

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI

Khayit Khalil Ridho¹

Lukman Effendy²

Robith Hudaya³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram, Indonesia

*Correspondences : khayridho@gmail.com

ABSTRAK

CSR pada dasarnya sangat penting diterapkan pada perusahaan. Kegiatan CSR perusahaan akan berdampak positif karena perusahaan yang menerapkan kegiatan CSR akan mampu menarik perhatian konsumen sehingga dapat mempengaruhi citra perusahaan pada konsumen. Tujuan penelitian yaitu mengetahui pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan proksikan kinerja keuangan menggunakan ROA, ROE, NPM. Metode yang digunakan untuk memilih sampel yaitu *purposive sampling*, dengan jumlah sampel 131 amatan perusahaan manufaktur. Analisis yang digunakan yaitu regresi linear sederhana. Hasil penelitian yaitu CSR berpengaruh positif signifikan terhadap ROA dan ROE, namun CSR tidak berpengaruh terhadap NPM.

Kata Kunci: Tanggung Jawab Sosial (CSR); Tingkat Pengembalian Aset (ROA); Tingkat Pengembalian Ekuitas (ROE); Margin Laba Bersih (NPM)

The Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure on the Financial Performance of Manufacturing Companies Listed on the IDX

ABSTRACT

CSR is basically very important to be applied to companies. The company's CSR activities will have a positive impact because companies that implement CSR activities will be able to attract the attention of consumers so that they can influence the company's image to consumers. The aim of the study is to determine the effect of CSR on the financial performance of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) by using ROA, ROE, and NPM as a proxy for financial performance. The method used to select the sample was *purposive sampling*, with a total sample of 131 manufacturing companies. The analysis used is simple linear regression. The results of the study are that CSR has a significant positive effect on ROA and ROE, but CSR has no effect on NPM.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR); Return on Asset (ROA); Return on Equity (ROE); Net Profit Margin (NPM)

Artikel dapat diakses : <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/index>



e-ISSN 2302-8556

Vol. 32 No. 12
Denpasar, 26 Desember 2022
Hal. 3720-3725

DOI:
10.24843/EJA.2022.v32.i12.p17

PENGUTIPAN:

Ridho, K. K., Effendy, L., & Hudaya, R. (2022). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(12), 3720-3725

RIWAYAT ARTIKEL:

Artikel Masuk:
25 Agustus 2022
Artikel Diterima:
3 September 2022

PENDAHULUAN

Secara umum pada perusahaan, informasi yang paling dicari untuk diungkapkan yaitu informasi kinerja sosial perusahaan, seperti yang di katakan oleh Rindiyawati (2017) salah satu informasi yang sering diminta untuk di ungkapkan yaitu tentang informasi kinerja sosial perusahaan. Kinerja sosial perusahaan itu dapat di gambarkan menjadi suatu informasi keuangan dan non keuangan berjalanan dengan hubungan organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sekitarnya, yang dapat dicantumkan pada sebuah laporan tahunan atau laporan tahunan sosial terpisah.

Bagi manajemen perusahaan juga mempunyai kewajiban dalam hal mengelola dana investor sehingga mereka mendapatkan keuntungan dan mencari lebih banyak investor lain untuk pertumbuhan bisnis. Perusahaan juga membuat laporan pertanggungjawaban setiap tahunnya sebagai laporan kinerja perusahaan pada tahun tersebut kepada para investor. Dalam laporan tersebut terdapat juga laporan kinerja keuangan perusahaan yang berfungsi sebagai alat untuk menarik para investor ke perusahaan. Penilaian kinerja keuangan dapat di lakukan dengan menghitung Rasio-rasio yang di antaranya merupakan rasio probabilitas (Rindiyawati, 2017).

Kasmir (2016) probabilitas yaitu kemampuan suatu perusahaan untuk mencari keuntungan, rasio probabilitas juga memberikan tingkatan efektivitas manajemen di suatu perusahaan. Intinya penggunaan rasio probabilitas ini dapat menghasilkan informasi efektivitas suatu perusahaan, semakin besar profit yang diperoleh oleh perusahaan maka akan lebih baik. Rasio probabilitas ini dapat diukur dengan beberapa faktor yaitu rasio ROE (*Return On Equity*), ROA (*Return On Asset*), dan NPM (*Net Profit Margin*).

Menurut Nurwahidah (2016), ROE (*Return On Equity*) yaitu salah satu rasio profitabilitas yang menggambarkan pendapatan sebuah perusahaan lewat pembagian pendapatan bersih menggunakan total modal perusahaan. Maka dari itu dengan menggunakan rasio ROE (*Return On Equity*) ini perusahaan dapat mengetahui kinerja perusahaan dalam mengelola ekuitas yang tersedia yang nantinya diberikan kepada seluruh investor. Rasio ini seringkali digunakan para pemegang saham untuk mengukur kinerja perusahaan dan untuk mengukur besar tingkat pengembalian modal dari perusahaan.

Menurut Riyanto (1997) dalam Yudharma Aditya (2016), ROA (*Return On Asset*) merupakan salah satu rasio profitabilitas untuk mengukur dan menilai seberapa besar tingkat penilaian dari *asset* yang dimiliki perusahaan. Rasio ini menilai kemampuan perusahaan pada semua dana yang ditanamkan dalam aktivitas yang digunakan untuk operasi perusahaan yang bertujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki.

Menurut Riandro (2020), NPM (*Net Profit Margin*) merupakan rasio untuk mengukur perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Semakin tinggi nilai NPM (*Net Profit Margin*) yang diperoleh, maka semakin baik juga kinerja perusahaan tersebut. NPM (*Net Profit Margin*) yang besar memberikan informasi bahwa kinerja perusahaan tersebut baik karena dapat menghasilkan laba bersih yang besar melalui penjualan.

