

PENGARUH PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* DAN SALES REVENUE TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN BEI INDEKS SRI-KEHATI

Chelsea Aprillia Hartono¹; Francis M. Hutabarat²; James Slyvanus Ulyreke³

Universitas Advent Indonesia, Bandung Barat^{1,2,3}

Email : chelseaaprillia19@gmail.com¹; fmhutabarat@unai.edu²;
ulyrekejames@unai.edu³

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan pendapatan penjualan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur melalui Return on Assets (ROA). Dalam konteks bisnis modern, CSR tidak hanya berfungsi sebagai kewajiban sosial, tetapi juga sebagai alat untuk meningkatkan reputasi dan loyalitas konsumen, meskipun membutuhkan biaya yang cukup besar. Di sisi lain, pendapatan penjualan menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menarik konsumen dan memenangkan pasar, yang berpotensi meningkatkan ROA. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan regresi linear untuk menguji pengaruh kedua variabel tersebut pada ROA. Hasilnya menunjukkan bahwa pendapatan memiliki pengaruh positif signifikan, sedangkan CSR memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap ROA. Temuan ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi perusahaan dalam merancang strategi untuk mencapai kinerja keuangan yang optimal.

Kata Kunci : *CSR; Sales Revenue; ROA; Kinerja Keuangan Perusahaan*

ABSTRACT

This study analyzes the impact of Corporate Social Responsibility (CSR) and sales revenue on a company's financial performance, measured by Return on Assets (ROA). In modern business, CSR not only serves as a social obligation but also as a tool for enhancing reputation and consumer loyalty, despite its significant costs. Meanwhile, sales revenue reflects the company's ability to attract consumers and gain market share, potentially boosting ROA. This research employs a quantitative approach with linear regression to test the influence of both variables on ROA. The results indicate that revenue has a significant positive effect, while CSR has a significant negative effect on ROA. These findings are expected to guide companies in designing strategies to achieve optimal financial performance.

Keywords : CSR; Sales Revenue; ROA; Company Financial Performance

PENDAHULUAN

Perkembangan jaman globalisasi menuntut ketatnya persaingan bisnis, perusahaan tidak hanya diharapkan untuk mencapai keuntungan semata, namun juga harus memperhatikan bagaimana dalam mencapai keuntungan peran Perusahaan dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial juga menjadi perhatian, yang terlihat dalam kegiatan mereka di masyarakat dan lingkungan. Hal ini sejalan dengan perkembangan paradigma bisnis modern yang memandang perusahaan sebagai entitas yang tidak hanya bertujuan

menciptakan nilai ekonomi bagi perusahaan, tetapi juga berperan dalam menjaga keseimbangan lingkungan sosial dan alam. Dalam konteks ini, Kinerja keuangan perusahaan menjadi indikator penting yang mencerminkan sejauh mana perusahaan berhasil dalam memenuhi harapan pemangku kepentingan. Kinerja keuangan yang baik menjadi tolok ukur yang menunjukkan efisiensi dan efektivitas manajemen perusahaan dalam mengelola sumber daya untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.

Salah satu ukuran kinerja keuangan yang sering digunakan dalam penelitian keuangan adalah Return on Assets (ROA) adalah rasio keuangan yang menunjukkan seberapa baik suatu perusahaan menggunakan asetnya untuk menghasilkan keuntungan (Hutabarat, 2021). Nilai ROA lebih besar karena dapat digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik manajemen mengelola sumber daya perusahaan, dan juga dapat menjadi tolok ukur bagi investor dan pemangku kepentingan. (Hutabarat, 2021)

Untuk meningkatkan ROA, perusahaan perlu mempertimbangkan berbagai faktor yang berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Dua faktor utama yang sering dianggap signifikan dalam konteks ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Sales Revenue*. Pertama, CSR atau Perusahaan berkomitmen untuk meningkatkan masyarakat dan lingkungan sekitar melalui penerapan tanggung jawab sosial (Mustofa & Trisnaningsih, 2022). CSR meliputi berbagai program dan inisiatif yang dirancang untuk mendukung keberlanjutan sosial dan lingkungan, seperti program pemberdayaan masyarakat, kegiatan pelestarian lingkungan, pendidikan, dan kesehatan. CSR bukan hanya sekadar kewajiban perusahaan, tetapi juga dapat meningkatkan persepsi dan reputasi perusahaan di mata pelanggan dan masyarakat umum. Dalam jangka panjang, implementasi CSR yang baik diharapkan dapat membangun loyalitas konsumen, meningkatkan kepercayaan publik, dan mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Kendati demikian, CSR juga memerlukan biaya yang cukup besar, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut untuk melihat apakah penerapan CSR ini memberikan kontribusi positif terhadap kinerja keuangan perusahaan (Hutabarat, 2024).

