

Accountia Journal

(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)

Vol.5, No.2, Oktober 2021, pp. 164-174

ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)

Journal homepage: <http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia/>

PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KINERJA KEUANGAN DENGAN REPUTASI PERUSAHAAN SEBAGAI PEMODERASI

RIYANTI

rivantirii@gmail.com

ZIKRA SUPRI

zikra@umpalopo.ac.id

SULTAN

sultan@umpalopo.ac.id

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALOPO

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengungkapan corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan dengan reputasi perusahaan sebagai variable moderasi. Populasi penelitian ini adalah 20 perusahaan BUMN yang terdaftar di BEI. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dan menghasilkan 16 perusahaan dengan tahun pengamatan yaitu tahun 2015-2020. Teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis data adalah Moderated Regression Analysis (MRA). Hasil penelitian menunjukkan pengungkapan corporate social responsibility berpengaruh terhadap kinerja keuangan dan reputasi perusahaan mampu memoderasi hubungan pengungkapan corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility, reputasi perusahaan, kinerja keuangan, BUMN

ABSTRACT

This aim of this research is to analyze the effect of corporate social responsibility disclosure on financial performance with the company's reputation as the moderating variable. The population of this research consisted of 20 state-owned companies (BUMN) listed in the Indonesia Stock Exchange (IDX). This sample was selected using purposive sampling technique consisting of 16 companies with observation years, i.e. 2015-2020. The data were analyzed using Moderated Regression Analysis (MRA). The results showed that disclosure of corporate social responsibility had an effect on financial performance and company reputation was able to moderate the relationship between disclosure of corporate social responsibility and financial performance.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Company's Reputation, Financial Performance, State-Owned Companies.

Accountia Journal

(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)

Vol.5, No.2, Oktober 2021, pp. 164– 174

ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)

Journal homepage: <http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia/>

I. PENDAHULUAN

Menghadapi era globalisasi saat ini, setiap perusahaan dituntut untuk mampu bersaing agar perusahaan tersebut dapat lebih unggul dari pada perusahaan pesaing lainnya sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang dan dapat memberikan kontribusinya bagi perekonomian nasional. Perusahaan sebagai entitas ekonomi, apapun bentuk usahanya, baik di bidang industri, perdagangan maupun jasa bertujuan untuk mencetak laba yang optimal guna meningkatkan kekayaan pemilik saham, yang dapat dilihat dari penyajian laporan kinerja keuangan perusahaan.

Kinerja keuangan perusahaan adalah gambaran pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan atau program atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi, dan visi organisasi. Kinerja perusahaan secara umum biasanya akan direpresentasikan dalam laporan keuangan. Laporan keuangan tersebut bermanfaat untuk membantu investor, kreditor, calon investor dan para pengguna lainnya dalam rangka membuat keputusan investasi, keputusan kredit, analisis saham serta menentukan prospek suatu perusahaan di masa yang akan datang. Melalui penilaian kinerja, perusahaan dapat memilih strategi dan struktur keuangannya.

Penilaian kinerja keuangan penting dalam mendorong perusahaan untuk lebih efisien dan lebih selektif dalam beroperasi untuk mencapai dan meningkatkan kemampuan menghasilkan keuntungan (Lianto, 2013). Untuk mencapai hal tersebut manajemen

financial dituntut mampu memahami kinerja keuangan perusahaan, melakukan analisis yang dapat digunakan untuk membuat kebijakan-kebijakan strategi yang berguna bagi pengembangan kegiatan usaha perusahaan dan pencapaian tujuan perusahaan. Untuk membuat keputusan yang rasional sesuai dengan tujuan perusahaan, seorang manajer financial haruslah melakukan analisis keuangan. Analisis keuangan bagi perusahaan dapat membantu memahami perkembangan kinerja keuangan perusahaan dan dapat digunakan sebagai dasar dalam perencanaan perusahaan. Melalui analisis keuangan, manajemen akan dapat memahami kekuatan yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing perusahaan, dan memahami kelemahan-kelemahan sebagai tindak koreksi dan langkah perbaikan.

Usaha untuk meningkatkan kinerja keuangan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Salah satu diantaranya adalah menerapkan laporan CSR yang baik. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, pasal 66 dan 74. Pada pasal 66 ayat (2) bagian c setiap perusahaan berkewajiban menyampaikan laporan keuangan dan juga melaporkan pelaksanaan pertanggungjawaban sosial dan lingkungan, sedangkan pada pasal 74 berisi kewajiban untuk melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan bagi perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam. Tujuan utama undang-undang ini adalah untuk mendorong

Accountia Journal

(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)

Vol.5, No.2, Oktober 2021, pp. 164-174

ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)

Journal homepage: <http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia/>

praktik dan pengungkapan CSR perusahaan yang baik.

