

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP LABA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Julia G.B Kamodi¹, Olviane Sumampouw², Frandy Karundeng³

^{1,2,3}Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Manado, Tondano

Email : jberthakamodi@gmail.com¹

Diterima: 27-02-2022 Disetujui: 12-05-2022

ABSTRAK

Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang baik dalam perusahaan akan berpengaruh pada nilai perusahaan sehingga akan mengundang investor dalam membeli saham, dan akan mempengaruhi tingkat laba (*Profit*). Namun, masalahnya pada masa kini ada beberapa perusahaan yang enggan melakukan kegiatan CSR sebab bagi mereka semakin banyak kegiatan CSR maka semakin banyak juga biaya yang akan dikeluarkan dari perusahaan tersebut, sehingga akan berkurangnya keuntungan dan akan menyebabkan tingkat laba perusahaan menurun. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap laba perusahaan menggunakan rasio profitabilitas diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE). Populasi pada penelitian ini yaitu 174 perusahaan manufaktur dengan penarikan sampel 73 perusahaan. Metode pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis data yang digunakan yakni analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menemukan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap *Return on Assets* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE).

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility, Return on Assets, Return on Equity.*

ABSTRACT

The implementation of *Corporate Social Responsibility* (CSR) in the company will affect the value of the company so that it will invite investors to buy shares, and will affect the level of profit (*profit*). However, the problem is that at present there are some companies who are reluctant to carry out CSR because for them the more CSR activities, the more costs will be incurred from the company, so that profits will decrease and will cause the company's profit level to decrease. The purpose of this study is to determine the effect of *Corporate Social Responsibility* (CSR) on company profits using a profitability ratio proxied by *Return on Assets* (ROA) and *Return on Equity* (ROE). The population in this study are 174 manufacturing companies with a sample of 73 companies. The method in this study uses quantitative methods with data analysis technique used, namely: simple linear regression analysis. The results of the study found that the *Corporate Social Responsibility* (CSR) variable had a positive effect on *Return on Assets* (ROA) and *Return on Equity* (ROE).

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Return on Assets, Return on Equity.*

PENDAHULUAN

Perusahaan adalah suatu entitas yang menjual produk dan juga jasa kepada konsumen dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan (laba). Akan tetapi tujuan dari perusahaan tersebut untuk mencari keuntungan (laba) belum tentu bisa menjamin keberlangsungan dari perusahaan untuk kedepannya. Dalam suatu perusahaan agar terus beroperasi kedepannya, perusahaan harus dapat menciptakan suasana yang baik disekeliling perusahaan maupun dilingkungan masyarakat. Terciptanya suasana yang baik dan bersahabat perusahaan harus melakukan tanggungjawab sosial, dengan melakukan aktivitas CSR perusahaan akan mendapatkan pandangan yang positif di masyarakat luas, sehingga keberlangsungan dari perusahaan untuk kedepannya akan terus berjalan (Iskandar, 2016).

Perusahaan membenarkan jika kenaikan laba atau profitabilitas begitu penting untuk perusahaan, kondisi tersebut yang mengharuskan perusahaan melakukan aktivitas sosial, spesifiknya yang berhubungan dengan pengembangan keberlangsungan secara terus-menerus seperti pelestarian lingkungan, keadilan sosial dan juga pembangunan ekonomi. Salah satu bentuk tanggungjawab tersebut secara keseluruhan, perusahaan harus melaksanakan aktivitas CSR (Budi, 2014).

Makna dari aktivitas CSR yaitu perusahaan memiliki berbagai kewajiban terhadap segala yang bersangkutan seperti pemegang saham, pelanggan, pekerja, masyarakat serta lingkungan dalam seluruh perspektif operasional yang melingkupi dari segi sosial, ekonomi, serta lingkungan (Hidayati, dan Wijayanto, 2018). Jadi perusahaan bukan hanya mencari laba, tetapi perusahaan juga berkewajiban dalam melestarikan lingkungan dan memberikan bantuan agar dapat mensejahterakan masyarakat (Sumondag, Tanor, dan Kambey, 2020).