Di sisi lain, *Sales Revenue* atau pendapatan dari penjualan merupakan salah satu komponen utama yang memengaruhi laba perusahaan. *Sales revenue* mencerminkan seberapa besar perusahaan mampu menarik keuntungan dari penjualan produk atau jasa yang dihasilkannya. Pendapatan yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menarik konsumen dan memenangi pasar, yang pada gilirannya dapat

meningkatkan keuntungan perusahaan. Dengan kata lain, *sales revenue* adalah indikator langsung dari performa pasar perusahaan dan berpotensi besar dalam meningkatkan ROA (Silalahi et al, 2024). Namun, dalam upaya meningkatkan pendapatan, perusahaan juga dihadapkan pada berbagai tantangan seperti persaingan harga, inovasi produk, dan dinamika permintaan konsumen yang memerlukan strategi pemasaran yang tepat.

Sebelumnya, berbagai alasan dapat di buat pelbagai perusahaan untuk menentang CSR, seperti itu adalah buang uang dan dapat membuat laba berkurang, banyak biaya yang diperlukan dan bukan tujuan bisnis yang utama. Meskipun demikian, ada sekitara 92% studi di luar Indonesia membuktikan CSR dapat menghasilkan keuntungan finansial. Namun 6% studi menyatakan sebaliknya, ada kerugian finansial (Margolis et al, 2009; Flammer, 2015; Eccles et al, 2014). Indonesia memiliki perusahaan yang memiliki kepedulian kepada lingkungan dan tindakan social lainnya, dimana itu didapati pada perusahaan Bursa Efek Indonesia yang tergabung di Indeks SRI-KEHATI. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Sales Revenue* terhadap kinerja keuangan perusahaan, khususnya dengan menggunakan indikator *Return on Assets* (ROA). Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menjawab beberapa pertanyaan penting, seperti: Apakah investasi perusahaan dalam program CSR berkontribusi positif terhadap efisiensi kinerja keuangan? Apakah peningkatan sales revenue dapat secara signifikan meningkatkan ROA perusahaan? Oleh karena itu, penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang hubungan antara CSR dan pendapatan penjualan dengan kinerja keuangan. Selain itu, penelitian ini akan memberikan saran praktis bagi perusahaan saat membuat strategi bisnis yang berfokus pada keuntungan dan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitar.

Secara keseluruhan, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dan praktis yang signifikan. Dari sisi akademis, penelitian ini dapat menjadi literatur tambahan mengenai manajemen keuangan dan tanggung jawab sosial perusahaan. Sementara itu, dari sisi praktis, penelitian ini diharapkan dapat membantu para pengambil keputusan di perusahaan untuk memahami pentingnya sinergi antara aspek ekonomi dan sosial, sehingga mereka dapat merancang strategi yang komprehensif dalam rangka meningkatkan kinerja keuangan serta memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan pendekatan yang seimbang ini, perusahaan diharapkan

tidak hanya mampu bersaing di pasar, namun juga dapat berkontribusi positif bagi masyarakat dan menjaga keberlanjutan lingkungan hidup.

TINJAUAN PUTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan mewakili posisi keuangan suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu dalam kaitannya dengan aspek pembiayaan dan penyaluran dana. (Hardian & Asyik, 2016) Menurut Fahmi Irham (Irham, 2020) Kinerja keuangan merupakan suatu bentuk penilaian kinerja suatu perusahaan berdasarkan berbagai aspek keuangan seperti likuiditas, solvabilitas, profitabilitas dan indikator lainnya. Penilaian ini penting untuk memahami posisi keuangan perusahaan dan untuk pengambilan keputusan. Ada dua jenis peringkat yang menjadi dasar penilaian kinerja perusahaan: "kinerja keuangan" dan "kinerja non-keuangan". Manfaat analisis kinerja keuangan sangat penting untuk berbagai pihak yang berhubungan dengan perusahaan, seperti investor, manajemen, dan pemerintah. Manfaat analisis kinerja keuangan sangat beragam dan penting bagi berbagai pemangku kepentingan, terutama dalam pengambilan keputusan strategis dan evaluasi perusahaan. Beberapa manfaat kinerja keuangan diantaranya: Penilaian efisiensi dan Profitabilitas, Dasar Pengambilan Keputusan, Daya saing dan keunggulan kompetitif, dan Transparansi dan akuntabilitas (Kustinah, 2021).

