Sutrisno (2017:213). Berdasarkan sumber jurnal dan buku yang menjadi referensi terdapat empat rumus yang digunakan akan tetapi dalam jurnal dan buku yang menjadi referensi banyak menggunakan rumus/pengukuran profitabilitas dengan *Net Profit Margin (NPM)* dan *Return On asset (ROA)*.

Pada penelitian sebelumnya terdapat faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan yaitu Corporate Social Responsibility (CSR). Penelitian tersebut dilakukan oleh beberapa para ahli diantaranya yaitu Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan (Citra Mawardika, 2017). Selain itu, menurut (Diah Pramesti, 2014) pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan yang juga di dukung oleh penelitian terdahulu yang memberikan bukti empiris bahwa Corporate Social Responsibility memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Kemudian Analisis hubungan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan adalah penelitian yang dilakukan oleh (Adeng Pustikaningsih 2013), selain itu terdapat pula hasil penelitian dari (Citra Mawardika & Kartikasari Dwi, 2017) Hubungan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan, selanjutnya (Yaterina Widi &

Oktania Maharani, 2013) Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Dampaknya Terhadap Kinerja Keuangan.

Di dunia usaha ataupun organisasi bisnis pastinya kita tidak asing lagi mendengar istilah CSR atau *Corporate Social Responsibility*. CSR sangat penting kaitannya dengan perusahaan atau organisasi bisnis karena memang setiap perusahaan harus mempunyai tanggung jawab terhadap lingkungan ataupun masyarakat melalui berbagai kegiatan yang tujuannya untuk mengembangkan lingkungan serta memperbaiki kehidupan masyarakat hingga pada proses pembangunan ekonomi.

Dengan adanya *Corporate Social Responsibility*, maka secara tidak langsung akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Corporate social responsibility merupakan salah satu bentuk-bentuk sustainability reporting yang memberikan keterangan tentang berbagai aspek-aspek perusahaan mulai dari aspek sosial, lingkungan dan keuangan perusahaan saja (Riesta Devi Kumalasari, 2018). Perusahaan dalam menjelaskan tentang aspek Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, Hak Asasi Manusia, Sosial, dan Tanggung jawab Produk yang termasuk dalam pengungkapan Corporate Social Responsibility. Tanggung jawab sosial perusahaan kepada seluruh *stakeholders* disebut juga dengan istilah dari Corporate Social Responsibility.

Berkaitan dengan pertumbuhan bisnis makanan dan minuman yang terus membaik/meningkat sehingga menarik perhatian investor, yang di dukung dengan adanya kenaikan daya beli masyarakat dengan pertumbuhan ekonomi nasional dan jumlah penduduk yang mengalami pertambahan. Sub sektor makanan dan minuman juga merupakan salah satu industri yang perkembangannya baik, sangat cepat dan akan selalu ada karena merupakan salah satu kebutuhan pokok. Perusahaan makanan dan minuman memperlihatkan rata-rata sub sektor makanan dan minuman dari tahun 2014-2018 mengalami ketidakstabilan/fluktuasi. Hal ini disebabkan oleh terjadinya perolehan laba yang tidak menetap pada tahun 2017-2018 sehingga mengalami penurunan laba pada tahun tersebut. Daya beli masyarakat yang menurun menjadi faktor masyarakat mengurangi pembelian dan memilih produk yang murah sehingga mengakibatkan laba perusahaan mengalami fluktuasi (Kompas.com). Penyebab lain adalah perusahaan kurang melakukan Tanggung Jawab Sosial/CSR pada tahun tersebut sehingga mengalami fluktuasi. Se jauh ini, kegiatan CSR yang diungkapkan perusahaan sub sektor makanan dan minuman masih terlihat tidak merata. Sebagai contoh, dalam *Annual Report* oleh PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk diungkapkan bahwa perusahaan ini telah menerapkan berbagai kegiatan CSR dalam bidang lingkungan, sosial masyarakat, seni budaya, kehidupan beragama hingga pendidikan. Disamping itu, dalam *Annual Report* PT. Prasadha Aneka Niaga Tbk ditahun yang sama menginformasikan kepada pembaca bahwa perusahaan ini telah melaksanakan kegiatan CSR pada bidang kesehatan, sosial masyarakat dan kehidupan beragama. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan luas pengungkapan CSR yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan makanan dan minuman. Dengan demikian keberlanjutan bisnis perusahaan tidak terjamin bila hanya mengandalkan laba yang tinggi semata, tetapi perusahaan juga harus memiliki komitmen yang tinggi dalam menjalankan program *Corporate Social Responsibility*. Hubungan antara kinerja keuangan perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* telah menjadi landasan dasar untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial yang cukup signifikan. Maka dari itu apabila semakin tinggi tingkat kinerja keuangan perusahaan yang dihasilkan oleh perusahaan, maka pengungkapan informasi tanggung jawab sosial akan cenderung semakin besar pula (Syahnaz, 2013)