Sebuah perusahaan harus memiliki kinerja yang baik dalam meningkatkan kekayaan pemegang saham karena pemegang saham salah satu pemangku

kepentingan perusahaan. Selain itu perusahaan juga memiliki hak, kewajiban, kepada orang lain, pemegang saham internal maupun pemegang saham eksternal. Artinya perusahaan tidak hanya mengejar kinerja keuangan tetapi juga mencapai keberlanjutan ekonomi. Komitmen perusahaan untuk berkontribusi terhadap keberlanjutan ekonomi disebut sebagai CSR (*Corporate Social Responsibility*) (Ferres dan Marcet, 2019).

Menurut Lestari dan Lelyta (2019) CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan bentuk tindakan yang bermula dari penimbangan etik perusahaan yang difokuskan untuk mengembangkan ekonomi, dan cara menjalankan perusahaan baik secara keseluruhan maupun hanya sebagian memiliki dampak yang positif bagi perusahaan dan lingkungan sekitar. Dengan kata lain CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap pekerja dan sumber daya yang digunakan dalam proses bisnisnya. Diluar aktivitas bisnis dan mencari keuntungan perusahaan juga harus bertanggung jawab dalam kehidupan ekonomi daerah dimana perusahaan tersebut berada. Dalam CSR (*Corporate Social Responsibility*) peduli pada lingkungan sangat diperhatikan.

CSR (*Corporate Social Responsibility*) pada dasarnya sangat penting diterapkan pada perusahaan, karena dengan melakukan kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) perusahaan akan mendapatkan dampak yang positif, karena perusahaan yang menerapkan kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) akan mampu menarik perhatian konsumen pada produk perusahaan sehingga dapat mempengaruhi citra perusahaan pada konsumen (Silvia, 2013).

Semakin meningkat penjualan produk perusahaan pada pasar maka pendapatan perusahaan akan terus bertambah. Dengan peningkatan profit perusahaan, maka perusahaan akan dilirik oleh banyak investor dan menjadi suatu pertimbangan penting bagi para investor dalam berinvestasi (Silvia, 2013). Hal ini secara ketat akan sangat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Selain itu, kepedulian sosial terhadap perusahaan untuk pemegang saham dapat meningkatkan beberapa manfaat dalam jangka panjang dan mendukung keberlangsungan usaha (Ferres dan Marcet, 2019).

Menurut Riyanto (2015), ada empat (4) manfaat yang didapatkan jika perusahaan menerapkan CSR (*Corporate Social Responsibility*), manfaat yang pertama yaitu perusahaan yang menerapkan kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) akan dipandang memiliki nilai kepedulian yang tinggi di masyarakat, jadi perusahaan memiliki citra yang baik di mata masyarakat. Kedua, akan memperkuat *brand* perusahaan, karena tidak jarang perusahaan yang memberikan produknya secara gratis kepada masyarakat secara tidak langsung akan memperkuat posisi *brand* dan produknya di masyarakat, dengan demikian masyarakat bisa memakai, menggunakan, dan mengetahui keunggulan produk tersebut. Ketiga, yaitu membuka akses untuk investasi dan pembiayaan bagi perusahaan. Keempat, meningkatkan harga saham karena jika perusahaan menjalankan CSR (*Corporate Social Responsibility*) secara rutin, konsisten, investor akan semakin mengenal perusahaan.

Ada beberapa penelitian yang terkait dengan CSR (*Corporate Social Responsibility*), penelitian yang dilakukan oleh Syahnaz (2014), Santander (2017), Pramana dan Yadnyana (2016), Lestari dan Lelyta (2019) memiliki hasil yang sama

bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap ROA (*Return On Asset*) dan ROE (*Return On Equity*). Kusuma dan Aryani (2020) menyatakan bahwa biaya CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang dikeluarkan perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap *price to book value*. Ferres dan Marcet, (2019) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan; dan struktur permodalan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan papan atas yang terdaftar di BEI.

Penelitian terdahulu yang memiliki hasil yang berbeda-beda membuat peneliti tertarik untuk meneliti kembali berkaitan dengan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Penelitian ini dilakukan dengan cara mencari data yang ada di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dengan berfokus kepada perusahaan manufaktur. Alasan memilih perusahaan manufaktur yaitu karna perusahaan manufaktur memproses bahan mentah menjadi suatu barang yang siap dijual dan karna perusahaan manufaktur menjadi salah satu memberikan imbas kepada lingkungan disekitarnya pengaruh dari aktivitas yang dilakukan (Budi, 2015).

Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan yang melakukan CSR (*Corporate Social Responsibility*) lebih berperan dalam meningkatkan legitimasi yang akan berpengaruh kepada sikap konsumen terhadap produk perusahaan (Warda, 2013). Penelitian yang dilakukan oleh Warda (2013) yaitu pengaruh pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap kinerja keuangan perusahaan yang di proyeksikan melalui ROA (*Return On Asset*) dan ROE (*Return On Equity*) hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa CSR memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA (*Return On Asset*) dan ROE (*Return On Equity*).

Hal ini didukung penelitian lain oleh Rizki (2019) dan Waaqi'ah (2021) tentang pengaruh CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap kinerja keuangan memiliki hasil yang sama bahwa CSR (*Corporate Social Responsibility*) berpengaruh signifikan terhadap ROA (*Return On Asset*) dan ROE (*Return On Equity*). Dengan begitu artinya CSR (*Corporate Social Responsibility*) berdampak yang baik untuk perusahaan, karena dengan melakukan kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) perusahaan mampu mengambil kepercayaan konsumen kepada produk perusahaan, sehingga citra perusahaan juga akan menjadi lebih baik di pandangan konsumen.