Kinerja keuangan memainkan peran penting sebagai indikator keberhasilan dan kesehatan keuangan suatu perusahaan dan mencakup aspek-aspek seperti likuiditas, profitabilitas, dan solvabilitas. Pemantauan yang tepat memungkinkan manajemen untuk mengidentifikasi risiko sejak dini, memastikan bahwa aset cukup untuk menutupi kewajiban, dan mendukung keputusan strategis seperti alokasi investasi, efisiensi biaya, dan ekspansi bisnis (Aini & Hadiprajitno, 2023; Sapria & Utomo, 2024). Dengan menganalisis metrik keuangan seperti laba atas aset (ROA) dan rasio utang, perusahaan dapat memastikan bahwa langkah yang mereka ambil sejalan dengan tujuan keuangan jangka panjang mereka. Selain itu, kinerja keuangan yang solid menarik minat investor dan kreditor karena mencerminkan stabilitas dan profitabilitas yang menjanjikan. Laporan keuangan yang transparan memperkuat kepercayaan publik serta reputasi pasar. Perusahaan yang konsisten mencapai kinerja finansial yang baik menunjukkan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar, efisiensi pengelolaan sumber daya,

dan keberlanjutan usaha. Hal ini memberikan keunggulan kompetitif dan memastikan kesiapan perusahaan menghadapi tantangan ekonomi, yang menarik investor dan mendukung pertumbuhan jangka panjang (Alfiana et al., 2023). Oleh karena itu, analisis kinerja keuangan berfungsi tidak saja sebagai alat evaluasi tetapi juga sebagai pendorong utama keberlanjutan dan pertumbuhan. Studi ini menyoroti pentingnya analisis menyeluruh terhadap kinerja keuangan sebagai dasar untuk menilai keberlanjutan dan ketahanan jangka panjang suatu perusahaan.

Corporate Social Responsibility dan Kinerja Keuangan

Menurut Phillip Kotler (Nurlaela, 2019; Rachman et al., n.d.), CSR dianggap sebagai tindakan sukarela, yang berarti perusahaan diharapkan untuk melakukannya. Tidak melakukannya bisa berdampak negatif bagi perusahaan itu sendiri. Menurut Dewan Bisnis Dunia untuk Pembangunan Berkelanjutan, CSR bukan hanya masalah sukarela, tetapi juga merupakan langkah penting bagi perusahaan yang bertanggung jawab untuk meningkatkan kualitas hidup. Salah satu fokus utama adalah menjadikan perusahaan sebagai entitas ekonomi yang berkelanjutan, yang dapat menghasilkan keuntungan dalam jangka panjang (Nurlaela, 2019).

Citra positif, meningkatkan hubungan dengan komunitas lokal, dan memastikan keberlanjutan perusahaan, ini merupakan peran CSR (Hutabarat, 2024). Melalui program CSR, perusahaan menunjukkan komitmennya terhadap isu sosial, lingkungan, dan ekonomi yang berdampak positif pada masyarakat. Ini tidak hanya memperkuat kepercayaan konsumen dan menarik investor yang peduli keberlanjutan, tetapi juga meningkatkan daya saing perusahaan di pasar. CSR yang efektif juga membantu membangun loyalitas pelanggan sekaligus mengelola risiko reputasi dan hubungan dengan komunitas, sehingga mencegah konflik atau masalah hukum yang dapat menghambat operasional (Aini & Hadiprajitno, 2023; Sapria & Utomo, 2024).

Di sisi internal, keterlibatan dalam CSR menciptakan dampak positif pada karyawan, seperti meningkatkan kebanggaan, produktivitas, dan keterlibatan mereka dalam perusahaan. Lingkungan kerja yang berlandaskan kepedulian sosial menciptakan budaya yang inklusif dan kolaboratif, meningkatkan stabilitas serta efektivitas tim. Dengan demikian, CSR tidak hanya menjadi alat untuk mencapai keberhasilan finansial tetapi juga sebagai strategi untuk pertumbuhan yang bertanggung jawab dan

berkelanjutan, memberikan manfaat jangka panjang bagi seluruh pemangku kepentingan. (Nurlaela, 2019; Aini & Hadiprajitno, 2023).