Tinjauan Literatur dan Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Net Profit Margin

Net Profit Margin (NPM) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang berasal dari hasil kegiatan operasionalnya Putra, 2015. Kemampuan perusahaan yang tinggi juga untuk menghasilkan laba bersih pada pendapatan tertentu begitu juga sebaliknya menandakan profit margin yang tinggi. *Net Profit Margin* akan mengalami peningkatan seiring dengan semakin tertariknya stakeholder terhadap kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan adanya Corporate Social Responsibility. Dalam teori stakeholder dimana entitas perusahaan bukanlah beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh stakeholdernya kaitan dari NPM dan CSR. Hal ini didukung penelitian dari dengan hasil penelitian bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap *Net Profit Margin* (NPM) Priyanka, 2013.

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Return On Asset

Menurut (Diah Pramesti, 2014) Corporate Social Responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap ROA. Seberapa besar efektivitas perusahaan dalam menggunakan asetnya yang diukur oleh ROA. Semakin efektif penggunaan aset perusahaan tersebut jika semakin tinggi ROA. Akan meningkatkan daya tarik investor kepada perusahaan karena tingkat pengembalian atau deviden akan semakin besar jika semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih dan akan berdampak baik pada harga saham dari perusahaan. Keunggulan ROA adalah membantu perusahaan menjalankan praktik akuntansi dengan baik karena untuk mengukur efisiensi penggunaan modal yang menyeluruh, sehingga dapat diketahui resiko dan posisi keuangan perusahaan. Meskipun tujuan perusahaan adalah kesejahteraan shareholder namun perusahaan yang menerapkan CSR tetap dapat mencapainya, bahkan tujuan tersebut dapat dicapai lebih efisien dengan memperhatikan kebutuhan semua stakeholdernya. Dimana corporate social responsibility berpengaruh terhadap return on asset (ROA) yang didukung oleh hasil penelitian dari Khairudin & Erena, 2015.

Metodologi Penelitian

Metode penelitian kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini. Jumlah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) terdapat 18 perusahaan. Sumber data penelitian ini diperoleh melalui Indonesian Capital Market Directory (ICMD), situs resmi BEI yaitu (www.idx.co.id), dan website resmi perusahaan, Uji Asumsi Klasik berguna untuk menguji bahwa model regresi linier merupakan model yang baik, yaitu memenuhi asumsi bebas heteroskedastisitas, autokorelasi dan multikolinieritas bisa menjadi persamaan yang diperoleh dari sebuah estimasi dapat dioperasikan secara statistik jika memenuhi asumsi klasik. Analisis regresi linier sederhana untuk menguji hipotesis.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik untuk mengetahui persamaan pada analisis regresi sederhana yang dihasilkan telah memenuhi asumsi teoritis atau belum. Uji asumsi klasik meliputi : Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Multikolinieritas dan Uji Autokorelasi.

Dasar dari pengambilan keputusan uji normalitas adalah dengan melihat nilai signifikansinya, jika nilai sig lebih besar ($>$) dari 0,05 maka data dapat dikatakan normal sebaliknya jika nilai sig lebih kecil ($<$) dari 0,05 maka data tidak normal.

