



Pengaruh *corporate social responsibility disclosure* terhadap kinerja keuangan dengan reputasi sebagai variabel moderasi

Fidela Raniah Sawity^{1*}, Arumega Zarefar², Mayla Khoiriyah^{3*}, Raja Adri Satriawan Surya⁴, Atika Zarefar⁵, Ulfa Afifah⁶, Sinta Ramaiyanti⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau, Indonesia

DOI: <https://doi.org/10.24123/jati.v17i2.6641>

Abstract

This study aims to determine the effect of corporate social responsibility disclosure (CSR) on firm financial performance with corporate reputation as a moderation variable. It focuses on primary and secondary sector companies listed on the IDX in 2014-2022. The dependent variable is firm financial performance, measured using return on assets (ROA). The independent variable, corporate social responsibility disclosure, is measured using the GRI G4. The corporate reputation as moderation variable is measured using the number of awards obtained by the company. The control variables used are company size, leverage, and cash flow. The sampling technique used purposive sampling and obtained as many as 143 companies. This research uses quantitative data, and the method used is regression analysis using the STATA application. The results of this study show that CSR has a significant positive effect on firm financial performance. These findings provide practical guidelines for companies, stating that it is essential for a company to implement CSR practices and have a good impact on the company's financial performance, thereby guiding companies in their CSR initiatives.

Keywords: Corporate Reputation; Corporate Social Responsibility Disclosure; Financial Performance.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan reputasi perusahaan sebagai variabel moderasi. Penelitian ini berfokus pada perusahaan sektor primer dan sekunder yang terdaftar di BEI pada tahun 2014-2022. Variabel dependen yaitu *firm financial performance* diukur menggunakan *return on asset* (ROA). Variabel independen, CSR diukur menggunakan standar GRI G4. *Corporate reputation* sebagai variabel moderasi diukur menggunakan jumlah penghargaan yang diperoleh perusahaan. Variabel kontrol yang digunakan yaitu ukuran perusahaan, leverage, dan cashflow. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan diperoleh sebanyak 143 perusahaan. Metode pengolahan data menggunakan analisis regresi menggunakan aplikasi STATA. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap *firm financial performance*. Hasil penelitian ini bermanfaat secara praktik untuk menjadi pedoman bagi perusahaan bahwa pentingnya bagi sebuah perusahaan untuk mengimplementasikan praktik CSR dan memberikan dampak yang baik bagi kinerja keuangan perusahaan.

Kata kunci: Kinerja Keuangan; Pengungkapan CSR; Reputasi Perusahaan.

Riwayat artikel

Artikel masuk : 5 Juli 2024

Artikel direvisi : 17 September 2024

Artikel diterima : 24 September 2024

*Email korespondensi: mayla.khoiriyah@lecturer.unri.ac.id

Sawity, F.R., Zarefar, A., Khoiriyah, M., Surya, R.A.S., Zarefar, A., Afifah, U., & Ramaiyanti, S. (2024). Pengaruh corporate social responsibility disclosure terhadap kinerja keuangan dengan reputasi sebagai variabel moderasi. *Akuntansi dan Teknologi Informasi*, 17(2), 238-251. <https://doi.org/10.24123/jati.v17i2.6641>

PENDAHULUAN

Secara umum tujuan perusahaan dalam mengelola operasionalnya adalah untuk meningkatkan keuntungan, meningkatkan nilai perusahaan, dan meningkatkan kesejahteraan para pemangku kepentingannya. Tujuan-tujuan ini dapat dicapai dengan meningkatkan efisiensi bisnis. Laporan tahunan diberikan kepada *stakeholder* oleh manajemen perusahaan untuk mendapatkan gambaran tentang *firm financial performance*. *Firm financial performance* adalah hasil atau prestasi yang telah dicapai oleh manajemen perusahaan dalam menjalankan fungsinya mengelola aset perusahaan secara efektif selama periode tertentu. Hal ini sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk mengetahui dan mengevaluasi sampai dimana tingkat keberhasilan perusahaan berdasarkan aktivitas keuangan yang telah dilaksanakan (Rudianto, 2013). Ketika Perusahaan berjalan dengan baik maka investor akan tertarik untuk menginvestasikan uangnya pada perusahaan tersebut.