Penelitian dari Jafar *et al.* (2020) yang juga meneliti tentang CSR (*Corporate Social Responsibility*) memiliki hasil yang berbeda dengan penelitian - penelitian sebelumnya. Hasil penelitian yang didapatkan bahwa CSR (*Corporate Social Responsibility*) tidak memiliki pengaruh terhadap ROA (*Return On Asset*). Sehingga dengan demikian hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berupa: H₁: CSR (*Corporate Social Responsibility*) berpengaruh signifikan terhadap ROA (*Return On Asset*) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Perusahaan yang memiliki kinerja CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang tinggi akan mampu mengurangi keterbatasan modal. Hal ini dikarenakan oleh adanya beberapa alasan. Pertama, kinerja CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang baik akan membuktikan keikutsertaan *stakeholder* yang lebih baik, membatasi kemungkinan perilaku kepentingan pribadi jangka pendek, dan sebagai hasilnya

mengurangi biaya kontrak secara keseluruhan. Kedua, kinerja perusahaan yang lebih baik, memiliki peluang untuk mengungkapkan kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) mereka ke pasar sebagai sinyal fokus jangka panjang perusahaan dan membedakann perusahaan tersebut dari pesaingnya.

Sejalan dengan teori *stakeholder* CSR (*Corporate Social Responsibility*) bisa digunakan sebagai salah satu rencana perusahaan untuk membedakan kepentingan dari para *stakeholdernya* akan informasi non keuangan perusahaan menyangkut dengan imbas sosial dan lingkungan yang muncul akibat dari adanya kegiatan perusahaan. Dengan semakin baik pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) pada perusahaan maka memberikan para *stakeholder suport* penuh kepada perusahaan atas semua kegiatan yang bermaksud untuk mncapai tujuan utama dari perusahaan yaitu mencapai laba yang diharapkan dan meningkatkan kinerja perusahaan. Pelaporan CSR (*Corporate Social Responsibility*) mampu membuat *feedback* positif, seperti mengembangkan transparansi dari dampak sosial dan lingkungan di sekitarnya dan struktur organisasi mereka, serta dapat mengganti *system control internal* bertujuan untuk meningkatkan kepatuhan terhadap peraturan dan kendala dari pelaporan (Cheng *et al.*, 2014).

Hasil penelitian dari Rodriguez-Fernandez (2016) menunjukkan bahwa kebijakan tanggung jawab sosial diterjemahkan ke dalam keuntungan yang lebih tinggi, dan lebih banyak keuntungan diterjemahkan ke dalam kebijakan tanggung jawab sosial. Hubungan dua arah dalam CSR (*Corporate Social Responsibility*) dan *finansial performance* ini terbukti positif.

Dan penelitian tentang CSR (*Corporate Social Responsibility*) telah dilakukan juga oleh Pratiwi (2019) dan Khoerunisa (2019) yang menemukan hasil penelitian bahwa CSR (*Corporate Social Responsibility*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap ROE (*Return On Equity*).

Penelitian tentang CSR (*Corporate Social Responsibility*) juga dilakukan oleh Priyanka (2013) mendapkan hasil yang berbeda bahwa CSR tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap ROA (*Return On Asset*) dan ROE (*Return On Equity*). Sehingga dengan demikian hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berupa:

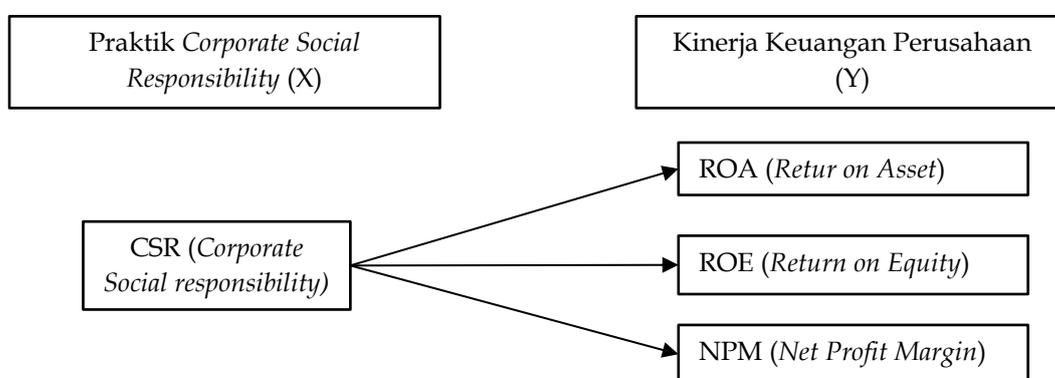
H₂: CSR (*Corporate Social Responsibility*) berpengaruh signifikan terhadap ROE (*Return On Equity*) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Hasil penelitian dari Maden *et al.* (2012) menunjukkan bahwa pemangku kepentingan menilai kualitas melalui ulasan baik mereka tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Reputasi perusahaan yang disadari pelanggan memiliki pengaruh yang baik dan positif pada sudut pandang mereka terkait nilai, kepuasan dan loyalitas yang mereka dapatkan dari perusahaan dan komitmen mereka terhadap perusahaan dan penilaian mereka terhadap nilai peralihan ke perusahaan lain. Reputasi perusahaan yang baik akan melayani pelanggan untuk mengetahui produk yang mereka dapatkan atau layanan yang mereka dapatkan dari perusahaan tersebut memiliki kualitas yang tinggi, yang meningkatkan kepuasan, loyalitas dan komitmen mereka. Mereka yang memiliki kepuasan, loyalitas, dan komitmen yang lebih tinggi juga terlibat dalam interaksi dari mulut ke mulut yang positif dengan berbagai pengalaman mereka dengan orang lain yang bertujuan untuk membantu perusahaan.

Kemudian juga penelitian yang dilakukan oleh Utami (2017), yaitu bahwa pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap NPM (*Net Profit Margin*).