Tabel 4.1 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized	Unstandardized
--	----------------	----------------

		Residual Y1	Residual Y2
N		35	35
Normal Parameters ^{a,b}	Maen	.0000000	.0000000
	Std.	7204.591050	3443.647012
Deviation		.147	.129
Most Extreme Differences	Absolute	.147	.129
	Positive	-.109	-.114
	Negative	.147	.129
Kolmogorov-Smirnov Z		.054	.147
Asymp.Sig.(2-tailed)			

a. Test distribution is Normal.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai sig yaitu $0,054 > 0,05$ Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (X) terhadap Kinerja Keuangan yang diukur dengan NPM (Y1) berdistribusi normal. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai sig yaitu $0,147 > 0,05$ Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (X) terhadap Kinerja Keuangan yang diukur dengan ROA (Y2) berdistribusi normal.

Dasar dari pengambilan keputusan uji heterokesdastisitas dengan menggunakan metode Glejser adalah dengan melihat nilai signififikasinya, jika nilai signifikansi (Sig) antara variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heterokesdastisitas.

**Tabel 2 Uji Glejser
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficient		Stanardized Coefficient	T	Sig.
	B	Std.Error	Beta		
1	9380.855	1680.653		5582	.000
(Constant)	-8243.055	7991.044	-.177	-	.310
Csr				.1032	

a.Dependent Variable: npm

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficient		Stanardized Coefficient	T	Sig
	B	Std.Error	Beta		
1	4461.451	803.318		5.554	.000
(Constant)	-5971.677	3819575	-.263	-	.127
Csr				.1.563	

a.Dependent Variable: roa

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai sig yaitu $0,310 > 0,05$ Hal ini menunjukkan bahwa antara variabel independen dengan absolut residual yang di transform ke LN lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heterokesdastisitas. Selanjutnya dapat dilihat bahwa nilai sig yaitu $0,127 > 0,05$ Hal ini menunjukkan bahwa antara variabel independen dengan absolut residual yang di transform ke LN lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heterokesdastisitas.

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan uji

Durbin Watson (Uji DW). Normalitas, dan heterokedastitas maka selanjutnya akan dilakukan pengujian autokorelasi. Hasil uji Autokorelasi sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.177 ^a	.031	.002	7312.93685	1.361
2	.263 ^a	.069	.041	3495.43408	905

a. Predictors: (Constant), csr

b. Dependent Variable: npm

c. Dependent Variable: roa

Hasil model 1 menunjukkan bahwa DW 1.361 Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi. Hasil model 2 menunjukkan bahwa DW 905 Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi. Kesimpulan berdasar pada, (Ghozali 2016 h 107). Menyatakan bahwa ketentuan Durbin Watson (DW) adalah Angka DW diantara -2 sampai +2, berarti tidak ada autokorelasi

Hasil perhitungan koefisien regresi linier sederhana model 1 memperlihatkan nilai koefisien konstanta adalah sebesar 9380.855 koefisien variabel bebas (X) adalah sebesar -8234.055 sehingga diperoleh persamaan regresi $Y = 9380.855 + -8234.055 X$. Berdasarkan persamaan diatas diketahui nilai konstantanya sebesar 9380.855 secara matematis, nilai konstanta ini menyatakan bahwa pada *Corporate Social Responsibility* bernilai 0 maka Kinerja Keuangan (NPM) memiliki nilai 9380.855 Selanjutnya nilai -8234.055 yang terdapat pada koefisien regresi variabel bebas *Corporate Social Responsibility* menggambarkan bahwa arah hubungan antara variabel bebas X dengan variabel terikat Y Kinerja Keuangan NPM adalah positif dimana setiap kenaikan satu satuan variabel *Corporate Social Responsibility* kan menyebabkan kenaikan sebesar 9380.855.

Berdasarkan perhitungan koefisien regresi linier sederhana model 2 memperlihatkan nilai koefisien konstanta adalah sebesar 4461.451 koefisien variabel bebas (X) adalah sebesar -5971.677 sehingga diperoleh persamaan regresi $Y = 4461.451 + -5971.677 X$. Berdasarkan persamaan diatas diketahui nilai konstantanya sebesar 4461.451 secara matematis, nilai konstanta ini menyatakan bahwa pada *Corporate Social Responsibility* bernilai 0 maka Kinerja Keuangan ROA memiliki nilai 4461.451 Selanjutnya nilai -5971.677 yang terdapat pada koefisien regresi variabel bebas *Corporate Social Responsibility* menggambarkan bahwa arah hubungan antara variabel bebas X dengan variabel terikat Y Kinerja Keuangan ROA adalah positif dimana setiap kenaikan satu satuan variabel *Corporate Social Responsibility* akan menyebabkan kenaikan sebesar 4461.451.