PT Barito Pacific Tbk (BRPT) salah satu perusahaan yang belum mempublikasikan laporan keuangan semester satu tahun 2022, sedangkan seluruh perusahaan yang tergabung dalam indeks LQ45 sudah mengungkapkan kinerja keuangan semester satu pada tahun tersebut. Pada semester pertama, sebagian besar emiten di indeks LQ45 mampu menunjukkan pertumbuhan kinerja. Namun beberapa emiten mengalami penurunan pendapatan. Misalnya, PT Semen Indonesia Tbk (SMGR) melaporkan pendapatan sebesar Rp 15,88 triliun, turun 2,03% dibandingkan Rp 16,21 triliun pada periode yang sama tahun sebelumnya. Meski demikian, pada semester I 2021, laba yang dapat diatribusikan kepada pemilik induk SMGR naik menjadi Rp828,76 miliar dari Rp794,12 miliar. Maximilianus Nico Demus, *Associate Director* Riset dan Investasi Pilarmas Investindo Sekuritas, mengatakan krisis pangan dan energi menjadi salah satu faktor penyebab turunnya kinerja sebagian emiten LQ45. Dimana adanya perubahan iklim dan cuaca yang ada di Indonesia saat ini membuat beberapa perusahaan besar mengalami kegagalan dalam kegiatan operasional maupun memproduksi barang yang akan dihasilkan (kontan.co.id). Berdasarkan fenomena tersebut, secara teori terdapat penyebab yang mempengaruhi *Firm Financial Performance*, salah satu penyebabnya terkait dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Menurut penelitian Bernall-Cornesa et al. (2017) yang terletak di taman sains dan teknologi Spanyol, tingkat *Firm Financial Performance* ditemukan sangat dipengaruhi oleh *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Ting et al., (2018), menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility Disclosure* yang terkait dengan kebijakan lingkungan merugikan *Firm Financial Performance* berbasis akuntansi pada

perusahaan yang mempunyai hak kendali berlebih yang tinggi. Pengungkapan keberlanjutan meningkatkan nilai Perusahaan karena *stakeholder* tidak hanya fokus pada informasi keuangan, tetapi juga informasi non-keuangan. Sehingga, semakin tinggi pengungkapan keberlanjutan, semakin menarik minat *stakeholder* untuk membeli produk yang dihasilkan perusahaan.

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang tidak konsisten, maka penelitian ini menambahkan variabel moderasi. Menurut Ghozali (2018), variabel moderasi merupakan variabel bebas (independen) yang akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen lainnya terhadap variabel dependen. Maka variabel moderasi yang digunakan adalah reputasi perusahaan. Menurut Bahta (2021), Reputasi perusahaan didefinisikan sebagai penilaian suatu organisasi atau perusahaan bisnis oleh pemangku kepentingan dalam hal kekaguman serta pengetahuan yang mereka miliki. Dengan kata lain, Reputasi bisnis adalah salah satu sumber daya yang paling berharga dan dianggap sebagai aset tidak berwujud yang membedakan satu perusahaan dengan perusahaan lainnya.

Adanya hasil empiris yang bertentangan dari penelitian sebelumnya, maka perlu untuk memasukkan reputasi perusahaan dalam penelitian ini sebagai variabel moderasi. Penelitian ini memiliki rentang waktu yang lebih panjang yaitu selama sembilan tahun dari tahun 2014 - 2022. Sektor primer dan sekunder yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) menjadi fokus penelitian yang dilakukan di Indonesia ini. Penelitian ini berkontribusi dengan memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh tentang bagaimana praktik Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) berdampak pada kinerja keuangan perusahaan dalam konteks bisnis yang sangat spesifik karena cakupan waktunya yang lebih panjang dan fokus pada perusahaan sektor primer dan sekunder di Indonesia. Hal ini dapat memberikan wawasan baru yang berharga bagi pemangku kepentingan, termasuk perusahaan, pemerintah, dan masyarakat, dalam upaya kegiatan Pelaporan CSR di perusahaan sektor primer dan sekunder yang ada di Indonesia.

TELAAH TEORETIS

Teori Stakeholder

Freeman (1984) mengklaim bahwa *Stanford Research Institute* (SRI) menciptakan istilah "pemangku kepentingan" pada tahun 1963. Pemangku kepentingan digambarkan sebagai "kelompok yang tanpa dukungannya suatu organisasi tidak akan ada lagi". Ini adalah definisi dasarnya, artinya pemangku kepentingan adalah kelompok yang mendukung kelangsungan hidup suatu organisasi (Freeman, 1984). Model teoritis didasarkan pada teori *stakeholder*, dimana pengungkapan lingkungan, sumber daya manusia, produk, dan konsumen menjadi faktor

penentu dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dipandang sebagai variabel independent (Malik *et al.*, 2018).

Teori ini mendukung pengambilan keputusan strategis dan menetapkan tingkat yang berbeda untuk mengukur kinerja sosial perusahaan dengan membedakan antara isu-isu sosial dan kekhawatiran pemangku kepentingan. Teori pemangku kepentingan telah menunjukkan bahwa kemampuan organisasi untuk mencapai keseimbangan antara tujuan non-ekonomi dan ekonomi merupakan faktor kunci dalam menentukan kemampuannya untuk sukses dan bertahan di pasar (Usman *et al.*, 2015).