Dan hasil yang berbeda didapatkan oleh Mustafa dan Handayani (2014) tentang pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan yang di proyeksikan dengan ROA (*Return On Asset*), ROE (*Return On Equity*), OPM (*Operating Profit Margin*), NPM (*Net Profit Margin*) memberikan hasil bahwa CSR (*Corporate Social Responsibility*) tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Sehingga dengan demikian hipotesis yang akan di uji dalam penelitian ini berupa:

H₃: CSR (*Corporate Social Responsibility*) berpengaruh signifikan terhadap NPM (*Net Profit Margin*) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Data Penelitian, 2022

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian asosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian asosiatif merupakan dugaan terhadap ada tidaknya hubungan secara signifikan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017) dalam (Galasius, 2019).

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan perusahaan manufaktur terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2018 sampai dengan 2020. Mengumpulkan data melalui penelitian study kepustakaan, dengan mencatat data yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan yang di dapatkan pada situs web global. Dengan data ini, dapat digunakan untuk menghitung CSRI (*Corporate Social Responsibility Index*), ROE (*Return On Equity*), ROA (*Return On Asset*), NPM (*Net Profit Margin*).

Sampel adalah bagian dari populasi yang dianggap dapat mewakili populasinya. Metode yang digunakan dalam pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* yang sesuai dengan kriteria. Kriteria - kriteria yang ditetapkan untuk pemilihan sampel sebagai berikut, perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018 - 2020, perusahaan

manufaktur yang memiliki data pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) pada tahun 2018 – 2020.

Dari 192 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, diperoleh 131 perusahaan yang memenuhi kriteria selama 3 tahun yaitu dari tahun 2018 - 2020 yang menjadi sebagai sampel dalam penelitian ini. Mengumpulkan data melalui penelitian study kepustakaan, dengan mencatat data yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan yang didapatkan melalui situs web pelaporan global. Dengan data ini, dapat digunakan untuk menghitung CSRI (*Corporate Social Responsibility Index*), ROE (*Return On Equity*), ROA (*Return On Asset*), dan NPM (*Net Profit Margin*).

Variabel adalah suatu objek yang sebagai penekanan atau objek yang menjadi fokus penelitian pada penelitian. Terdapat 2 tipe variabel yg dipakai pada penelitian ini, yaitu variabel independen (X), dan Variabel dependen (Y) yang adalah variabel yang sebagai praduga atau variabel yang diperkirakan nilainya. Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen (X) yaitu pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dan yang menjadi variabel dependennya dalam penelitain ini adalah kinerja keuangan perusahaan (Y) di ukur dengan ROA (*Return On Asset*), ROE (*Return On Equity*), dan NPM (*Net Profit Margin*). Jadi yang menjadi Variabel dependennya adalah ROA (*Return On Asset*), ROE (*Return On Equity*), dan NPM (*Net Profit Margin*).

Variabel independen pada penelitian ini yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terdiri dari CSRI 1 (Ekonomi), CSRI 2 (Lingkungan), dan CSRI 3 (Sosial).

Pengukuran CSR (*Corporate Social Responsibility*) yaitu memberikan penilaian terhadap item yang digambarkan pada laporan tahunan perusahaan juga laporan keberlanjutan. Penilaian 1 apabila diungkapkan dan penilaian 0 jika tidak mengungkapkan. Lalu penilaian dari setiap item dihitung agar mendapatkan jumlah nilai CSR (*Corporate Social Responsibility*) berdasarkan keseluruhan dari suatu perusahaan. Rumus untuk menghitung CSRI (*Corporate Social Responsibility Index*) yaitu sebagai berikut (Cahyono, 2011) dalam (Rosliana *et al.*, 2014):

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j} \dots\dots\dots (1)$$

CSRI_j = *Corporate Social Responsibility Index* perkategori j

n_j = Jumlah item untuk perusahaan

X_{ij} = 1 = item jika diungkapkan, dan 0 = item jika tidak diungkapkan.

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kinerja keuangan perusahaan yang diproksikan sebagai ROA, ROE, NPM. Dimana cara ntuk menghitungnya yaitu sebagai berikut (Cahyono, 2011) dalam (Rosliana *et al.*, 2014).

$$ROA = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total asset}} \dots\dots\dots (2)$$

$$ROE = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total equitas}} \dots\dots\dots (3)$$

$$NPM = \frac{\text{laba bersih}}{\text{penjualan}} \dots\dots\dots (4)$$

Metode analisis data yang digunakan yaitu uji regresi linear sederhana, uji hipotesis dengan bantuan *software* pengolah data statistik yaitu Eviews.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Regresi linear sederhana pada penelitian ini terdapat 3 macam model regresi, yaitu *Common Effect Model*, *Fixed Effect Model*, *Random Effect Model*. Maka dari itu, langkah awal yang harus dilakukan ialah melakukan pengujian CEM, FEM, dan REM. Berikut penyajian hasil uji yang dihasilkan.

Tabel 1. Hasil Uji CEM, FEM, REM Y₁

CEM Y ₁				
Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0,001	0,015	0,078	0,938
X	0,107	0,043	2,457	0,014
FEM Y ₁				
Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0,026	0,064	0,402	0,688
X	0,012	0,243	0,050	0,961
REM Y ₁				
Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0,001	0,016	0,082	0,934
X	0,106	0,046	2,315	0,021

Sumber: Data Penelitian, 2022

Untuk mengetahui model regresi manakah yang tepat antara model *Common Effect* dan *Fixed Effect* dapat dilihat melalui hasil uji *Chow*

Tabel 2. Hasil Uji Chow Y₁

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.	
Cross-section F	1,182	-130,261	0,130	
Cross-section Chi-square	1,819	130	0,002	
Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0,001	0,015	0,078	0,938
X	0,107	0,043	2,457	0,014

Sumber: Data Penelitian, 2022

Berdasarkan analisa perolehan hasil pada Tabel 2 Uji *Chow* yang diperoleh melalui program *eviews* menunjukkan nilai probabilitas *Cross-section Chi-square* 0,001 dengan begitu model yang terpilih adalah *Fixed Effect Model*. Hal tersebut dikarenakan nilai probabilitas lebih rendah dari angka taraf ang telah ditentukan yaitu 0,025.