Untuk melakukan interpretasi kekuatan hubungan antara dua variabel dilakukan dengan melihat angka koefisien korelasi. Dari data dapat disimpulkan bahwa antara variabel *Corporate Social Responsibility* (X) dengan variabel Kinerja Keuangan NPM (Y1) mempunyai hubungan yang sangat kuat karena mempunyai nilai korelasi sebesar 0,177 dan variabel *Corporate Social Responsibility* (X) dengan variabel Kinerja Keuangan ROA (Y2) mempunyai hubungan yang sangat kuat karena nilai korelasi sebesar 0,263.

Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the Estimate
1	.177 ^a	.031	.002	7312.93685
2	.263 ^a	.069	.041	3495.43408

a. Predictors: (Constant), csr

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai R² (Adjusted R Square) adalah sebesar 0,002. Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility* (X) terhadap Kinerja Keuangan (Y) sebesar 0,2%. Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai R² (Adjusted R Square) adalah sebesar 0,041. Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility* (X) terhadap Kinerja Keuangan (Y) sebesar 0,41%.

Hasil Uji F dimana Dasar pengambilan keputusan dilihat dari pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai F yang terdapat pada tabel ANOVA, tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05.

Tabel 5 ANOVA^a

	Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	56904765.73	1	56904765.73	1.0	.310 ^b
	Residual	1764808495	33	53479045.30	64	
	Total	1821713261	34			
2	Regression	29865161.54	1	29865161.54	2.4	.127 ^b
	Residual	403195961.2	33	12218059.43	44	
	Total	433061122.7	34			

a. Dependent Variable: npm

b. Dependent Variable: roa

c. Predictors: (Constant), csr

Tabel uji signifikan diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yaitu 0,310 yang berarti lebih besar dari 0,05. Hal ini membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan (NPM). Tabel uji signifikan diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yaitu 0,127 yang berarti lebih besar dari 0,05. Hal ini membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan (ROA).

Tabel 6 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficient		Stanardize Coefficient	T	Sig.
	B	Std.Error	Beta		
1 (Constant) Csr	9380.855	1680.653		5.582	.000
	-8243.055	7991.084	-.177	-	.310
				.1.032	
2 (Constant) Csr	4461.451	803.318		5.554	.000
	-5971.677	3819.575	-.263	-1.563	.127

a. Dependent Variable: npm

a. Dependent Variable: roa

Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada tabel *Coefficients*. Biasanya dasar pengujian hasil regresi dilakukan dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikansinya sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Penetapan nilai t tabel untuk taraf

signifikansi 5% db = 35 (db = N-2 untuk N=33) yaitu 2.042 Hasil t hitung diperoleh dengan menggunakan SPSS yaitu sebesar 1.032. Dari hasil perhitungan t hitung sebesar $1.032 < t$ tabel yaitu 2.042 taraf signifikan 5%, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan (NPM). Jika dilihat dari nilai signifikan uji t diperoleh 0,310 yang artinya lebih besar dari taraf signifikan 5% atau 0,05. Hal ini membuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan (NPM). Jika dilihat dari nilai signifikan uji t diperoleh 0,127 yang artinya lebih besar dari taraf signifikan 5% atau 0,05. Hal ini membuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan (ROA).

Pembahasan

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (X) Terhadap Kinerja Keuangan NPM (Y1)

Hasil uji regresi sederhana menunjukkan nilai konstantanya sebesar 9380.855 nilai ini menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* yang bernilai 0 maka *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai (X) 9380.855. Selanjutnya nilai (Y1) -8234.055 yang terdapat pada koefisien regresi variabel bebas (Kinerja Keuangan NPM) menggambarkan bahwa arah hubungan antara variabel bebas X dengan variabel terikat Y1 (Kinerja Keuangan NPM) adalah negatif, dimana setiap kenaikan satu satuan variabel akan menyebabkan kenaikan sebesar -8234.055. Dari uji koefisien determinasi bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh sebesar 0,177% terhadap Kinerja Keuangan yang diukur dengan NPM.