Firm Financial Performance

Kinerja keuangan perusahaan menurut Putri *et al.* (2022) mengacu pada kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan menjalankan aktivitasnya secara efisien dalam jangka waktu yang lama. Tanpa dukungan dari berbagai pemangku kepentingan, organisasi tidak dapat bertahan dalam lingkungan yang kompetitif dan global ini. Di sisi lain, pemangku kepentingan diasumsikan telah menyelidiki dan menganalisis kesehatan keuangan perusahaan sebelum mengambil keputusan keuangan dan investasi (Bag *et al.*, 2022). Untuk menunjukkan kondisi keuangan perusahaan, penting untuk memastikan kinerja keuangan perusahaan dalam periode akuntansi tertentu. Dengan memanfaatkan berbagai analisis, analisis kinerja keuangan dirancang untuk menciptakan gambaran keuangan yang secara akurat mewakili kinerja perusahaan saat ini dan potensi kinerja masa depan.

Kinerja keuangan diartikan sebagai ukuran pencapaian suatu perusahaan dan mewakili posisi sehatnya pada suatu titik waktu tertentu. Beberapa ukuran kinerja yang umum digunakan seperti ROA, ROE, dan ROS (Bag *et al.*, 2022). *Return On Assets* (ROA) menjadi subjek utama analisis metrik kinerja keuangan perusahaan pada penelitian ini. Pengembalian aset (ROA) adalah metrik yang digunakan untuk menilai seberapa menguntungkan suatu bisnis dalam memanfaatkan asetnya. Mencari tahu seberapa baik suatu bisnis menggunakan sumber dayanya dan mengelola operasinya adalah tujuan utama analisis margin keuntungan (Wicaksono, 2019).

Corporate Social Responsibility Disclosure

Howard R. Bowen pertama kali memperkenalkan gagasan tanggung jawab sosial perusahaan pada tahun 1953. Gagasan ini menguraikan tugas perusahaan untuk menerapkan keputusan dan kebijakan yang selaras dengan tujuan dan cita-cita yang ingin dijunjung masyarakat (Putri dan Rosdiana, 2022). Sedangkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) diartikan oleh Wibisono (2007:7) dalam bukunya “Membedah Konsep dan Penerapan CSR”

sebagai komitmen dunia usaha untuk bertindak secara moral dan meningkatkan taraf hidup karyawan dan keluarganya. sekaligus memberikan kontribusi kembali kepada komunitas lokal dan komunitas yang lebih besar yaitu *stakeholder*. *Stakeholder* mengetahui informasi keberlanjutan melalui informasi yang diungkapkan perusahaan di laporan tahunan atau laporan keberlanjutan. Berbagai definisi CSR ini mengandung konsep yang sama, disempurnakan oleh ISO 26000.

Reputasi Perusahaan

Islam *et al.* (2021) menyatakan bahwa reputasi perusahaan merupakan aset tidak berwujud yang dapat menghasilkan sejumlah manfaat, seperti peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan, harga premium yang tinggi, dan keunggulan kompetitif. Peningkatan *Firm Financial Performance* perusahaan merupakan kebutuhan mendesak untuk menjamin kelangsungan usaha yang berkelanjutan. Reputasi perusahaan diukur melalui penghargaan yang diterima berdasarkan kategori. Maaloul *et al.* (2023) mengatakan bahwa reputasi perusahaan yang baik hanya dapat dicapai melalui perilaku etis terhadap isu lingkungan hidup. Ada dua komponen reputasi perusahaan yaitu manfaat bagi perusahaan dan penilaian terhadap atribut organisasi. Yang pertama mengukur seberapa besar orang berpikir positif terhadap suatu organisasi karena sifat-sifat tertentu. Yang terakhir ini menunjukkan sejauh mana suatu perusahaan diakui secara luas oleh industrinya secara keseluruhan (Leiva *et al.*, 2016). Secara keseluruhan, reputasi suatu perusahaan dalam segala aspek berperan penting, tidak hanya tumbuh secara komersial, namun juga memberikan kontribusi positif kepada masyarakat di sekitarnya. Dengan kata lain reputasi perusahaan adalah evaluasi dari kualitas perusahaan (Pham *et al.*, 2020).

Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure terhadap Firm Financial Performance

Corporate Social Responsibility Disclosure memiliki peran penting dalam mencerminkan upaya perusahaan dalam menjalankan praktik CSR. Perusahaan menunjukkan dedikasinya terhadap tanggung jawab sosial secara tidak sengaja ketika mereka memberikan penjelasan terbuka mengenai inisiatif lingkungan dan sosial yang mereka lakukan. Dengan demikian, pendekatan proaktif suatu perusahaan dalam memberikan pengaruh yang baik dapat tercermin dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaannya, terutama ketika perusahaan melebihi harapan pemangku kepentingan dengan inisiatif yang berdampak lebih besar.