Seiring berjalannya waktu kerusakan alam yang terjadi seperti polusi udara, penebangan pohon, air yang tercemar akibat limbah dari perusahaan membawa dampak yang buruk terhadap keberlangsungan makhluk hidup. Oleh sebab itu dalam hal ini kegiatan CSR sangat diperlukan agar dapat mengurangi dampak tersebut. Maka demikian pemerintah memberlakukan hukum yang mengatur tentang CSR yaitu (Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007) tentang perseroan, menjadikan CSR adalah suatu kewajiban bagi setiap perusahaan.

CSR merupakan keterikatan perusahaan guna memberikan sumbangan dalam kurun waktu yang panjang di lingkungan masyarakat, dengan tujuan untuk membangun hubungan yang baik antar perusahaan dan lingkungan sekitar. Sumbangan dari perusahaan bisa berbagai macam yaitu berupa sumbangan dalam bentuk uang, barang, tenaga ahli dan lain sebagainya (Said, 2018). Selain itu Irawan dan Muarifah (2020) mendefinisikan CSR adalah sebuah tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat, dengan menjalankan berbagai macam rencana yang berfungsi untuk menjaga lingkungan di sekitar perusahaan serta menunjang peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Penerapan CSR yang baik dalam perusahaan akan berpengaruh pada nilai perusahaan sehingga akan mengundang investor dalam membeli saham, dan akan mempengaruhi tingkat laba (Profit) (Marcella, dan Triwacananingrum, 2018). Tetapi masalahnya pada masa kini, masih terdapat beberapa perusahaan yang enggan melakukan aktivitas CSR, sebab bagi mereka semakin banyaknya aktivitas CSR maka semakin banyak juga biaya yang akan dikeluarkan dari perusahaan, sehingga akan berpengaruh terhadap pengeluaran, mengurangi pendapatan, dan menurunkan tingkat keuntungan (laba) (Heryanto, 2017).

Pada saat ini telah banyak penelitian untuk menganalisis apakah CSR berpengaruh terhadap keuntungan (laba) perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Rilla (2016) pada perusahaan manufaktur serta penelitian oleh Rosdwianti, Dzulkirom, dan Zahroh (2016) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi, serta penelitian oleh Suciawati, Pradnyan, dan Ardina (2016) pada perusahaan sektor pertambangan terbukti bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA, ROE, dan EPS. Akan tetapi, pada variabel PBV CSR tidak berpengaruh signifikan. Sedangkan hasil penelitian Sendy (2015) yang melakukan penelitian pada beberapa perusahaan yang terdaftar di BEI, serta penelitian Pratiwi,

Nurulrahmatia, dan Muniarty (2020) pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI, membuktikan CSR tidak berpengaruh signifikan pada ROA dan ROE.

Dari hasil penelitian terdahulu telah membuktikan variabel CSR berpengaruh signifikan terhadap variabel ROA, ROE, dan EPS. Namun, masih terdapat perbedaan hasil penelitian yang membuktikan variabel CSR tidak berpengaruh terhadap variabel PBV, ROA dan ROE. Oleh sebab itu, peneliti mencoba untuk mengamati kembali beberapa variabel yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Berlandaskan hal tersebut, maka peneliti membatasi untuk menggunakan variabel ROA dan ROE dengan memakai periode tahun yang berbeda dari penelitian sebelumnya. Pada kesempatan ini, peneliti bermaksud membuktikan kembali apakah variabel CSR berpengaruh pada variabel ROA dan ROE di perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

Peneliti menggunakan perusahaan manufaktur sebagai objek penelitian sebab aktivitas produksinya yang terbilang panjang dengan cara mengelolah bahan mentah menjadi barang (produk) yang siap dipasarkan. Sistem produksinya yang cukup panjang serta berkaitan langsung dengan lingkungan, sehingga aktivitas CSR tentunya lebih banyak dilakukan daripada perusahaan lainnya.