Uji *Hausman* bertujuan guna mengetahui model yang tepat antara *Fixed Effect* dan *Random Effect*.

Tabel 3. Hasil Uji Hausman Y₁

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.	
Cross-section random	0,154	1	0,694	
Variabel	Fixed	Random	Var(Diff.)	Prob.
X	0,012	0,106	0,057	0,694
Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0,026	0,064	0,402	0,688
X	0,012	0,243	0,050	0,961

Sumber: Data Penelitian, 2022

Berlandasan analisa perolehan hasil pada Tabel 2 dan Tabel 3 Uji *Hausman* yang dilakukan melalui program *eviews* terlihat perolehan nilai probabilitas pada *Cross-section Random* senilai 0,694 dimana nilai itu lebih besar dari nilai taraf

signifikansi yang ditentukan yaitu 0,025. Maka *Random Effect Model* yang terpilih pada regresi data panel dalam riset ini.

Uji t dilakukan untuk memperlihatkan apakah secara parsial variabel bebas pada penelitian ini mampu memberikan pengaruh pada variabel terikat atau tidak. Suatu variabel bebas dapat disimpulkan memberikan pengaruh ketika perolehan pada nilai probabilitasnya lebih kecil dari 0,025. Berdasarkan penyajian pada hasil output diatas, maka dapat dirincikan sebagai berikut.

Berpacu pada Tabel 3 terlihat bahwa nilai koefisien regresi yang dihasilkan sebesar 0,106 dengan nilai t statistik sebesar 2,314 probabilitas senilai 0,021 ($0,000 < 0,025$), sehingga kesimpulan yang dapat ditarik ialah variabel CSR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap ROA.

Dilakukannya pengujian uji koefisien determinasi guna mengetahui tingginya kesanggupan model saat mendeskripsikan berbagai variasi model terikat. Penelitian ini menghasilkan pada uji koefisien determinasi sebagai berikut: Berdasarkan penyajian pada tabel regresi model yang terpilih, dapat dilihat angka dari *Adjusted R-Squared* variabel bebas bisa mendeskripsikan variasi variabel ROA sebesar 0,01, hal tersebut bahwa variabel CSR pada riset ini mampu menjelaskan sebesar 1% variasi variabel ROA, sedangkan sebanyak 99% sisanya bisa dijelaskan variabel lain diluar model.

Tabel 4. Hasil Uji CEM, FEM, REM Y2

CEM Y2				
Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0,058	0,053	-1,080	0,281
X	0,312	0,154	2,033	0,043
FEM Y2				
Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0,019	0,206	0,092	0,927
X	0,019	0,776	0,025	0,980
REM Y2				
Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0,056	0,065	-0,862	0,390
X	0,304	0,184	1,649	0,025

Sumber: Data Penelitian, 2022

Untuk mengetahui model regresi manakah yang tepat antara model *Common Effect* dan *Fixed Effect* dapat dilihat melalui hasil uji *Chow*.

Tabel 5. Hasil Uji Chow Y2

Effects Test		Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F		1,926	-130,261	0,000
Cross-section Chi-square		2,643	130	0,000
Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0,058	0,053	-1,080	0,281
X	0,312	0,154	2,033	0,043

Sumber: Data Penelitian, 2022

Berlandaskan analisa perolehan hasil pada Tabel 5 Uji *Chow* yang diperoleh melalui program *eviews* nilai probabilitas *Cross-section Chi-square* 0,000 dengan begitu model yang terpilih adalah *Fixed Effect Model*. Hal tersebut dikarenakan nilai probabilitas lebih rendah dari angka taraf signifikan yang telah ditentukan yaitu 0,025.

Uji *Hausman* bertujuan untuk mengetahui model yang tepat antara *Fixed Effect Model* dan *Random Effect Model*.

Tabel 6. Hasil Uji Hausman Y2

<i>Test Summary</i>		<i>Chi-Sq. Statistic</i>			<i>Prob.</i>
<i>Cross-section random</i>		<i>Chi-Sq.</i>	<i>Chi-Sq. d.f.</i>	<i>Prob.</i>	
Variabel	<i>Fixed</i>	<i>Random</i>	<i>Var(Diff.)</i>	<i>Prob.</i>	
X	0,019	0,304	0,569	0,706	
Variabel	<i>Coefficient</i>	<i>Std. Error</i>	<i>t-Statistic</i>	<i>Prob.</i>	
C	0,019	0,206	0,092	0,927	
X	0,019	0,776	0,025	0,980	

Sumber: Data Penelitian, 2022

Berlandaskan analisa perolehan hasil pada Tabel 6 Uji *Hausman* yang dilakukan melalui program *eviews* terlihat perolehan nilai probabilitas pada *Cross-section Random* senilai 0,705 dimana nilai itu lebih tinggi dari nilai taraf signifikansi yang ditentukan yaitu 0,025. Maka *Random Effect Model* yang terpilih pada regresi data panel dalam riset ini.