Ketika perusahaan mampu mengomunikasikan inisiatif CSR mereka dengan jelas dan

meyakinkan, hal ini dapat menciptakan persepsi positif di kalangan pemangku kepentingan. *CSR Disclosure* di perusahaan mencerminkan komitmen untuk memberikan kesan berbuat baik, yang dapat berdampak pada *Firm Financial Performance* dan mendukung pencapaian tujuan keuangan mereka. Secara keseluruhan, *Corporate Social Responsibility Disclosure* menjadi alat penting dalam membangun kepercayaan dan keterlibatan pemangku kepentingan. Dengan memenuhi atau bahkan melampaui harapan pemangku kepentingan, perusahaan tidak hanya menciptakan dampak positif dalam masyarakat dan lingkungan, tetapi juga memperkuat dasar reputasinya. Dengan demikian, pengungkapan CSR bukan hanya tentang memenuhi persyaratan regulasi, namun, ini juga merupakan taktik yang dapat menguntungkan bisnis dengan memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan.

H₁: *Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh terhadap kinerja keuangan

Reputasi Perusahaan Memoderasi Corporate Social Responsibility Disclosure terhadap Firm Financial Performance

Salah satu faktor terpenting yang menghubungkan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dan kinerja keuangan perusahaan adalah reputasi bisnis, yang merupakan sumber daya tidak berwujud. CSR berfungsi sebagai metode tindakan dalam situasi ini yang berdampak lebih dari sekedar kelompok kepentingan, tetapi juga secara signifikan meningkatkan reputasi perusahaan. Adanya hubungan yang erat antara CSR dan kinerja bisnis termanifestasi melalui pengaruh positif yang dihasilkan oleh CSR terhadap persepsi kelompok kepentingan. Ketika perusahaan secara aktif terlibat dalam inisiatif CSR, ini menciptakan persepsi positif di kalangan kelompok kepentingan, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan reputasi.

Namun, pentingnya membangun reputasi tidak hanya berkaitan dengan implementasi program *Corporate Social Responsibility Disclosure*, melainkan juga membutuhkan upaya komunikasi yang efektif. Perusahaan perlu secara proaktif berkomunikasi dengan masyarakat mengenai kegiatan *Corporate Social Responsibility Disclosure* yang telah dilaksanakan. Inisiatif *Corporate Social Responsibility Disclosure* yang terintegrasi dengan baik dapat menciptakan nilai jangka panjang, dengan bukti empiris yang menunjukkan bahwa reputasi perusahaan yang baik memiliki korelasi positif dengan kinerja keuangan yang kuat. Pentingnya reputasi sebagai sumber daya tak berwujud tidak dapat diabaikan, karena reputasi perusahaan yang ditingkatkan membawa manfaat jangka panjang.

Dari sudut pandang teori *stakeholder*, efek mediasi reputasi perusahaan terhadap hubungan antara CSR dan kinerja perusahaan menjadi jelas. Reputasi perusahaan berfungsi sebagai perantara yang sah dalam menyusun keseimbangan positif antara tindakan tanggung

jawab sosial dan hasil keuangan. Oleh karena itu, memahami kompleksitas dan dinamika interaksi antara CSR, reputasi, dan kinerja menjadi esensial dalam konteks pemahaman teoritis dan praktis mengenai peran sumber daya tak berwujud dalam dunia bisnis.

H₂: Reputasi perusahaan memperkuat hubungan antara *Corporate Social Responsibility Disclosure* dan kinerja keuangan