Teori *Stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan bukanlah suatu entitas yang hanya berfokus pada kepentingan pribadi, tetapi perusahaan harus memberikan berbagai manfaat kepada *stakeholdernya* yakni para konsumen, kreditor, pemerintah, supplier, masyarakat, serta pihak lain. Maka dengan demikian kehadiran suatu perusahaan tentunya sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan dari para *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Putra, dan Astika, 2019).

Keberlangsungan perusahaan didukung oleh *stakeholder* untuk itu perusahaan wajib melaksanakan aktivitas CSR. Aktivitas CSR yang tentunya bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan akan meningkatkan pendapatan pada perusahaan. Hal ini disebabkan oleh barang yang dihasilkan perusahaan lebih diminati konsumen sehingga berpengaruh terhadap laba perusahaan (Nagari, Nugroho, dan Setiono, 2019). Pernyataan tersebut selaras dengan pernyataan yang di ungkapkan oleh Kartini, Maiyarni, dan Tiswiyanti (2019) yang menyatakan bahwa semakin luas pengungkapan CSR maka akan meningkatkan ROA perusahaan.

Pernyataan tersebut di dukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Rilla (2016) yang menemukan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosdwianti *et al.*, (2016) dan Suciawati *et al.*, (2016). Maka demikian perumusan hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H_1 : CSR berpengaruh positif terhadap ROA.

Kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dinilai telah memperhatikan para *stakeholder*. Keadaan tersebut yang membuat kepercayaan dari masyarakat kepada perusahaan akan semakin besar. Hal tersebut pada akhirnya mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap barang yang diproduksi dari perusahaan sehingga akan memberikan profit yang akan diperoleh perusahaan (Prasetyo, dan Meiranto, 2017). Pernyataan tersebut selaras dengan pernyataan yang di ungkapkan oleh Purnaningsih (2018) yang menyatakan bahwa semakin banyak aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan, maka semakin tinggi juga ROE yang diterima perusahaan.

Pernyataan tersebut di dukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Rilla (2016) yang menemukan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROE. penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosdwianti *et al.*, (2016) dan Suciawati *et al.*, (2016). Maka dengan demikian perumusan hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H_2 : CSR berpengaruh positif terhadap ROE.

Tujuan dari penelitian yaitu untuk dapat mengetahui hubungan CSR pada laba perusahaan menggunakan rasio profitabilitas proksi ROA, dan ROE.

METODE

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2017:8), adalah “metode yang didasarkan pada filosofi positif yang dipakai untuk meneliti populasi/sampel terpilih, pengambilan data memakai suatu perangkat dan analisis data statistik dengan maksud menguji hipotesis yang sudah ditetapkan”.

Data dalam penelitian ini peneliti menggunakan data sekunder. Sugiyono (2017:137) mendefinisikan data sekunder yaitu data yang tidak secara spontan diberikan kepada penghimpun data. Adapun, data yang digunakan pada penelitian ini ialah data panel, berbentuk laporan tahunan perusahaan periode 2016-2018, yang dipublikasikan oleh BEI. Data pada penelitian ini diperoleh dari *website* www.idx.co.id. www.edusaham.com www.indikatorcsr.com G4. Populasi pada penelitian ini yaitu 174 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, dengan penarikan sampel yang dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Penarikan Sampel

No	Populasi	174
1	Perusahaan manufaktur yang tidak terdaftar di BEI secara berturut-turut dari tahun 2016-2018.	(18)
2	Perusahaan manufaktur yang tidak di audit dan tidak mencantumkan, mengungkapkan, kegiatan CSR, serta yang tidak mempublikasikan rasio profitabilitas mengenai ROA dan ROE, serta yang mengalami minus pada tahun 2016-2018 pada laporan keuangan tahunan.	(36)
3	Perusahaan manufaktur yang tidak memakai mata uang rupiah.	(19)
Sampel Penelitian		73
Total Observasi Data 73 x 3 tahun =		219