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai signifikansi yaitu 0,310 yang berarti lebih besar dari 0,05. Hal ini membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan yang diukur dengan NPM.

Berdasarkan hasil penelitian variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kinerja Keuangan yang diukur dengan NPM tidak terdapat pengaruh. Hal ini berarti aktivitas *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan sub sektor Makanan dan Minuman tidak dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan dan tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan dan juga besar kecilnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada suatu perusahaan tidak dapat mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan yang disebabkan karena ada prioritas yang harus dilakukan perusahaan yaitu kebutuhan keuangannya dibandingkan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, disebabkan oleh kebutuhan keuangan perusahaan yang tidak cukup untuk sepenuhnya melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* karena membutuhkan pengeluaran biaya-biaya untuk pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sehingga perusahaan tidak sepenuhnya melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Menurut Stiaji, Diana, dan Afifudin (2015) yang menyatakan terdapat banyak perusahaan yang terdaftar di BEI memiliki pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang rendah dan tidak secara rinci dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan. Sementara itu, tidak berpengaruhnya *Corporate Social Responsibility* ke kinerja keuangan yang diukur dengan NPM bisa dilihat pada standar *Corporate Social Responsibility* yang menggunakan standar GRI (*Global Reporting Index*) yaitu dengan membandingkan jumlah item yang diungkapkan perusahaan dengan 79 item Standar GRI (*Global Reporting Index*). Perusahaan sub sektor makanan dan minuman dinilai kurang baik dalam pengelolaan *Corporate Social Responsibility*nya karena indikator *Corporate Social Responsibility* yang diungkapkan dari indikator pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang sesuai dengan Standar GRI (*Global Reporting Index*). Selain itu, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan tidak konsisten di setiap periode dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan sehingga menyebabkan kinerja keuangan perusahaan mengalami penurunan.

Hasil penelitian ini didukung oleh AS Hasanah (2019) yang menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan NPM tidak dapat memoderasi hubungan keduanya. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hendri Calvin Romasi Lumban Gaol (2015) yang menyatakan bahwa Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia tidak memiliki pengaruh dikarenakan untuk meraih keuntungan atau laba masih sulit diraih oleh perusahaan sehingga harus perlu adanya program yang harus dijalankan oleh perusahaan agar perusahaan dapat mengelola perusahaannya dengan baik secara efektif dan efisien.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (X) Terhadap Kinerja Keuangan ROA (Y2)

Hasil uji regresi sederhana menunjukkan nilai konstantanya sebesar 4461.451 nilai ini menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* bernilai 0 maka *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai (X) 4461.451. Selanjutnya nilai (Y2) -5971.677 yang terdapat pada koefisien regresi variabel bebas (Kinerja Keuangan NPM) menggambarkan bahwa arah hubungan antara variabel bebas X dengan variabel terikat Y2 (Kinerja Keuangan ROA) adalah negatif, dimana setiap kenaikan satu satuan variabel akan menyebabkan kenaikan sebesar -5971.677. Dari uji koefisien determinasi bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh sebesar 0,263% terhadap Kinerja Keuangan yang diukur dengan ROA.

Hasil uji F menunjukan bahwa nilai signifikansi yaitu 0,127 yang berarti lebih besar dari 0,05. Hal ini membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan yang diukur dengan ROA. Berdasarkan hasil penelitian variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kinerja Keuangan yang diukur dengan ROA tidak terdapat pengaruh. Hal ini berarti aktivitas *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan sub sektor Makanan dan Minuman belum dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Penyebabnya adalah pelaksanaan kegiatan-kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan alias Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia ternyata masih dihadang oleh banyak persoalan teknis. Pemerintah sampai kini belum memiliki rancangan induk atau master-plan CSR, sehingga peran pemerintah seringkali kontra produktif. Padahal, pemerintah seharusnya lebih aktif memosisikan diri sebagai fasilitator agar perusahaan-perusahaan juga dapat menjalankan CSR-nya dengan lebih efektif. Selain itu kunci kinerja CSR terletak pada komitmen perusahaan. Karena itu harus ada stimulus dan dorongan agar perusahaan-perusahaan memiliki komitmen yang besar untuk menjalankan kegiatan dan program CSR. Tanpa itu, program CSR tidak akan pernah bisa efektif.