METODE

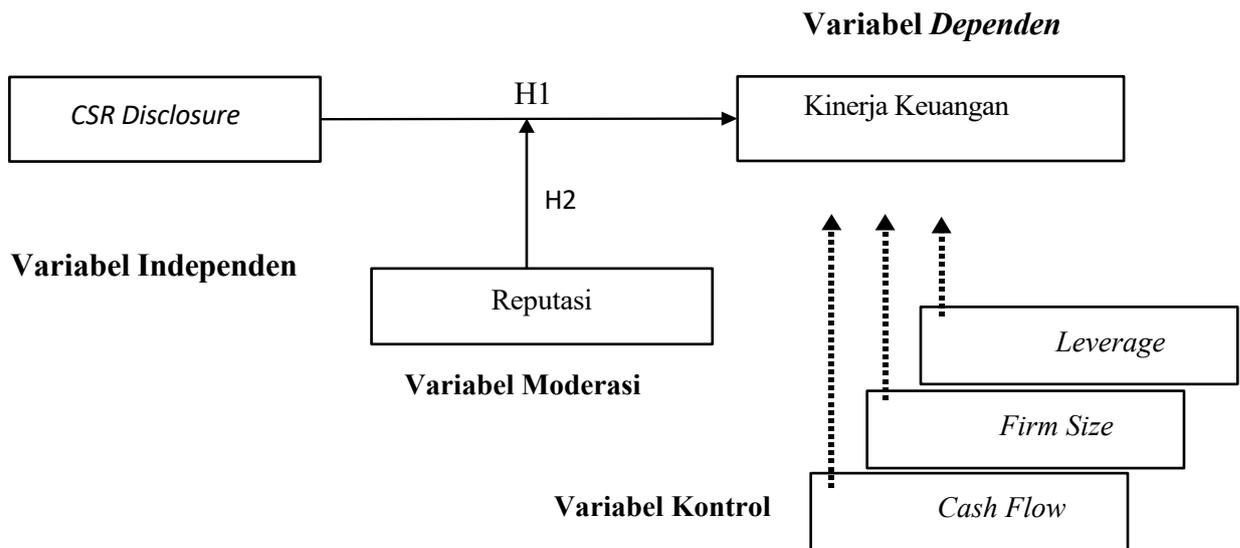
Populasi, Jenis dan Sumber Data

Populasi penelitian ini adalah semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) antara tahun 2014 dan 2022. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data sekunder merupakan informasi yang diperoleh dari data yang telah dikeluarkan sebelumnya. Penelitian ini menggunakan data laporan tahunan yang dikumpulkan dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI). Dua kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor industri primer dan sekunder yang terdaftar di BEI tahun 2014-2022 dan memiliki data lengkap. Berdasarkan kriteria yang ditetapkan didapatkan sebesar 1.162 sampel.

Teknik Pengumpulan Data

Metode dokumentasi berfungsi sebagai strategi pengumpulan data untuk memperoleh informasi yang akan diteliti keakuratan dan kegunaannya dalam kaitannya dengan masalah penelitian. Metode dokumentasi adalah suatu teknik pengumpulan data dimana peneliti mengumpulkan dan meneliti berbagai catatan atau arsip yang berkaitan dengan topik penelitian. Informasi yang diperoleh dari catatan atau catatan tertulis. Data sekunder digunakan dalam penelitian ini, dapat ditemukan pada website masing-masing perusahaan atau pada laporan tahunan yang bersumber dari Bursa Efek Indonesia (BEI).

Return on Assets (ROA) berfungsi sebagai pengukuran untuk variabel dependen. Pengukuran variabel independen dalam penelitian ini yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan dengan menggunakan indeks GRI-G4. Adapun pengukuran untuk variabel moderasi reputasi menggunakan penghargaan (*awards*) yang diperoleh masing-masing perusahaan setiap tahunnya berdasarkan kategori lingkungan, energi, sumber daya manusia, keamanan dan inovasi produk, pengembangan masyarakat dan emisi. *Leverage* diwakili oleh rasio utang terhadap total aset, sedangkan ukuran perusahaan ditentukan oleh logaritma natural kapitalisasi pasar.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

HASIL DAN PEMBAHASAN

Prosedur analisis data panel pada penelitian ini menggunakan *software* STATA dan model regresi data panel. Hasil analisis mencakup tabel uji statistik deskriptif, diikuti dengan pengujian multikolinearitas untuk melihat keterkaitan antar variabel *independent* dan pengujian hipotesis. Hasil pengujian statistik deskriptif disajikan pada Tabel 1.

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Return on Asset (ROA) digunakan sebagai proksi untuk variabel dependen kinerja keuangan perusahaan, sebagaimana ditentukan oleh uji statistik deskriptif yang ditunjukkan pada tabel. Terlihat nilai ROA tertinggi sebesar 52,66 dan terendah -87,08; rata-rata nilai ROA sebesar 2,741.

Tabel 1. Uji Statistik Deskriptif

<i>Variable</i>	<i>Obs</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Dev.</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>
ROA	1162	2,741	10,122	-87,08	52,66
CSR DISCLOSURE	1162	72,398	54,057	0	316
CR	1162	1,092	1,121	0	6
SIZE	1162	19,373	1,518	15,326	23,992
LEVERAGE	1162	4.562,716	4.754,798	0,089	36.369,186
PriceCashFlow	1162	-107,698	3.858,537	-131.312,08	3.130,464

Data mengenai variabel independen Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan menunjukkan bahwa pada perusahaan yang bergerak di sektor primer dan sekunder yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) antara tahun 2014 hingga 2022, rata-rata nilai Pengungkapan CSR adalah 72.398. Nilai pengungkapan CSR tertinggi sebesar 316, dan nilai pengungkapan CSR terendah sebesar 0. Variabel reputasi bisnis mempunyai nilai rata-rata sebesar 1,092 menurut pengujian statistik deskriptif, dengan nilai reputasi perusahaan tertinggi sebesar 6 dan nilai reputasi perusahaan terendah sebesar 0. Sedangkan variabel kontrol *leverage* menampilkan nilai *leverage* perusahaan dengan nilai ukuran perusahaan tertinggi sebesar 36.369.186 dan nilai *leverage* terendah sebesar 0,089, variabel kontrol ukuran perusahaan (*SIZE*) menampilkan nilai rata-rata sebesar 19.373 dengan nilai ukuran perusahaan tertinggi sebesar 23.992 dan nilai ukuran perusahaan terendah sebesar 15,326. Variabel arus kas harga menunjukkan rata-rata nilai arus kas sebesar -107,698, dengan nilai arus kas maksimum sebesar 3.130,464 dan nilai arus kas terendah sebesar -131312.08. Standar deviasi ukuran perusahaan sebesar 4.754,798.