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini yakni terdapat 2 variabel yaitu variabel CSR sebagai variabel independen (X). CSR merupakan sesuatu wujud tanggungjawab sosial dari perusahaan kepada penduduk di sekelilingnya yaitu dengan melakukan serangkaian aktivitas aktif perusahaan terhadap penduduk/masyarakat serta seluruh pemangku yang berkepentingan untuk peningkatan mutu yang lebih baik dalam segala aspek kehidupan (Yusuf, 2017). CSR dihitung dengan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI), cara mencari CSRI yaitu melalui www.indikatorcsr.com G4. Perhitungan CSR dilakukan dengan cara setiap item CSR dalam instrument penelitian yang diungkapkan oleh sebuah perusahaan akan diberikan nilai 1 dan jika tidak diungkapkan akan diberikan nilai 0 (Heryanto, 2017). Berikut rumus yang digunakan untuk mengukur CSR:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_{ij}} \quad (1)$$

Keterangan:

CSRI_j = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan

$\sum X_{ij}$ = Jumlah Pengungkapan CSR Perusahaan

N_{ij} = Jumlah item untuk perusahaan sebesar 91 indikator

Laba sebagai variabel dependen (Y), dalam penelitian ini laba di ukur menggunakan rasio profitabilitas yang diprosikan dengan ROA dan ROE. Peneliti mengukur laba menggunakan rasio profitabilitas karena rasio yang dipakai guna menghitung kinerja perusahaan untuk mendapatkan profit (laba) dari aktivitas usahanya (Hery, 2015). Laba sendiri menurut definisi dari Putranto (2017) adalah selisih antara pengeluaran serta pendapatan. Jadi laba merupakan posisi yang sangat penting dalam ikhtisar keuangan yang mempunyai berbagai jenis manfaat dalam

beragam konteks. Sedangkan peneliti menggunakan proksi ROA dan ROE dari rasio profitabilitas sebab pada indikator ROA merupakan salah satu rasio profitabilitas yang terlihat dari besarnya pemberian aktiva dalam menghasilkan laba bersihnya. Jadi, hasil dari dana yang ada pada keseluruhan aktiva/aset rasio ini dipakai untuk menghitung besarnya nilai dari keuntungan (Hery, 2015). Selain itu Pradita, dan Suryono (2019) mendefinisikan ROA dipakai untuk menghitung kemampuan finansial dalam perusahaan. Rasio tersebut dipergunakan untuk mengukur besarnya pendapatan dari laba menggunakan jumlah keseluruhan asetnya. Selain indikator ROA, peneliti memilih menggunakan indikator ROE karena rasio profitabilitas yang terlihat dari besarnya pemberian ekuitas untuk memperoleh keuntungan bersih. Jadi, setiap hasil dari dana yang ada pada keseluruhan ekuitas rasio ini dipakai untuk menghitung besarnya total keuntungannya (Hery, 2015). Adapun menurut Auliya (2021:9), ROE yaitu rasio yang menjabarkan sebagaimana modal dalam perusahaan di olah dalam aktivitas usahanya yang dapat mendatangkan keuntungan pada perusahaan.

Peneliti menggunakan analisis regresi linier sederhana dalam penelitian ini. Menurut Suryono (2018:5), Regresi linier sederhana yakni model probabilistik yang menyebutkan ikatan linier antara dua variabel yang saling mempengaruhi satu sama lainnya. Variabel yang mempengaruhi disebut sebagai variabel bebas (X), sedangkan yang dipengaruhi disebut sebagai variabel terikat (Y). Berikut perumusan persamaan regresi sederhana:

$$Y = \alpha + bX \quad (2)$$

Keterangan :

Y: ROA dan ROE

X: CSR

α : Nilai Konstanta

b: Koefisien

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji statistik deskriptif dipakai untuk menjelaskan data yang terlihat dari *mean*, *standard deviation*, nilai minimum, serta nilai maksimum. Uji statistik deskriptif dilakukan agar supaya mempermudah peneliti untuk mengetahui setiap variabel yang dipakai pada penelitian ini.