Hal ini menunjukkan bahwa besar kecilnya pengungkapan tanggung jawab sosial tidak akan mempengaruhi jumlah asset perusahaan yang diterapkan oleh perusahaan. Hal ini dipengaruhi oleh belum maksimalnya dana CSR yang dikeluarkan oleh emiten sub sektor makanan dan minuman, sehingga tidak memberikan *feedback* yang begitu besar bagi emiten sub sektor makanan dan minuman. Kondisi ini jelas berpengaruh terhadap tingkat profitabilitas emiten sub sektor makanan dan minuman. Faktor lain yang menyebabkan tidak berpengaruhnya CSR terhadap tingkat profitabilitas (ROA) yaitu karena terjadinya pelemahan industri makanan dan minuman pada tahun 2017-2018. Perlambatan pertumbuhan secara makro menyebabkan penurunan margin profitabilitas emiten makanan dan minuman, sehingga membuat tingkat profitabilitas emiten mengalami penurunan yang sangat drastic (economy.okezone.com)

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Utomo (2016) yang menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh, karena sampel pada penelitian semua perusahaan berkaitan langsung dengan sumber daya alam sehingga perusahaan melakukan *Corporate Social Responsibility* hanya sebagai tindakan sukarela. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sofiamira dan Asandimitra (2017) menyatakan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan dikarenakan para investor

kurang memperhatikan resiko social perusahaan akibat dari adanya *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan Menurut Meilinda Murnita & Dwiana Putra (2018) terkait *Corporate Social Responsibility* dan kinerja keuangan tidak berpengaruh. Menurut Meilinda Murnita & Dwiana Putra (2018), menunjukkan untuk mencapai tujuan perusahaan yang memerlukan sinergi dan hubungan timbal balik antara perusahaan melalui masyarakat, investor, dan karyawan.

Simpulan.

Berdasarkan hasil penelitian *Corporate Social Responsibility* (X) tidak memiliki pengaruh terhadap Kinerja Keuangan yang diukur dengan NPM (Y1). Berdasarkan hasil penelitian *Corporate Social Responsibility* (X) tidak memiliki pengaruh terhadap Kinerja Keuangan yang diukur dengan ROA (Y2).

Disarankan kepada beberapa perusahaan makanan dan minuman yang belum menjalankan program *Corporate Social Responsibility* agar lebih meningkatkan lagi programnya guna meningkatkan kinerja yang tinggi untuk mendapatkan laba yang tinggi karena semakin besar laba, maka kinerja perusahaan akan semakin produktif. Dengan demikian keberlanjutan bisnis perusahaan tidak terjamin bila hanya mengandalkan laba yang tinggi semata, tetapi perusahaan juga harus memiliki komitmen yang tinggi dalam menjalankan program *Corporate Social Responsibility*. Hubungan antara kinerja keuangan perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* telah menjadi landasan dasar untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial yang cukup signifikan. Maka dari itu apabila semakin tinggi tingkat kinerja keuangan perusahaan yang dihasilkan oleh perusahaan, maka pengungkapan informasi tanggung jawab sosial akan cenderung semakin besar pula.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk meneliti variabel lain yang berpengaruh terhadap penelitian serta menambah proksi pengukuran kinerja lainnya agar dapat terlihat bagaimana gambaran yang lebih menyeluruh pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Referensi