Penelitian (Aini & Hadiprajitno, 2023) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dan kinerja keuangan memiliki pengaruh positif yang signifikan. Penelitian (Sapria & Utomo, 2024) menemukan bahwa inisiatif CSR yang efektif dapat meningkatkan nilai perusahaan, yang berdampak baik pada kinerja keuangan. Dengan data dari berbagai industri, penelitian ini menemukan bahwa CSR dan indikator kinerja keuangan seperti Return on Assets (ROA) dan Return on Equity (ROE) memiliki korelasi yang positif. Penelitian (Mukti, 2023) juga mengkonfirmasi pengaruh positif CSR terhadap kinerja keuangan, dengan menunjukkan bahwa perusahaan yang menginvestasikan dalam CSR tidak hanya memperbaiki citra mereka di mata publik tetapi juga meningkatkan keuntungan jangka panjang. Penelitian ini menggunakan data dari periode 2015 hingga 2021 dan menunjukkan konsistensi hasil di berbagai sektor. Hasil penelitian (Pratiwi Winya Nazwir, 2024) menunjukkan bahwa CSR dapat meningkatkan performa keuangan. Dan pada penelitian (Alfiana et al., 2023), CSR dinilai berkontribusi dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Dan rumusan hipotesa yang didapat:

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa penerapan Kinerja keuangan perusahaan sangat dipengaruhi oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR yang baik dapat meningkatkan citra perusahaan di mata publik dan meningkatkan hubungan dengan konsumen dan pemangku kepentingan. (Aini & Hadiprajitno, 2023; Sapria & Utomo, 2024). Namun, terdapat juga temuan yang menunjukkan pengaruh negatif CSR terhadap kinerja keuangan akibat tingginya biaya yang dikeluarkan untuk program sosial dan lingkungan (Hutabarat, 2024). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa, tergantung pada strategi pelaksanaan dan konteks industri yang relevan, CSR dan kinerja keuangan memiliki hubungan yang signifikan, baik dalam bentuk pengaruh positif maupun negatif.

Sales Revenue dan Kinerja Keuangan

Menurut (Harahap, 2018) Pendapatan penjualan atau pendapatan mencakup semua perubahan aset bersih yang dihasilkan dari aktivitas operasi dan aktivitas yang menghasilkan pendapatan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan tidak hanya mencerminkan jumlah uang yang diterima, tetapi seluruh aktivitas yang meningkatkan

nilai perusahaan melalui penjualan produk dan penyediaan jasa (Mira et al, 2024). Definisi ini sesuai dengan pemahaman umum bahwa pendapatan merupakan hasil aktivitas inti perusahaan yang berkontribusi terhadap profitabilitas. Pendapatan juga dapat mencakup uang tunai yang diterima dan piutang yang diperkirakan akan diselesaikan di masa depan.

Pendapatan penjualan memegang peranan penting dalam menjamin kelangsungan operasional dan pertumbuhan jangka panjang suatu perusahaan (Yuliani, 2021). Sebagai indikator utama kesehatan finansial, pendapatan ini mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan pendapatan dari aktivitas inti seperti penjualan produk dan penyediaan layanan. Peningkatan pendapatan menunjukkan kesuksesan bisnis, sementara penurunan bisa mengindikasikan tantangan seperti meningkatnya persaingan atau perubahan preferensi konsumen (Novyarni & Dewi, 2020). Pendapatan penjualan juga menjadi sumber pendanaan utama untuk kegiatan operasional, termasuk membayar gaji, membeli bahan baku, dan menutupi biaya lain. Tanpa pendapatan yang cukup, operasional perusahaan dapat terganggu, sehingga berisiko pada stabilitas finansial. Selain itu, pendapatan penjualan yang tinggi memungkinkan perusahaan mengalokasikan lebih banyak laba untuk reinvestasi, seperti memperluas kapasitas produksi, mengembangkan produk baru, atau berinovasi untuk mempertahankan daya saing. Dari sudut pandang investor dan pemberi pinjaman, pendapatan yang stabil menjadi indikator prospek keuangan yang baik, meningkatkan daya tarik perusahaan untuk investasi dan memudahkan akses kredit dengan persyaratan yang menguntungkan (Riawan & Putri, 2022). Bagi manajemen, pendapatan ini juga merupakan metrik penting dalam mengevaluasi efektivitas strategi bisnis, termasuk pemasaran, distribusi, dan pengembangan produk. Analisis yang tepat atas pendapatan penjualan membantu perusahaan tetap relevan dengan tren pasar dan kebutuhan konsumen, memperkuat posisi perusahaan di pasar, serta mendukung pertumbuhan berkelanjutan (Anjelina, 2020).