Tabel 2. Deskriptif Variabel Penelitian

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	219	,27	,86	,5117	,10844
ROA	219	1,00	7,44	3,3927	1,61141
ROE	219	1,00	12,24	3,8136	1,87307
Valid N (listwise)	219				

Data olahan : *output SPSS 22*

Pada tabel 2 terlihat bahwa analisis deskriptif pada sampel perusahaan mengenai CSR nilai *mean* 0,5117 dan *standard deviation* 0,10844 yang artinya rata-rata melaporkan CSR sebanyak 51% dari total sampel 91 perusahaan pada laporan tahunan 2016-2018. Sedangkan, variasi luas pelaporan CSR berada di antara 0,27 (27%) dan 0,86 (86%) dari jumlah keseluruhan. Kemudian pada variabel ROA menunjukkan perusahaan memiliki *mean* sebesar 3,3927 nilai maksimal ROA yaitu 7,44 dan minimal ROA 1,00. Dengan demikian perusahaan mempunyai nilai maksimal ROA sebesar 7,44% dan minimal ROA 100%. Oleh karenanya, semakin tinggi kuantitas ROA dalam perusahaan, maka makin bagus pandangan investor pada kinerja keuangan perusahaan. Pada variabel ROE perusahaan memiliki nilai *mean* 3,8136 dengan maksimal ROE 12,24 dan minimal 1,00. Hal ini berarti perusahaan mempunyai nilai maksimal

ROE 12,24% dan minimal ROE 100%. Oleh sebab itu, semakin tinggi kuantitas ROE pada perusahaan, maka besarnya probabilitas investor mendapatkan keuntungan bersih dari modal yang telah di investasikan dan akan di respon positif oleh pasar.

Berdasarkan uji normalitas memakai SPSS 22, diperoleh nilai signifikansi ROA *Asymp Sig (2-tailed)* yakni 0,63 dan nilai signifikansi ROE sebesar 0,81 Sehingga, nilai signifikansi > 0,05 sesuai ketentuan. Karena nilai signifikansi ROA dan ROE lebih besar dari nilai signifikansi yang sudah ditentukan yakni 0,05 maka, variabel yang digunakan pada penelitian ini mencukupi asumsi normalitas.

Uji Heteroskedastisitas pada uji glejser ROA menunjukkan nilai signifikansi variabel CSR sebesar 0,716 dan uji glejser ROE menunjukkan nilai signifikansi variabel CSR sebesar 0,325. Oleh sebab itu, nilai signifikansi tersebut lebih tinggi dari nilai signifikansi yang sudah ditetapkan yakni 0,05. Jadi Dapat disimpulkan pada uji ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokolerasi pada tabel 3 di bawah ini menunjukkan *score* Durbin Watson variabel CSR terhadap ROA sebesar 0,877 dan CSR terhadap ROE yakni 1,072. Sehingga, Durbin Watson dari kedua variabel berada di tengah-tengah nilai -2 hingga +2 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi pada model ini.

Tabel 3. Model Summary

R Square	Durbin-Watson
,120	,877
,122	1,027

- a. *Predictors: (Constant), CSR*
 b. *Dependent Variable: ROA, ROE*
 Data olahan: *Output SPSS 22*

Teknik analisis regresi linier sederhana adalah teknik statistik untuk menguji signifikansi antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 4. Coefficients

B	Sig.
,756	,000
5,153	
,730	,000
6,027	

- a. *Predictors: (Constant), CSR*
 b. *Dependent Variable: ROA, ROE*
 Data olahan: *Output SPSS 22*

Berdasarkan hasil dari *output SPSS 22*, untuk variabel CSR terhadap ROA pada tabel 4 diperoleh persamaan regresi yaitu :

$$Y = 0,756 + 5,153 X \quad (3)$$

Persamaan tersebut dapat di artikan kostanta sebesar 0,756 yang berarti nilai konsisten variabel ROA adalah 0,756. Kemudian koefisien regresi X sebesar 5,153 apabila setiap kenaikan 1% CSR, maka nilai ROA (Y) bertambah menjadi 5,153. Selanjutnya untuk hasil *output* variabel CSR terhadap ROE pada tabel 4 diperoleh persamaan regresi yaitu :

$$Y = 0,730 + 6,027 X \quad (4)$$

Persamaan tersebut dapat di artikan kostanta yakni 0,730 yang berarti nilai konsisten variabel

ROE sebesar 0,730. Kemudian koefisien regresi X yakni 6,027 berarti setiap penambahan 1% CSR, maka nilai ROE (Y) bertambah 6,027.