- Arie & Manopo, 2014. Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014. Jurnal Emba 2016. Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis 2016.
- Astika & Indraswari, 2015. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Csr. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 11.1 (2015): 289-302
- Deegan, 2015. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Csr) Sebagai Sarana Legitimasi: Dampaknya Terhadap Tingkat Agresivitas Pajak. Jurnal Nominal / Volume Iv Nomor 2 / Tahun 2015.
- Dowling Dan Pletter, 2019. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating. Jurnal Riset Akuntansi Dan Perbankan Volume 13 Nomor 2, Agustus 2019 Hal 149 – 167.
- Fahmi I, 2015, *Analisis Kinerja Keuangan - Bandung: Alfabeta*,
- Ghozali, 2009. Uji Normalitas. Jurnal Siasat Bisnis, 2009 - Journal.UIL.Ac.Id
- Hanafi, 2016. Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Ukuran Perusahaan, Dan Diversifikasi Terhadap Profitabilitas. Jurnal Akuntansi Dan Keuangan 2016.
- Hery, (2015-2016). Pengaruh Current Ratio , Debt To Equity Ratio, Net Profit Margin, Dan Return On Asset Terhadap Dividen Payout Ratio Pada Perusahaan Lq45 Yang Terdaftar

- Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017. E- Jurnal S1Ak Universitas Pendidikan Genesha Jurusan Akuntansi Program S. Vol 1 No 1
- Kasmir, 2015-2016. Analisis Laporan Keuangan. Jurnal Administrasi Bisnis 2018 Dan Jurnal Ilmu Manajemen 2018.
- Kumalasari Devi Riesta, 2018. Stakeholder Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan 2018 - Journals-Jd.Upm.Edu.M
- Lindbolm, 2015. *Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder Dan Legitimacy Gap Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan*. Jurnal Akuntansi Multiparadigma, 2015 - Jamal.Ub.Ac.Id
- Mahdar & Wahyuningsih, 2018. Pengaruh Size, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Csr Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Bisnis Dan Komunikasi, 2018 - Research.Kalbis.Ac.Id
- Mardikanto, 2014. Csr (Corporate Social Responsibility) (Tanggung Jawab Sosial Korporasi). Bandung: Alfabeta, 2014.
- Mawardika Citra, Kartikasari Dwi, 2017. Hubungan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Pt. Citra Tubindo Tbk Dan Pt. Sat Nusa Persada Tbk Tahun 2010-2014). Jurnal Akuntansi Ekonomi Manajemen Dan Bisnis) Vol. 5 No. 1 July 2017 72-79.
- Munawaroh, 2014. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderating. Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi, 2014
- Murnita Meilinda & Putra Dwiana, 2018. Pengaruh Coorporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan Di Moderasi Leverage Pada Perusahaan Sub Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Peride 2016-2018. Jurnal akuntansi Universitas Udayana 19 (1) 2017
- National Center For Sustanbility Reporting 2019*
- Pramesti Diah, 2014. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2013 – 2015. Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Bisnis 2017 - Jurnal.Polibatam.Ac.Id
- Pustikaningsih Adeng, 2013. Analisis Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Kinerja Keuangan Pada Peruasahaan Jasa (Studi Kasus Perusahaan Jasa Di D.I Yogyakarta). Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia, Vol. Ix. No. 2-Tahun 2011, Hal. 32-39.
- Putra, 2015. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan. Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen, 2015- Journal.Uny.Ac.Id
- Riduwan & Safira, 2015. Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kinerja Keuangan Pada Harga Saham. Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi, 2015
- Sisdyani & Pradnyani 2015. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 2015.
- Susanto & Julindra, 2015. Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Dan Umur Listing Terhadap Pengungkapan Modal Intelektual Pada Perusahaan. Jurnal Ekonomi.
- Sutrisno, (2017-2018). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Kebijakan Dividen Dan Nilai Perusahaan Studi Kasus Pada Pasar Modal Syariah. Business Management Journal, 2017 - Journal.Ubm.Ac.Id
- Sutrisno, 2017. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Kebijakan Deviden Dan Nilai Perusahaan Studi Kasus Pada Pasar Modal Syariah. Business Management Journal, 2017- Journal.Ubm.Ac.Id
- Sodik & Siyoto, 2015. Dasar Metodologi Penelitian. 2015 - Books.Google.Com
- Sugiyono, 2012-2017. Metode Untuk Penelitian. Alfabeta : Bandung

- Utiyati & Fadila, 2016. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Dan Likuiditas Pada Perusahaan Tobacco Manufactures. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* : Volume 5, Nomor 7, Juli 2016.
- Wardoyo & Ardimas, 2014. Pengaruh Kinerja Keuangan Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Go Public Yang Terdaftar Di BeiBenefit *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* Volume 18, Nomor 1, Juni 2014, Hlm. 57 – 66.