Menurut (Yuliani, 2021), penelitian ini menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berperan dalam menaikkan nilai perusahaan di BEI. Menurut (Novyarni & Dewi, 2020) dalam penelitian ini, pertumbuhan penjualan juga ditemukan dapat meningkatkan profitabilitas, karena perusahaan mampu menghasilkan pendapatan yang lebih besar. (Claudia Meygriza Dolontelide & Anneke Wangkar, 2019) menekankan

pentingnya pertumbuhan penjualan dalam meningkatkan nilai perusahaan, yang secara tidak langsung menunjukkan pengaruh terhadap kinerja keuangan. Menurut (Safira Kirana Riawan & Vidiyanna Rizal Putri, 2022) menunjukkan pengaruh *sales revenue* terhadap kinerja keuangan perusahaan disimpulkan sebagai signifikan positif. Ini berarti bahwa peningkatan pendapatan penjualan berhubungan positif dengan perbaikan kinerja keuangan. (Anjelina, 2020) menunjukkan pengaruh *sales revenue* terhadap kinerja keuangan ditemukan signifikan positif, menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan penjualan dapat memperbaiki kinerja keuangan perusahaan. Dan rumusan hipotesa yang didapat:

Sales revenue merupakan salah satu indikator utama kinerja keuangan perusahaan karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menarik konsumen dan memenangkan pasar (Yuliani, 2021). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa peningkatan *sales revenue* secara signifikan berhubungan positif dengan profitabilitas perusahaan, yang pada akhirnya meningkatkan *Return on Assets* (ROA) (Novyarni & Dewi, 2020; Riawan & Putri, 2022). Selain itu, *sales revenue* yang stabil juga dapat memberikan kepastian pendanaan operasional dan memungkinkan reinvestasi untuk pertumbuhan bisnis (Anjelina, 2020). Oleh karena itu, terdapat pengaruh signifikan antara *sales revenue* dan kinerja keuangan perusahaan.(H1)

Corporate Social Responsibility (CSR) tidak hanya berfungsi sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan, tetapi juga sebagai strategi untuk memperkuat citra merek dan membangun loyalitas konsumen (Hutabarat, 2024). Beberapa studi menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan dan berkontribusi positif terhadap kinerja keuangan (Aini & Hadiprajitno, 2023; Sapria & Utomo, 2024). Namun, terdapat pula temuan yang menunjukkan bahwa biaya tinggi untuk implementasi CSR dapat mengurangi efisiensi penggunaan aset, sehingga berdampak negatif pada *Return on Assets* (ROA) (Hutabarat, 2024). Dengan demikian, CSR dan kinerja keuangan memiliki hubungan yang signifikan, baik secara positif maupun negatif, tergantung pada strategi dan efektivitas pelaksanaan program CSR(H2). Dan penelitian ini hendak mencari CSR & Sales Revenue terhadap kinerja keuangan (H3).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini melakukan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk menemukan hubungan antara variabel yang diteliti dan mendapatkan pemahaman yang jelas tentang subjek penelitian. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan hasil penelitian secara rinci dengan menjelaskan variabel-variabel dan faktor-faktor yang terkait. (Ramdhan, 2022). Sementara itu, penelitian kuantitatif, menurut Sugiyono (Sugiyono, 2019) berbasis pada positivisme dan menggunakan alat penelitian untuk mengumpulkan data dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan dan menganalisisnya secara statistik.

Penelitian ini menganalisis hubungan antara praktik CSR (X1) dan pendapatan penjualan (X2) terhadap kinerja keuangan perusahaan (Y) secara statistik agar hasilnya dapat digeneralisasikan. Populasi penelitian mencakup perusahaan yang menerapkan CSR dan terdaftar di BEI, dengan teknik purposive sampling untuk memilih perusahaan yang memiliki data terkait. Melalui pendekatan ini, penelitian bertujuan mengidentifikasi dampak CSR dan pendapatan penjualan terhadap kinerja keuangan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif dan diawasi ketat.