Hasil pengujian hipotesis uji parsial (uji t), pada tabel 4 nilai signifikansi koefisien CSR terhadap ROA dan ROE yakni 0,000 nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi yang sudah ditentukan yakni 0,05. Sehingga H_1 dan H_2 dalam penelitian ini di terima.

Uji koefisien determinasi (R^2) pada tabel 3 menjelaskan tingginya presentasi varietas variabel CSR terhadap variabel ROA, diperoleh koefisien determinasi (R^2) 0,120. Ini berarti mengandung pengertian yaitu pengaruh variabel bebas CSR terhadap variabel terikat ROA adalah 12%. Sedangkan sisanya 88% dari variabel berbeda yang tidak terlibat dalam penelitian ini. Kemudian tingginya varietas variabel CSR terhadap ROE diperoleh koefisien determinasi (R^2) 0,122. Hal ini berarti mengandung pengertian yaitu pengaruh variabel bebas CSR terhadap variabel terikat ROE adalah 12%. Sedangkan sisanya 88% diperoleh dari variabel berbeda yang tidak terlibat dalam penelitian ini.

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Return on Assets

Hasil dalam penelitian ini menemukan bahwa variabel CSR berpengaruh positif terhadap variabel ROA. Jadi peneliti menyimpulkan bahwa hipotesis (H_1) yang menyebutkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap ROA di terima.

Hasil ini mendukung *stakeholder* teori yang menyatakan bahwa aktivitas CSR yang tentunya bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan akan meningkatkan pendapatan pada perusahaan. Hal ini disebabkan oleh barang yang dihasilkan perusahaan lebih diminati konsumen sehingga berpengaruh terhadap laba perusahaan (Nagari *et al.*, 2019). Pernyataan tersebut selaras dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Kartini *et al.*, (2019) yang menyebutkan bahwa semakin luas pengungkapan CSR maka akan meningkatkan ROA. Pelaksanaan kegiatan CSR membawa manfaat positif kepada perusahaan, seperti yang diungkapkan oleh Syairozi (2019) bahwa CSR membawa dampak yang baik serta membangun dan menjaga nama baik, meningkatkan penilaian yang baik pada perusahaan, mengurangi risiko usaha, meluaskan jangkauan usaha, dan posisi merek dari perusahaan akan terus tergaaja.

Hasil pada penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rilla (2016), Rosdwianti *et al.*, (2016), dan Suciawati *et al.*, (2016), yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. Sebaliknya hasil pada penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi *et al.*, (2020) yang menyatakan bahwa CSR tdk berpengaruh signifikan terhadap ROA.

Dalam penelitian ini menunjukkan semakin banyak perusahaan melakukan kegiatan CSR, maka akan mempengaruhi labanya. Dengan melakukan aktivitas CSR tentunya akan memberikan manfaat kepada perusahaan yaitu memperkuat brand perusahaan di mata publik sehingga produk dari perusahaan tersebut lebih diminati dan akan meningkatkan laba yang tentunya akan berdampak pada ROA. Oleh sebab itu, semakin baik kinerja keuangan akan semakin meningkat jumlah keuntungan bersih yang diperoleh dari total aset (ROA) pada perusahaan.

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Return on Equity

Hasil dalam penelitian ini menemukan bahwa variabel CSR berpengaruh positif terhadap variabel ROE. Jadi peneliti menyimpulkan bahwa hipotesis (H_2) yang menyebutkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap ROE di terima.