Hasil Uji Multikolinearitas

Penelitian ini menggunakan metode *pairwise correlation* untuk menilai risiko multikolinearitas dan menguatkan tidak adanya multikolinearitas antar variabel pada setiap model regresi. Tabel 2 menyajikan matriks *pairwise correlation* untuk setiap variabel yang terdapat dalam analisis regresi. Hasil uji *pairwise correlation* memperlihatkan koefisien korelasi setiap variabel dengan nilai lebih kecil dari 0,9 ($\rho < 0.9$) sehingga tidak ditemukan korelasi yang tinggi antar variabel penelitian dan tidak terdapat masalah multikolinearitas yang mungkin memengaruhi temuan hasil penelitian.

Tabel 2. Pairwise Correlation

<i>Variables</i>	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
(1) <i>ROA</i>	1,000					
(2) <i>CSR_DISCLOSURE</i>	0,099*	1,000				
(3) <i>CR</i>	0,177*	0,212*	1,000			
(4) <i>SIZE</i>	0,110*	0,333*	0,340*	1,000		
(5) <i>LEVERAGE</i>	-0,151*	-0,052	-0,100*	-0,159*	1,000	
(6) <i>PriceCashFlow</i>	0,016	0,015	0,002	0,020	-0,031	0,000

Keterangan: *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis *Ordinary Least Square* penelitian yang telah diajukan dilakukan dengan menggunakan dengan aplikasi STATA *Software* sebagai mana dipaparkan dalam Tabel



3. Pada model (1) dan model (2) menunjukkan nilai koefisien *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRSD) masing-masing senilai 0.016 dan 0.015 sehingga berpengaruh signifikan dengan tingkat signifikansi 1% terhadap *Firm Financial Performance* (FFP). Sedangkan pada model (3) menunjukkan bahwa pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSRSD) terhadap kinerja keuangan perusahaan (FFP) signifikan pada tingkat signifikansi 10%, dengan nilai koefisien sebesar 0,013. Ketiga model tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan dan menerbitkan *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRSD) dengan terbuka dan konsisten akan meningkatkan skor *Firm Financial Performance* (FFP) perusahaan itu sendiri dibandingkan dengan perusahaan yang tidak melakukan *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRSD).

Model (2) dan model (3) menunjukkan bahwa variabel *Corporate Reputation* (CR) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *Firm Financial Performance* (FFP), namun nilai koefisien interaksi sebesar 0.001 antara *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRSD) dan *Corporate Reputation* (CR) menunjukkan pengaruh yang positif namun tidak signifikan sehingga *Corporate Reputation* (CR) tidak memperkuat hubungan positif antara keberadaan *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRSD) terhadap peningkatan skor *Firm Financial Performance* (FFP).

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis ROA

Variabel	(1) Model 1	(2) Model 2	(3) Model 3
Intercept	-0,959 (-0,137)	0,351 (0,050)	0,396 (0,056)
CSR_DISCLOSURE	0,016*** (2,827)	0,015*** (2,720)	0,013* (1,652)
SIZE	-0,090 (-0,341)	-0,176 (-0,662)	-0,172 (-0,655)
LEVERAGE	-0,000*** (-5,776)	-0,000*** (-5,355)	0,000*** (-5,367)
Price Cash Flow	0,000*** (6,758)	0,000*** (6,641)	0,000*** (6,548)
CR		0,451	0,340
CSR_DISCLOSURE			0,001 (0,274)
Adj.R ²	0,29	0,29	0,29
F-stat	30,079	27,827	27,569
N	1.162	1.162	1.162

Keterangan: *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

PEMBAHASAN

Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure terhadap Firm Financial Performance

Hipotesis pertama menyatakan bahwa kinerja keuangan perusahaan akan meningkat akibat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hipotesis pertama (H_1) yang diajukan diterima karena model (1), (2), dan (3) pada Tabel 3 menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan secara signifikan meningkatkan kinerja keuangan bisnis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility Disclosure* dapat membuat ataupun menghasilkan nilai baik bagi suatu perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya serta menarik simpati para calon investor yang akan meningkatkan firm financial performance perusahaan tersebut. Perusahaan yang aktif dalam *Corporate Social Responsibility Disclosure* sering kali dipandang lebih positif oleh konsumen, yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan penjualan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat membantu bisnis memperoleh pendanaan dengan biaya yang lebih rendah karena dipandang memiliki risiko yang lebih kecil.