Metode pemilihan sampel purposive, yang mengacu pada tujuan penelitian, digunakan untuk memilih sampel. Teknik ini memastikan bahwa sampel yang dipilih menggambarkan situasi bisnis yang terkait dengan variabel yang diteliti, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang akurat dan mewakili populasi yang lebih luas. Sampel ini memiliki kriteria perusahaan sebagai berikut:

1. Perusahaan di Bursa Efek Indonesia yang terdaftar di Indeks SRI KEHATI
2. Memiliki laporan keuangan yang lengkap selama periode penelitian Tahun 2019-2023
3. Menerbitkan laporan CSR secara berkala.
4. Memiliki data mengenai pendapatan penjualan dan kinerja keuangan yang terukur.

Laporan keuangan tahunan, laporan CSR, dan informasi lainnya dari situs web resmi perusahaan adalah contoh data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini. Variabel pendapatan penjualan dan kinerja keuangan (misalnya ROA atau ROE) diperoleh dari laporan keuangan, sementara data CSR diukur berdasarkan logaritma natural biaya CSR terkait yang membuat biaya CSR dalam bentuk rasio. Lihat Tabel 1.

Variabel operasional

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Hasil penelitian ini membahas dari perhitungan statistic 25 perusahaan yang terdaftar di Indeks SRI-KEHATI, yaitu perusahaan yang memiliki laporan keuangan lengkap dan memiliki laporan CSR secara berkala serta data keuangan terkait penelitian ini pada periode pengamatan.

Dalam tabel 2 Statistik deskriptif untuk variabel yang dianalisis menunjukkan bahwa variabel CSR terdiri dari 125 sampel dengan rata-rata 9,30, standar deviasi 20,30, nilai terkecil 0,00, dan nilai terbesar 100,00. Selanjutnya, variabel REV memiliki jumlah sampel yang sama, yaitu 125, dengan rata-rata 18,07, standar deviasi 4,03, nilai terkecil 0,45, dan nilai terbesar 31,00. Terakhir, variabel ROA menunjukkan rata-rata 0,09, standar deviasi 0,09, nilai minimum -0,04, dan nilai maksimum 0,46 dengan jumlah sampel sebanyak 125. Statistik ini memberikan gambaran tentang distribusi data dari setiap variabel yang digunakan dalam model regresi.

Dalam tabel 3 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan sedang untuk menjelaskan variasi pada variabel terikat ROA. Nilai R, yang menunjukkan korelasi antara variabel independen (REV dan CSR) dan variabel dependen (ROA), adalah 0,42, yang menunjukkan korelasi sedang. Sementara itu, nilai kubik R yang disesuaikan (0,18), yang menunjukkan bahwa variabel REV dan CSR dapat menjelaskan 18% variasi dalam ROA, Rata-rata deviasi prediksi model dari nilai sebenarnya ditunjukkan dengan nilai standar kesalahan estimasi 0,08.

Dalam tabel 4 Uji F Ini digunakan untuk mengevaluasi signifikansi keseluruhan model regresi. Jumlah variasi ROA yang dapat dijelaskan oleh model ditunjukkan dalam bagian "Regression", dengan nilai "Sum of Squares" sebesar 0,13 dan "Mean Square" sebesar 0,06. Bagian "Residual" menunjukkan variasi yang tidak dapat dijelaskan oleh model (error), dengan nilai "Sum of Squares" sebesar 0.59 dan "Mean Square" sebesar 0.01. Jumlah variasi ROA secara keseluruhan adalah 0.72, dengan nilai *F* sebesar 9.08 dan nilai *Sig.* (p-value) 0.000, menunjukkan bahwa model regresi ini secara keseluruhan signifikan pada tingkat kepercayaan 95%, yang berarti bahwa variabel independen (REV dan CSR) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ROA. Dengan demikian, H3 diterima bahwa ada pengaruh yang signifikan antara pelaksanaan CSR dan *Sales revenue* terhadap kinerja keuangan pada perusahaan di Indeks SRI-KEHATI.

Dalam Tabel 5 menyajikan koefisien regresi untuk setiap variabel dalam model, yang menggambarkan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (ROA). Nilai intersep (Constant) adalah -0,02, tetapi tidak signifikan (Sig. = 0,682), sehingga tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam model. Dengan nilai t 3,93 dan koefisien variabel REV 0,03, yang signifikan (Sig. = 0,000), ini menunjukkan bahwa peningkatan satu unit pada REV akan diikuti dengan peningkatan ROA sebesar 0,03. Dengan demikian H2 diterima bahwa ada pengaruh yang signifikan antara pelaksanaan *Sales Revenue* terhadap kinerja keuangan pada perusahaan di Indeks SRI-KEHATI. Sebaliknya, koefisien variabel CSR adalah -0,07 dengan nilai t sebesar -2,49 dan signifikan (Sig. = 0,015), menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit pada CSR akan menyebabkan penurunan ROA sebesar 0,07, dengan pengaruh yang juga signifikan. Hal ini menunjukkan H1 diterima bahwa ada pengaruh yang signifikan antara pelaksanaan CSR terhadap kinerja keuangan pada perusahaan di Indeks SRI-KEHATI.