Uji *t* dilakukan ditujukan untuk melihat apakah secara parsial variabel bebas pada penelitian ini mampu memberikan pengaruh pada variabel terikat atau tidak. Suatu variabel bebas dapat disimpulkan memberikan pengaruh ketika perolehan pada nilai probabilitasnya lebih kecil dari 0,025. Berdasarkan penyajian pada hasil output diatas, maka dapat dirincikan sebagai berikut :

Berpacu pada Tabel 5 yang telah disajikan diatas, terlihat bahwa nilai koefisien regresi yang dihasilkan sebesar 0,304 dengan nilai *t* statistik sebesar 1.649308 probabilitas senilai 0,024 ($0,024 < 0,025$), sehingga kesimpulan yang dapat ditarik ialah variabel CSR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap ROE.

Dilakukannya pengujian uji koefisien determinasi guna mengetahui tingginya kesanggupan model saat mendeskripsikan berbagai variasi model terikat. Penelitian ini menghasilkan pada uji koefisien determinasi sebagai berikut: Berdasarkan penyajian pada tabel regresi model yang terpilih, dapat dilihat angka dari *Adjusted R-Squared* variabel bebas bisa mendeskripsikan variasi variabel ROE sebesar 0,01, hal tersebut bahwa variabel CSR pada riset ini mampu menjelaskan sebesar 1% variasi variabel ROE, sedangkan sebanyak 99% sisanya bisa dijelaskan variabel lain diluar model.

Tabel 7. Hasil Uji CEM, FEM, REM Y3

		<i>CEM Y3</i>			
Variabel		<i>Coefficient</i>	<i>Std. Error</i>	<i>t-Statistic</i>	<i>Prob.</i>
C		-0,092	0,957	-0,096	0,923
X		2,717	2,751	0,988	0,324
		<i>FEM Y3</i>			
Variabel		<i>Coefficient</i>	<i>Std. Error</i>	<i>t-Statistic</i>	<i>Prob.</i>
C		0,637	4,235	0,150	0,881
X		-0,067	1,599	-0,004	0,997
		<i>REM Y3</i>			
Variabel		<i>Coefficient</i>	<i>Std. Error</i>	<i>t-Statistic</i>	<i>Prob.</i>
C		-0,092	0,962	-0,096	0,924
X		2,717	2,766	0,983	0,327

Sumber: Data Penelitian, 2022

Untuk mengetahui model regresi manakah yang tepat antara model *Common Effect* dan *Fixed Effect* dapat dilihat melalui hasil uji *Chow*:

Tabel 8. Hasil Uji Chow Y3

<i>Effects Test</i>		Statistic	d.f.	Prob.
<i>Cross-section F</i>		0,968	-130,261	0,579
<i>Cross-section Chi-square</i>		1,546	130	0,070
Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0,092	0,957	-0,096	0,923
X	2,717	2,751	0,988	0,324

Sumber: Data Penelitian, 2022

Berlandaskan analisa perolehan hasil pada Tabel 8 Uji *Chow* yang diperoleh melalui program *eviews* menunjukkan nilai Probabilitas *Cross-section Chi-square* 0.0696 dengan begitu model yang terpilih adalah *Common Effect Model*. Hal tersebut dikarenakan nilai probabilitas lebih tinggi dari nilai taraf signifikan yang telah ditentukan yaitu 0.025.

Uji *Hausman* bertujuan untuk mengetahui model yang tepat antara *Common Effect Model* dan *Random Effect Model*.

Tabel 9. Hasil Uji Hausman Y3

<i>Test Summary</i>		<i>Chi-Sq. Statistic</i>	<i>Chi-Sq. d.f.</i>	<i>Prob.</i>
<i>Cross-section random</i>		0,031	1	0,860
Variabel	<i>Fixed</i>	<i>Random</i>	<i>Var(Diff.)</i>	<i>Prob.</i>
X	-0,067	2,717	2,480	0,860
Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0,637	4,235	0,150	0,881
X	-0,067	1,599	-0,004	0,997

Sumber: Data Penelitian, 2022

Berlandaskan analisa perolehan hasil pada Tabel 9 Uji *Hausman* yang dilakukan melalui program *eviews* terlihat perolehan nilai probabilitas pada *Cross-section Random* senilai 0,859 dimana nilai itu lebih tinggi dari nilai taraf signifikansi yang ditentukan yaitu 0,025. Maka *Random Effect Model* yang terpilih pada regresi data panel dalam riset ini.

Uji t dilakukan bertujuan untuk melihat apakah secara parsial variabel bebas pada penelitian ini mampu memberikan pengaruh pada variabel terikat atau tidak. Suatu variabel bebas dapat disimpulkan memberikan pengaruh ketika perolehan pada nilai probabilitasnya lebih kecil dari 0.025. Berdasarkan penyajian pada hasil output diatas, maka dapat dirincikan sebagai berikut :

Berpacu pada Tabel 7 yang telah disajikan diatas, terlihat bahwa nilai koefisien regresi yang dihasilkan sebesar 2,717 dengan nilai t statistik sebesar 0.982504 probabilitas senilai 0,326 ($0,326 < 0,025$), sehingga kesimpulan yang dapat ditarik ialah variabel CSR tidak berpengaruh terhadap NPM.

Dilakukannya pengujian uji koefisien determinasi guna mengetahui tingginya kesanggupan model saat mendeskripsikan berbagai variasi model terikat. Penelitian ini menghasilkan pada uji koefisien determinasi sebagai berikut. Berdasarkan penyajian pada tabel regresi model yang terpilih, dapat dilihat angka dari *Adjusted R-Squared* variabel bebas bisa mendeskripsikan variasi variabel NPM sebesar 0,00, hal tersebut bahwa variabel CSR pada riset ini mampu menjelaskan

sebesar 0% variasi variabel NPM, sedangkan sebanyak 100% sisanya bisa dijelaskan variabel lain diluar model.

Setelah dilakukannya pengujian pada data sampel perusahaan mendapatkan bahwa secara parsial variabel independen Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2018 -2020 dengan nilai signifikansi $0.0001 < 0.025$, hal tersebut menunjukkan bahwasanya H_1 diterima dan menggambarkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap ROA pada perusahaan manufaktur. Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Warda (2013), Rizki (2019), serta selain itu dengan penelitian dari Waaqi'ah (2021), yang menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap ROA pada perusahaan manufaktur.