Hasil ini mendukung teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dinilai telah memperhatikan para *stakeholder*. Keadaan tersebut yang membuat kepercayaan dari masyarakat kepada perusahaan akan semakin besar. Hal tersebut pada akhirnya mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap barang yang diproduksi dari perusahaan sehingga akan memberikan profit yang akan diperoleh perusahaan (Prasetyo, dan Meiranto, 2017). Pernyataan tersebut selaras dengan pernyataan

yang di ungkapkan oleh Purnaningsih (2018) yang menyatakan bahwa semakin banyak aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan, maka semakin tinggi juga ROE yang diterima perusahaan.

Perusahaan membenarkan jika kenaikan laba atau profitabilitas begitu penting untuk perusahaan, kondisi tersebut yang mengharuskan perusahaan melakukan aktivitas sosial, spesifiknya yang berhubungan dengan pengembangan keberlangsungan secara terus-menerus seperti pelestarian lingkungan, keadilan sosial dan juga pembangunan ekonomi. Salah satu bentuk tanggungjawab tersebut secara keseluruhan, perusahaan harus melaksanakan aktivitas CSR (Budi, 2014).

Hasil dalam penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rilla (2016), Rosdwianti *et al.*, (2016), dan Suciawati *et al.*, (2016), yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROE. Sebaliknya hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sendy (2015) dan Pratiwi *et al.*, (2020) yang menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE.

CSR pada perusahaan tentunya bertujuan untuk memberikan nilai kepada masyarakat, yakni kesadaran dalam melestarikan lingkungan, meningkatkan kesejahteraan serta produktivitas para karyawan. Semakin banyak perusahaan melakukan kegiatan CSR, hal ini akan meningkatkan citra positif kepada masyarakat sehingga meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk dari perusahaan tersebut yang tentunya berdampak pada tingkat laba perusahaan. Hal tersebut tentunya akan mengundang investor untuk menanamkan modal pada perusahaan karena bagi para investor, perusahaan yang melakukan kegiatan CSR akan lebih berpotensi menghasilkan laba, dan tentunya penanaman modal dari para investor akan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Dengan demikian, semakin baik kinerja keuangan, maka akan berdampak pada peningkatan jumlah keuntungan bersih yang dihasilkan dari dana yang terdapat pada total ekuitas (ROE) pada perusahaan.

Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap variabel *Return on Assets* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE). Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak perusahaan melaksanakan aktivitas CSR, maka akan berpengaruh pada tingkat laba perusahaan yakni rasio profitabilitas proksi ROA dan ROE. Oleh sebab itu semakin baik kinerja keuangan perusahaan maka akan semakin meningkat jumlah laba bersih yang dihasilkan dari total aset maupun total ekuitas perusahaan.