Pembahasan

Menurut hasil analisis regresi penelitian, *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Ini diukur dengan Return on Assets (ROA). CSR memiliki koefisien regresi -0,07, nilai t -2,49, dan nilai p -value 0,015. Hasilnya menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam pengeluaran atau aktivitas layanan pelanggan (CSR) berkorelasi dengan penurunan nilai aset (ROA) sebesar 0,07. Ini menunjukkan bahwa, meskipun layanan pelanggan (CSR) dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan menciptakan hubungan yang baik dengan pemangku kepentingannya, biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan CSR dapat menyebabkan penggunaan aset perusahaan menjadi kurang efisien, yang pada gilirannya mengakibatkan penurunan nilai aset (ROA).

Sebaliknya, variabel *sales revenue* menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Koefisien regresi untuk *sales revenue* adalah 0,03, dengan nilai t sebesar 3,93 dan tingkat signifikansi (p -value) 0,000. Ini berarti bahwa setiap peningkatan satu unit dalam pendapatan penjualan terkait dengan peningkatan ROA sebesar 0,03. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan pendapatan penjualan secara langsung berkontribusi pada peningkatan kinerja keuangan perusahaan, mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menarik konsumen dan menghasilkan

laba dari aktivitas operasional. Secara keseluruhan, model regresi yang digunakan menjelaskan variasi ROA sebesar 18 % melalui CSR dan penjualan keuntungan, dengan sisa 82 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian.

KESIMPULAN

Menurut penelitian ini, CSR dan pendapatan penjualan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Meskipun CSR cenderung menurunkan efisiensi penggunaan aset dalam jangka pendek, keberadaan program CSR tetap penting untuk memperkuat citra dan keberlanjutan perusahaan. Hasil ini menyoroti pentingnya keseimbangan antara upaya meningkatkan pendapatan dan investasi dalam tanggung jawab sosial perusahaan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan dan peneliti di masa depan. Untuk perusahaan, disarankan agar mengadopsi pendekatan CSR yang lebih strategis dan berkelanjutan, yang tidak hanya mengutamakan kepatuhan tetapi juga upaya yang menciptakan nilai tambahan bagi komunitas dan perusahaan. Menggabungkan program CSR dengan kegiatan inti perusahaan dapat mengurangi efek negatif dari aset dan meningkatkan citra perusahaan. Selain itu, perusahaan perlu menyeimbangkan pengeluaran untuk CSR dengan strategi efisiensi operasional guna meminimalkan dampaknya terhadap ROA. Pemanfaatan teknologi dan inovasi dalam pelaksanaan program CSR dapat membantu mengurangi biaya dan meningkatkan dampak positif jangka panjang. Fokus yang terus-menerus pada pengembangan strategi pemasaran dan inovasi produk juga penting untuk menjaga pertumbuhan pendapatan yang signifikan, mengingat pengaruh positifnya terhadap kinerja keuangan.

Untuk peneliti selanjutnya, investasi dalam teknologi atau pendekatan manajemen risiko untuk mendapatkan pemahaman lebih lanjut disarankan untuk memasukkan faktor lain yang mungkin mempengaruhi kinerja keuangan, seperti ukuran perusahaan, untuk mendapatkan lebih banyak informasi tentang komponen yang berkontribusi pada kinerja keuangan perusahaan. Selain itu, penelitian di masa depan dapat mencakup berbagai sektor industri dan memperpanjang periode analisis, sehingga hasil yang diperoleh dapat digeneralisasi dengan lebih luas. Peneliti juga disarankan untuk mempertimbangkan dampak jangka panjang CSR terhadap kinerja keuangan,