Hal ini mengartikan bahwa makin besar indeks pengungkapan CSR yang diterapkan oleh perusahaan, maka akan meningkat juga pendapatan bersih perusahaan dari total aktiva untuk kegiatan aktivitas perusahaan. Berdasarkan teori legitimasi, *image* perusahaan yang besar akan mudah diminati oleh para investor karena jika semakin baik *image* perusahaan, maka semakin tinggi pula loyalitas konsumen. Berjalan dengan mengembangnya loyalitas konsumen maka penjualan perusahaan juga akan meningkat, hal tersebut akan mengakibatkan tingkat profitabilitas yang dipertimbangkan bagi para investor karna jika tingkat *feedback* yang didapatkan investor semakin besar maka akan berimbas pada harga saham perusahaan di pasar modal. Adanya kegiatan CSR yang lebih baik akan berdampak baik untuk keberlangsungan perusahaan pada jangka panjang (Rizki, 2019).

Setelah dilakukan uji pada data sampel perusahaan didapatkan bahwa secara parsial variabel independen Pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap ROE (*Return on Equity*) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2018 -2020 dengan nilai signifikansi $0,024 < 0,025$, hal ini berarti bahwa H_2 diterima dan menggambarkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap ROE (*Return on Equity*) pada perusahaan manufaktur. Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Rodriguez-Fernandez (2016), Pratiwi (2019), dan Khoerunisa (2019) yang menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap ROE (*Return on Equity*) pada perusahaan manufaktur. Hal ini berarti semakin meningkat kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan maka semakin tinggi pula ROE (*Return on Equity*) yang diterima perusahaan.

Sejalan dengan teori *stakeholder* CSR bisa digunakan sebagai salah satu strategi perusahaan untuk memadakan kepentingan para *stakeholder* untuk informasi non keuangan perusahaan berkaitan dengan dampak sosial dan lingkungan yang muncul akibat dari adanya kegiatan perusahaan. Dengan kegiatan pengungkapan CSR yang semakin baik pada perusahaan maka akan membuat para *stakeholder* memberi *support* penuh kepada perusahaan atas seluruh kegiatan yang bermaksud untuk mencapai tujuan utama dari perusahaan yaitu mencapai laba yang diharapkan dan meningkatkan kinerja perusahaan. Pelaporan CSR mampu membuat *feedback* positif, seperti mengembangkan transparansi dari dampak sosial dan lingkungan di sekitarnya dan struktur organisasi mereka, serta

dapat mengganti *system control internal* bertujuan untuk meningkatkan kepatuhan terhadap peraturan dan kendala dari pelaporan (Cheng *et al.*, 2014).

Setelah dilakukan uji pada data sampel perusahaan didapatkan bahwa secara parsial variabel independen Pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap NPM (*Net Profit Margin*) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2018 -2020 dengan nilai signifikansi $0,326 > 0,025$, hal ini berarti bahwa H_3 tidak diterima dan menggambarkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap NPM pada perusahaan manufaktur. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa variabel CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap NPM (*Net Profit Margin*) pada tingkat signifikansi 0,025. Hasil penelitian ini juga berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Utami (2017) yang menyatakan dari hasil penelitian bahwa semakin luas bentuk tanggung jawab yang diterapkan oleh perusahaan maka akan memperbesar loyalitas masyarakat terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Dengan hal ini berbanding terbalik dengan hasil hipotesis 3 pada penelitian ini.

Sebagai hasil dari penelitian ini, menjadi jelas bahwa banyak perusahaan memiliki karakter progresif. Dengan kata lain, perusahaan yang melakukan CSR memiliki tujuan yaitu untuk promosi dan pemberdayaan. Promosi dan CSR dianggap sebagai aktafitas yang membantu perkembangan perusahaan dan saling mendukung (Suharto, 2007) dalam (Mustafa dan Handayani, 2014).

SIMPULAN

Beralaskan analisis yang sudah dilakukan pada penelitian ini, maka disimpulkan bahwa hasil dari uji H_1 menunjukan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA). Hasil dari H_2 menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Return On Equity* (ROE). Hasil dari uji H_3 menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap *Net Profit Margin* (NPM).

Keterbatasan penelitian ini hanya menggunakan CSR sebagai variabel bebas (X) dalam pengujian terhadap kinerja keuangan perusahaan n. Penilaian dalam *Corporate Social Responsibility* (CSRI) dinilai secara subjektif karena setiap orang akan memiliki perspektif masing-masing dalam menilai pengungkapan pertanggung jawaban sosial yang berada dalam laporan tahunan dari sudut pandang yang berbeda. Ada banyak lagi variabel yang bisa diterapkan dalam melakukan penilaian kinerja keuangan perusahaan, tetapi dalam penelitian ini hanya memakai 3 variabel saja yaitu ROA, ROE, dan NPM.

Saran penelitian; Perusahaan disarankan untuk lebih memaksimalkan lagi aktivitas CSR agar rasio profitabilitas perusahaan seperti ROA, ROE, NPM juga terus meningkat. Jika CSR berjalan baik maka, citra konsumen khususnya investor pada citra perusahaan juga akan tinggi. Untuk investor yang sudah berinvestasi di perusahaan dan juga investor yang sedang mempertimbangkan untuk berinvestasi peneliti lebih menyarankan untuk mempertimbangkan juga aktivitas CSR perusahaan karena mampu mempengaruhi *metric profitabilitas* perusahaan. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin membuat penelitian sejenis, sebaiknya tambahkan rasio keuangan seperti Tobins'Q dan *Erning Per Share* (EPS) atau variabel - variabel lain yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja keuangan

perusahaan, serta dapat menambah variabel bebas dalam pengaruhnya terhadap kinerja keuangan perusahaan seperti *Good Corporate Governance* (GCG).