Sejalan dengan penelitian Pham (2020), yang menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility Disclosure* mempunyai hubungan positif dengan kinerja keuangan, terdapat hubungan positif dan signifikan antara *Corporate Social Responsibility Disclosure* dengan kinerja keuangan dalam penelitian ini. Selain itu konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Javed *et al.*, (2020) yang menunjukkan bahwa kinerja keuangan sangat dipengaruhi oleh tindakan corporate social responsibility oleh berbagai stakeholder. Hal ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kaliber atau nilai kinerja keuangan perusahaan, investor akan mengevaluasi dan menaruh kepercayaannya pada bisnis yang menjalankan tanggung jawab sosial dengan serius.

Reputasi Perusahaan Memoderasi Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure terhadap Firm Financial Performance

Hipotesis kedua menyatakan bahwa dampak *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap kinerja keuangan tidak dapat dimitigasi oleh reputasi perusahaan. Karena nilai positif pada model (3) tidak signifikan maka hipotesis kedua (H_2) tidak diterima. Hubungan reputasi perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mempunyai nilai koefisien interaksi sebesar 0,001 yang menunjukkan adanya pengaruh positif namun tidak signifikan secara statistik. Dengan kata lain, reputasi perusahaan memperkuat hubungan antara kehadiran pengungkapan CSR dengan peningkatan nilai perusahaan secara signifikan.

Salah satu alasan lain yang dapat mendukung penolakan variabel reputasi perusahaan

sebagai moderator adalah perusahaan yang diamati dalam sampel secara umum tidak mendapatkan penghargaan terkait reputasi. Dengan demikian, meskipun ada variasi dalam nilai corporate reputation, kurangnya penghargaan menunjukkan bahwa reputasi perusahaan tidak cukup kuat atau relevan untuk berperan sebagai moderator dalam hubungan *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap kinerja keuangan. Oleh karena itu, tanpa adanya pengakuan eksternal yang signifikan, variasi dalam nilai reputasi perusahaan tidak mencerminkan perbedaan yang cukup penting untuk mempengaruhi hubungan antara *Corporate Social Responsibility Disclosure* dan kinerja keuangan.

SIMPULAN

Corporate Social Responsibility Disclosure dapat membuat ataupun menghasilkan nilai baik bagi suatu perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya serta menarik simpati para calon investor. Kinerja keuangan yang baik adalah indikator keberhasilan operasional dan manajemen perusahaan. Hal ini menunjukkan betapa menguntungkan dan positifnya arus kas suatu bisnis untuk mendanai operasinya dan melunasi utang, dan memberikan pengembalian kepada pemegang saham. Hipotesis kedua (H_2) menyatakan bahwa dampak CSR terhadap kinerja keuangan bisnis tidak dapat dimitigasi oleh reputasi perusahaan, sehingga menyebabkan penolakan pengungkapan H_2 . Meskipun ada variasi dalam nilai reputasi perusahaan, kurangnya penghargaan menunjukkan bahwa reputasi perusahaan tidak cukup kuat atau relevan untuk berperan sebagai moderator dalam hubungan *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap kinerja keuangan. Akibatnya, variasi dalam skor reputasi perusahaan tidak menunjukkan perbedaan yang cukup besar untuk mempengaruhi hubungan antara kinerja keuangan dan *Corporate Social Responsibility Disclosure* tanpa adanya pengakuan eksternal yang penting. Berdasarkan teori *stakeholder*, *stakeholder* di Indonesia menganggap kinerja keuangan memiliki peran penting dibanding kinerja non-keuangan.

Peneliti menyadari kekurangan dan keterbatasan penelitian ini. Peneliti berharap kelemahan ini dapat diperbaiki untuk penelitian selanjutnya. Beberapa batasan dalam penelitian ini adanya kemungkinan bias dapat terjadi pada perhitungan skor *Corporate Social Responsibility Disclosure* dengan skala 0-3 karena penilaian tersebut sangat bergantung pada persepsi penulis yang menentukan skor dan memproses informasi *Corporate Social Responsibility Disclosure* tersebut. Selain itu, Penelitian ini hanya berfokus kepada perusahaan di sektor primer dan sekunder. Hal ini menyebabkan hasilnya tidak dapat di generalisasikan untuk perusahaan sektor lainnya.