mengingat manfaat CSR sering kali baru terlihat setelah periode yang lebih lama. Dengan demikian, saran-saran ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kinerja keuangannya sambil tetap menjalankan tanggung jawab sosial yang optimal, serta memberikan panduan bagi penelitian lebih lanjut untuk mengeksplorasi topik seru.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, S., & Hadiprajitno, P. (2023). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN YANG DIMEDIASI OLEH REPUTASI DAN KINERJA INOVASI PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2015-2019). 12, 15.
- Alfiana, Suwandi NG, Natalia Reyne Lumentah, Samuel PD Anantadjaya, & Sabil. (2023). DAMPAK CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY(CSR) DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN. Jurnal Darma Agung, 31, 353–361.
- Anjelina. (2020). PENGARUH PRAKTIK TATA KELOLA PERUSAHAAN PADA KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN. Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology, 1.
- Claudia Meygriza Dolontelide & Anneke Wangkar. (2019). PENGARUH SALES GROWTH DAN FIRM SIZE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. EMBA, 10.
- Eva Yuliani. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Kinerja Keuangan. 10(2), 111–122.
<https://doi.org/10.32502/jimn.v10i2.3108>
- Harahap. (2018). Teori Akuntansi (Edisi Revisi 2011) (14th ed.). Bumi Aksara.
- Hardian, A. P., & Asyik, N. F. (2016). KINERJA KEUANGAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN, CSR SEBAGAI VARIABEL MODERASI. Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA), 5(9).
<https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/409>
- Irham, F. (2020). Analisis laporan keuangan. Alfabeta.
- Kustinah, S. (2021). KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN DI BURSA EFEK INDONESIA SELAMA MASA PANDEMI COVID-19. 2.
- Mustofa, A. W., & Trisnaningsih, S. (2022). STUDI LITERATUR: URGENSI PENERAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAM PERUSAHAAN. JIMEA, 6(2).
- Nelli Novyarni & MeylawatiDewi. (2020). Pengaruh Sales Growth, Leverage, Operating Capacity Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Prediksi Kesulitan Keuangan. Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA), 1, 17.
- Pratiwi Winya Nazwir. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Financial Slack terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. Jurnal Maksipreneur, 13, 670–683.
- Rachman, N. M., Efendi, A., & Wicaksana, E. (n.d.). PANDUAN LENGKAP PERENCANAAN CSR. Penebar Swadaya Grup.
- Ramdhan, D. M. R., S. Pd. (2022). Metode Penelitian. Cipta Media Nusantara.

- Safira Kirana Riawan & Vidiyanna Rizal Putri. (2022). Kinerja Keuangan, Inventory Intensity dan Sales Growth Mempengaruhi Penghindaran Pajak pada Perusahaan Ritel Go Public Periode 2014-2018. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 18, 89–98.
- Sapria, S., & Utomo, D. (2024). PENGARUH CSR TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN DAN EMPLOYEE TURNOVER (Studi Empiris pada Perusahaan-perusahaan yang Mengungkapkan Laporan Keberlanjutan menggunakan Kerangka GRI dan Terdaftar di BEI Tahun 2020-2022). 13, 15.
- Sugiyono, S. (2019). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R dan D (2nd ed.). Alfabeta.
- Yandria Dharma Mukt. (2023). Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Energi yang Terdaftar di BEI Tahun 2019-2021.
- Yuliani, E. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal JIMN*, 10(2), 111–122. <https://doi.org/10.32502/jimn.v10i2.3108>.

GAMBAR, GRAFIK, TABEL

Tabel 1. *Variabel operasional*

Variabel	Sumber	Ukuran
CSR	Laporan Keuangan	Log Natural Biaya CSR
<i>Sales Revenue</i>	Laporan Keuangan	Jumlah Pendapatan Penjualan
Kinerja Keuangan	Laporan Keuangan	$Return\ on\ Asset = \frac{Net\ income}{total\ Asset}$

Tabel 2. *Descriptive*

Variable	N	Mean	Std.Dev	Minimum	Maximum
CSR	125	9.30	20.45	0.00	100.00
REV	125	18.07	9.40	0.45	31.06
ROA	125	0.09	0.09	-0.04	0.46

Tabel 3. *Koefisien Determinasi*

R	R Square	Adjusted R Square	Std, Error of the Estimate
0.42	0.18	0.16	0.08

Tabel 4. *Uji F*

Source	Sum of Sq	df	Mean Sq	F	Sig.
Regr.	0.13	2	0.06	9.08	.000
Resi.	0.59	84	0.01		
Total	0.72	86			

Tabel 5. *Regresi*

Variable	B	Std. Error	t	Sig.
(Constant)	-0.02	0.04	-0.41	.682
REV	0.03	0.01	3.93	.000
CSR	-0.07	0.03	-2.49	.015