REFERENSI

- Aryati, Nita Dwi. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Skripsi*, 87(1,2), 149-200.
- Berampu Adi, A. I. (2015). Manfaat Partisipasi Masyarakat dalam Program Pengelolaan Sampah. *Penyuluhan*, 11 No, 2, 13. <https://media.neliti.com/media/publications/8530-ID-the-benefits-of-community-participation-in-waste-management-program.pdf>
- Budi, D. (2015). Industri Manufaktur Bandel, Pengendalian Pencemaran Air Jadi Merosot. *Bisnis*, 1. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20151211/257/500855/industri-manufaktur-bandel-pengendalian-pencemaran-air-jadi-merosot>
- Cheng, B., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2014). Corporate Social Responsibility And Access To Finance. *Strategic Management Journal*, 35(1), 1-23. <https://doi.org/10.1002/smj.2131>
- Ferres, D., & Marcet, F. (2019). Corporate Social Responsibility and Company Performance. *Journal of Banking and Finance*, 3(2), 1-6. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2021.106079>
- Galasius. (2019). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Perstasi Kerja Karyawan Transera Hotel Pontianak. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/view/33634>
- Haryati, R., & Rahardjo, S. (2013). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Kinerja Lingkungan, dan Struktur Corporate Governance terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Akuntansi*, 2(2), 15. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/3236/3169>
- Husnan, A., & Pamudji, S. (2013). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR Disclosure) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*, 2(2), 773-780.
- Jafar, A. N., Chalid, L., & Budiandriani, B. (2020). Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Return on Asset (ROA) dan Return on Equity (ROE) Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di *Ilmu Ekonomi*, 3(3). <http://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/PARADOKS/article/view/496>
- Kasmir. (2018). Analisis laporan keuangan. *Raja Grafindo* <https://dll.masuk.id/2020/12/22/download-buku-analisis-laporan-keuangan-kasmir-2016/>
- Khoerunisa, A. (2019). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah Di Indonesia Tahun 2015-2017. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Kusuma, A. A., & Aryani, Y. A. (2020). Corporate Social Responsibility dan Kinerja Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI tahun 2016-2017). *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 20(1), 91-102.
- Lestari, N., & Lelyta, N. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility

- Terhadap Kinerja Keuangan. *Equity*, 22(1), 1.
<https://doi.org/10.34209/equ.v22i1.897>
- Lindawati, A. (2015). Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Akuntansi*, 6(1), 1-174. <https://doi.org/1018202>
- Maden, C., Arkan, E., Telci, E. E., & Kantur, D. (2012). Linking Corporate Social Responsibility to Corporate Reputation: A Study on Understanding Behavioral Consequences. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 58(July 2015), 655-664. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1043>
- Mustafa, C., & Handayani, N. (2014). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur. *Akuntansi*, 3(6), 18.
file:///C:/Users/ASUS/Downloads/edoc.tips_perusahaan-profitabilitas-edu.pdf
- Nurwahidah. (2016). Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Ekonomi Akuntansi*, 31-48.
- Pramana, I. G. A., & Yadnyana, I. K. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility pada Kinerja Perusahaan Manufaktur. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.16.3.*, 16, 1965-1988.
- Pratiwi, P. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Socml Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Mal : Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 1, 105-112.
- Priyanka, F. (2013). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas pada Perusahaan High Profile yang Terdaftar di BEI Periode 2009-2011. *Skripsi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Yogyakarta*, 27-28.
- Rahayu, Wiwik. (2014). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Pertambangan Periode 2012-2013 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 17(2), 8.
- Riandro, P. (2020). Pengaruh CSR dan NPM Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Subsektor Otomotif di Bursa Efek Indonesia. *Sustainability*, 4(1), 1-9. <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/en/mdl-20203177951%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0887-9%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0884-z%0Ahttps://doi.org/10.1080/13669877.2020.1758193%0Ahttp://sersc.org/journals/index.php/IJAST/article>
- Rindiyawati, A. (2017). Faktor - Faktor Potensial yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Industri Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013 - 2015). *Skripsi*, <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/28168/13312418ApriliaRindiyawati.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Riyanto, T. (2015). Manfaat CSR bagi Perusahaan. *Bisnis*. <https://zahiraccounting.com/id/blog/manfaat-csr-bagi-perusahaan/>

- Rizki, E. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Akuntansi*, 8(5), 55.
- Rodriguez-Fernandez, M. (2016). Social Responsibility and Financial Performance: The Role Of Good Corporate Governance. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(2), 137-151. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2015.08.001>
- Roslina, K., Yuniarta, G., & Darmawan, N. (2014). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 2(1), 37-44. <https://doi.org/10.30871/jama.v1i1.1237>
- Silvia, A. (2013). Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 1, 1-23. <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/akt/article/view/71/59>
- Syahnaz, M. (2014). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699.
- Undang - undang Republik Indonesia. (2007). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007. https://id.wikisource.org/wiki/Undang-Undang_Republik_Indonesia_Nomor_40_Tahun_2007
- Undang Undang Republik Indonesia. (2007). Undang Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007. https://ppid.unud.ac.id/img/admin/page_attc/ca56c86f2c4515460decf2098a6ed8a0.pdf
- Utami, P. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan High Profile Terbuka Di Indonesia. *Skripsi*, 3-159.
- 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*, 3(2), 19-32. <https://doi.org/10.24815/jdab.v3i2.5384>
- Warda, R. (2013). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Pertambangan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 11(3), 195-210. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v11i3.3194>
- Yudharma Aditya. (2016). Pengaruh Biaya Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 11(2), 20.