Definisi CSR menurut *World Business Council on Sustainable Development* adalah komitmen dari bisnis atau perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas. Menurut (Risaldi, *et al.*, 2016) CSR sebagai komitmen bisnis untuk berperan mendukung pembangunan ekonomi, bekerjasama dengan karyawan dan keluarganya, masyarakat lokal dan masyarakat luas, untuk meningkatkan mutu hidup mereka dengan berbagai cara yang menguntungkan bagi bisnis dan pembangunan. Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa CSR adalah upaya manajemen yang dijalankan entitas bisnis untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan berdasarkan keseimbangan ekonomi, sosial, dan lingkungan, dengan meminimumkan dampak negatif dan memaksimumkan dampak positif.

Semakin baik pelaksanaan CSR maka akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Djamilah dan Surenggono (2017) mengatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap *return on equity* dan *return on asset*. Hal ini selaras dengan hasil penelitian (Malau *et al.*, 2018) yang menunjukkan bahwa variabel CSR berpengaruh secara parsial terhadap ROE sebagai proksi kinerja keuangan. Sedangkan (Djazilah, 2016) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang tercermin ROE.

CSR yang baik akan berdampak reputasi perusahaan. Reputasi menjadi salah satu modal

utama untuk meningkatkan *goodwill* perusahaan karena dengan reputasi yang baik akan menjadi propaganda yang efektif untuk meningkatkan kepercayaan publik dan konsumen kepada usaha yang dilakukan.

Reputasi membantu perusahaan dalam membangun kepercayaan dan menjalin hubungan yang lebih dekat dengan *stakeholder*. Pentingnya reputasi bagi perusahaan dan *stakeholder* mendorong lembaga-lembaga independen untuk memberikan penghargaan. Majalah Fortune mempublikasikan peringkat reputasi *America's Most Admired Company* (AMAC) sejak tahun 1984 (Lee dan Roh, 2012 ; Shi, 2016). Tujuan pemberian penghargaan untuk mendorong perusahaan mengelola reputasi dalam jangka panjang. Jao *et al.*, (2020) menjelaskan bahwa perusahaan yang memiliki skor *corporate image index* (CII) yang tinggi memberikan gambaran bahwa perusahaan yang memiliki reputasi dalam hal *quality, performance, responsibility*, dan *attractiveness* yang baik.

Dalam penelitian ini reputasi digunakan sebagai variabel pemoderasian yang memiliki kaitan terhadap CSR dalam entitas perusahaan. Reputasi dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan memberi gambaran tentang perusahaan tersebut. Putri dan Hatane, (2016) menemukan reputasi pengaruh terhadap *financial performance*. Dengan *corporate reputation* yang tinggi, maka akan meningkatkan *financial performance*.

Dalam Penelitian ini menjelaskan pentingnya kinerja keuangan pada perusahaan BUMN yang ada di Bursa Efek Indonesia. Penilaian kinerja keuangan suatu perusahaan merupakan salah satu cara yang dapat

Accountia Journal

(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)

Vol.5, No.2, Oktober 2021, pp. 164-174

ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)

Journal homepage: <http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia/>

dilakukan oleh manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya terhadap para penyandang dana dan juga untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Secara spesifik pentingnya kinerja keuangan untuk BUMN yang bergabung di bursa efek adalah sebagai cerminan dan dasar penentuan kebijakan penanaman modal dalam meningkatkan efisiensi dan produktifitas perusahaan.

II. KAJIAN PUSTAKA

Pengertian CSR

CSR dipahami sebagai sebagai konsep untuk menghasilkan manfaat sosial tanpa mengacu pada biaya, yang mana fenomena tersebut difokuskan pada berbagai nilai (keuntungan) yang diperoleh perusahaan dengan mentransfer atau mendistribusikannya kepada masyarakat (Sari, *et al.*, 2020).

Gray *et al.*, (1995) mendefinisikan CSR sebagai proses komunikasi sosial dan lingkungan dari organisasi ekonomi terhadap kelompok tertentu di masyarakat, yang melibatkan tanggung jawab organisasi (terutama perusahaan), di luar tanggung jawab keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Kesadaran atas pentingnya CSR dilandasi pemikiran bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban ekonomi dan legal kepada pemegang saham (*shareholder*) melainkan juga kewajiban terhadap *stakeholder*. Oleh karena itu, perusahaan dapat menggunakan informasi CSR sebagai salah satu keunggulan kompetitif perusahaan.

Dari definisi-definisi di atas dapat dikatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kewajiban perusahaan untuk melakukan kegiatan lain di luar kegiatan tujuan operasional perusahaan untuk melindungi dan meningkatkan kesejahteraan lingkungan masyarakat dengan tetap memenuhi prinsip-prinsip ekonomi dan hukum.

Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan merupakan aset strategis, karena reputasi dapat meningkatkan *value* dari perusahaan yang bersangkutan. Untuk dapat mengelola reputasi secara baik diperlukan pengukuran reputasi. Proses ini jika dilakukan secara baik akan dapat menunjukkan sektor dan *stakeholder* mana saja yang perlu diprioritaskan.