Dari penelitian yang telah dilakukan peneliti masih terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, oleh sebab itu peneliti hendak menyampaikan beberapa saran. Untuk perusahaan di harapkan dapat terus melaksanakan kegiatan *corporate social responsibility*, karena hal ini akan meningkatkan laba dalam perusahaan, menambah nilai tambah bagi para investor yang ingin menanamkan modal, serta akan meningkatkan *image* perusahaan. Kemudian adapun saran kepada peneliti berikutnya yang akan melaksanakan penelitian serupa, di harapkan dapat mengembangkan penelitian ini lebih lanjut dengan menggunakan variabel yang berbeda dari penelitian ini seperti harga saham, laba tahun berjalan, pendapatan dan penjualan, dewan komisaris dan lain sebagainya yang dapat mempengaruhi CSR. Serta dapat memperluas objek penelitian selain perusahaan manufaktur. Bagi pemerintah diharapkan lebih tegas dalam melaksanakan sanksi sesuai dengan UUD yang berlaku di Indonesia kepada perusahaan yang tidak melaksanakan aktivitas CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- Auliya, Zakky Fahma. 2021. Cara Simple Analisis Fundamental. Yogyakarta: Lintang Pustaka Utama.
- Budi, Untung. 2014. CSR Dalam Dunia Bisnis. I. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hery. 2015. Pengantar Akuntansi Comprehensive Edition Lengkap dengan Kumpulan Soal dan Solusinya. Jakarta: PT. Grasindo.
- Heryanto, Robby. 2017. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2014-2015." *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang*.
- Hidayati, Ratih, dan Hendra Wijayanto. 2018. "Pengaruh Program Csr 'Kuta Beach Sea Turtle Conservation' Terhadap Brand Image Perusahaan." *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1(2):114.
- Irawan, Feri, dan Eva Muarifah. 2020. "Analisis Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Sharia Enterprise Theory." *Minhaj: Jurnal Ilmu Syariah* 1(2):149–78. doi: 10.52431/minhaj.v1i2.309.
- Iskandar. 2016. "Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan." *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi* 18(1):76–84. doi: 10.29264/jfor.v18i1.48.
- Kartini, Puti Tri, Reka Maiyarni, dan Wiwik Tiswiyanti. 2019. "Pengaruh Return on Asset (ROA), Return on Equity (ROE) dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure." *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan* 7(2):343–66. doi: 10.17509/jrak.v7i2.15636.
- Marcella, Jovita, dan dan Wijaya Triwacananingrum. 2018. "Analisis Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Kinerja Keuangan Terhadap Firm Value Pada Indeks Saham LQ 45 Yang Terdaftar Di BEI." *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia* 16(1). doi: 10.21831/jpai.v16i1.20172.
- Nagari, Primasa Minerva, Tatas Ridho Nugroho, dan Hari Setiono. 2019. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Dan Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018." *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan* 2(2):90–105.
- Pradita, Reza Arie, dan dan Bambang Suryono. 2019. "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi." *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)* 8(2):1–18. doi: 10.25105/jmat.v5i2.5074.
- Prasetyo, Agung, dan Wahyu Meiranto. 2017. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013 - 2015." *Diponegoro Journal of Accounting* 6(3):1–12.
- Pratiwi, Aliah, Nafisah Nurulrahmatia, dan dan Puji Muniarty. 2020. "Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di BEI." *Jurnal Akuntansi* 4(1):95. doi: 10.33395/owner.v4i1.201.
- Purnaningsih, Deni. 2018. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)." *Skripsi Universitas Islam Indonesia Fakultas Ekonomi Yogyakarta* 1–73.
- Putra, Ida Bagus Adi, dan Ida Bagus Putra Astika. 2019. "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Dengan Likuiditas Sebagai Variabel Moderasi." *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 26(1):30–57. doi: <https://doi.org/10.24843/EJA.2019.v26.i01.p02>.
- Putranto, Agus. 2017. "Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Wonosobo Kabupaten Wonosobo)." *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (PPKM)* 4(3):280–86. doi: 10.32699/ppkm.v4i3.432.
- Rilla. 2016. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

- Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2014.” *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis* 3(2):19–32. doi: 10.24815/jdab.v3i2.5384.
- Rosdwianti, Mega Karunia, Moch Dzulkrirom, dan Zahroh. 2016. “Pengaruh Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 38 No.2* 4(2):16–22. doi: 10.21831/nominal.v4i2.8002.
- Said, Achmad Lamo. 2018. *Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Governance: Manajemen Pertanggungjawaban Sosial*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Sendy, Harlin Mutiara. 2015. “Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Tingkat Laba Perusahaan (Studi Empiris Pada Beberapa Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI).” *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 15(05):109–18.
- Suciawati, Desak Putu, Desak Putu Arie Pradnyan, dan dan Cening Ardina. 2016. “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan (Pada Perusahaan Sektor Pertambangan di BEI Tahun 2010-2013).” *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan* 12(2):104–13.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumondag, Jessica, Linda Tanor, dan dan Anita Kambey. 2020. “Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Corporate Responsibiity Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI).” *Jurnal Akuntansi Manado (JAIM)* 1(3):88–98. doi: 10.53682/jaim.v1i3.656.
- Suryono. 2018. *Analisis Regresi Untuk Penelitian*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Syairozi, Muhamad Imam. 2019. *Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur dan Perbankan*. Magelang: Tidar Media.
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun. 2007. “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.” 2007.
- Yusuf, Muhammad Yasir. 2017. *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) Teori dan Praktik*. I. Depok: Kencana.