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran untuk penelitian selanjutnya dapat memperluas ruang lingkup sampel sehingga hasil yang diperoleh kedepannya akan dapat membantu perusahaan-perusahaan dari sektor yang lebih beragam. Selain itu, penelitian harus mempertimbangkan untuk memasukkan faktor-faktor independen terkait yang tidak disertakan dalam analisis ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bag, S., & Omrane, A. (2022). Corporate Social Responsibility and Its Overall Effects on Financial Performance: Empirical Evidence from Indian Companies. *Journal of African Business*, 23(1), 264–280. <https://doi.org/10.1080/15228916.2020.1826884>
- Bahta, D., Yun, J., Islam, M. R., & Bikanyi, K. J. (2021). How does CSR enhance the financial performance of SMEs? The mediating role of firm reputation. *Economic Research-Ekonomika Istrazivanja*, 34(1), 1428–1451. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1828130>
- Bernal-Conesa, J. A., de Nieves Nieto, C., & Briones-Peñalver, A. J. (2017). CSR Strategy in Technology Companies: Its Influence on Performance, Competitiveness and Sustainability. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24(2), 96–107. <https://doi.org/10.1002/csr.1393>
- Devie, D., Liman, L. P., Tarigan, J., & Jie, F. (2020). Corporate social responsibility, financial performance and risk in Indonesian natural resources industry. *Social Responsibility Journal*, 16(1), 73–90. <https://doi.org/10.1108/SRJ-06-2018-0155>
- Freeman, R. E. 1984. Strategic management: A stakeholder approach. Boston: Pitman
- Galant, A., & Cadez, S. (2017). Corporate social responsibility and financial performance relationship: A review of measurement approaches. *Economic Research-Ekonomika Istrazivanja*, 30(1), 676–693. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2017.1313122>
- Gangone, A. D., & Gănescu, M. C. (2014). Corporate social responsibility in emerging and developing economies in Central and Eastern Europe – a measurement model from the stakeholder theory perspective. *Economic Research-Ekonomika Istrazivanja*, 27(1), 539–558. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2014.967535>
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Han, W., Zhuangxiong, Y., & Jie, L. (2018). Corporate social responsibility, product market competition, and product market performance. *International Review of Economics and Finance*, 56, 75–91. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2018.03.019>
- Islam, T., Islam, R., Pitafi, A. H., Xiaobei, L., Rehmani, M., Irfan, M., & Mubarak, M. S. (2021). The impact of corporate social responsibility on customer loyalty: The mediating role of corporate reputation, customer satisfaction, and trust. *Sustainable Production and Consumption*, 25, 123–135. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.07.019>
- Javed, M., Rashid, M. A., Hussain, G., & Ali, H. Y. (2020). The effects of corporate social responsibility on corporate reputation and firm financial performance: Moderating role of responsible leadership. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(3), 1395–1409. <https://doi.org/10.1002/csr.1892>
- Kansal, M., Joshi, M., & Batra, G. S. (2014). Determinants of corporate social responsibility disclosures: Evidence from India. *Advances in Accounting*, 30(1), 217–229. <https://doi.org/10.1016/j.adiac.2014.03.009>
- Kareem AL Ani, M. (2021). Corporate social responsibility disclosure and financial reporting quality: Evidence from Gulf Cooperation Council countries. *Borsa Istanbul Review*, 21, S25–S37. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2021.01.006>
- Leiva, R., Ferrero, I., & Calderón, R. (2016). Corporate reputation in the business ethics field: Its relation with corporate identity, corporate image, and corporate social responsibility. *Corporate Reputation Review*, 19(4), 299–315. <https://doi.org/10.1057/s41299-016-0008-x>

- Maaloul, A., Zéghal, D., Ben Amar, W., & Mansour, S. (2023). The Effect of Environmental, Social, and Governance (ESG) Performance and Disclosure on Cost of Debt: The Mediating Effect of Corporate Reputation. *Corporate Reputation Review*, 26(1), 1–18. <https://doi.org/10.1057/s41299-021-00130-8>
- Malik, M. S., & Kanwal, L. (2018). Impact of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance: Case Study of Listed Pharmaceutical Firms of Pakistan. *Journal of Business Ethics*, 150(1), 69–78. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3134-6>
- Pham, H. S. T., & Tran, H. T. (2020). CSR disclosure and firm performance: The mediating role of corporate reputation and moderating role of CEO integrity. *Journal of Business Research*, 120, 127–136. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.002>
- Putri, N. H., & Rosdiana, Y. (2022). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 92–99. <https://doi.org/10.29313/jra.v1i2.516>
- Rudianto. (2013). Akuntansi Manajemen: informasi untuk pengambilan keputusan strategis. Jakarta: Erlangga
- Trianaputri, A. R., & Djakman, C. D. (2019). Quality of sustainability disclosure among the Asean-5 countries and the role of stakeholders. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 16(2), 180–205. <https://doi.org/10.21002/jaki.2019.10>
- Rusmanto, T., & Williams, C. (2015). Compliance Evaluation on CSR Activities Disclosure in Indonesian Publicly Listed Companies. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 172, 150–156.
- Ting, P. H., & Yin, H. yu. (2018). How do corporate social responsibility activities affect performance? The role of excess control right. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(6), 1320–1331. <https://doi.org/10.1002/csr.1641>
- Usman, A. B., & Amran, N. A. B. (2015). Corporate social responsibility practice and corporate financial performance: Evidence from Nigeria companies. *Social Responsibility Journal*, 11(4), 749–763. <https://doi.org/10.1108/SRJ-04-2014-0050>
- Wibisono, Y. 2007. Membedah Konsep & Aplikasi CSR. Gresik: Fascho Publishing
- Wicaksono, D. P. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Yang Dimediasi Oleh Reputasi Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 53(9), 1689–1699. www.journal.uta45jakarta.ac.id