Reputasi yang baik menunjukkan akumulasi tingkat tinggi dari pengakuan publik atas kualitas kemampuan dan output perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperoleh reputasi yang baik dikalangan *stakeholder* untuk mempertahankan keberlanjutan usahanya.

Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan sumber daya yang baru dari aktivitas operasionalnya selama jangka waktu tertentu (Yu, 2013). *Return on Equity* merupakan alat analisis keuangan untuk mengukur profitabilitas. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan berdasarkan modal tertentu. Rumus yang digunakan untuk mengukur ROE adalah sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100 \%$$

Accountia Journal

(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)

Vol.5, No.2, Oktober 2021, pp. 164-174

ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)

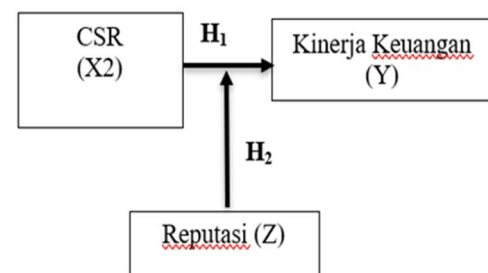
Journal homepage: <http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia/>

Kerangka Konseptual

Penelitian ini menggunakan teori sinyal karena saling berkaitan dengan variabel yang akan diteliti dimana variabel yang akan diteliti yaitu pengungkapan CSR terhadap profitabilitas (ROE) dan Reputasi sebagai variabel moderasi. Teori sinyal merupakan teori yang digunakan dalam organisasi untuk memaknai peran penting untuk melakukan pengungkapan CSR agar diakui oleh masyarakat dan dapat mencapai tujuan bersama. Dimana pengungkapan CSR dan Reputasi dianggap penting dan akan sangat berpengaruh dalam penentu kondisi perusahaan kedepannya. Pengungkapan CSR dipercaya dapat menjadi alat untuk membentuk, mempertahankan dan memperbaiki legitimasi suatu perusahaan karena akan memberikan *good news* pada investor. Pengungkapan CSR bagi perusahaan dianggap sangatlah penting, karena pada *stakeholder* memerlukan informasi tersebut untuk mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan dalam melaksanakan perannya, hal ini pula berkaitan dengan keberlangsungan hidup organisasi dimana bertumpu pada kepuasan *stakeholder* baik dari segi ekonomi maupun non-ekonomi.

Pengungkapan CSR pula sudah menjadi kewajiban pada negara Indonesia berdasarkan Undang-Undang No.40 Tahun 2007 yang berbunyi bahwa Perseroan Terbatas (PT) diwajibkan untuk melakukan pengungkapan CSR, kemudian pada Pasal 66 ayat 2 Undang-undang No.40 Tahun 2007 yang berisikan ketentuan-ketentuan dalam proses pengungkapan CSR, oleh karena itu ini menjadi hal yang menarik bagi peneliti. Pengungkapan CSR dianggap dapat menjadi

pemicu untuk menaikkan kinerja keuangan. Hal ini lah yang menjadi dasar teori legitimasi menjadi dasar dilakukannya pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan di atas maka kerangka konseptual pada penelitian ini adalah sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Pengungkapan CSR sebagai tolak ukur dalam melihat seberapa baik perusahaan itu menyejahterakan lingkungan masyarakat. Dengan perusahaan melakukan dan mengungkapkan CSR akan membuat citra perusahaan baik. Kini tidak hanya investor tapi masyarakat juga akan berfikir jika perusahaan tidak hanya memikirkan keuntungan saja, melainkan kesejahteraan lingkungan dan masyarakat. Semakin baik citra perusahaan, maka semakin positif respon dari investor.

Pengungkapan CSR perusahaan bertujuan untuk memberi sebanyak mungkin informasi positif mengenai perusahaan kepada *stakeholders* dan masyarakat. Semakin banyak informasi positif yang diperoleh *stakeholders* dan masyarakat, maka kepercayaan mengenai produk dan aktivitas perusahaan juga akan meningkat dimata *stakeholders*. Meningkatnya kepercayaan masyarakat

Accountia Journal

(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)

Vol.5, No.2, Oktober 2021, pp. 164-174

ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)

Journal homepage: <http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia/>

terhadap produk-produk perusahaan akan meningkatkan penjualan yang berdampak pada peningkatan laba dan kinerja perusahaan. (Saeidi *et al.*, 2015) menyatakan dalam penelitiannya bahwa ketika konsumen dihadapkan pada kesamaan kualitas produk dan harga dari perusahaan yang berbeda, konsumen akan lebih memilih produk dari perusahaan yang berkontribusi pada praktik manajemen lingkungan.

Humanitisi dan Ghozali (2018), mengemukakan bahwa CSR berpengaruh positif pada kinerja keuangan ROA dan ROE. Dari penjelasan dan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Oleh karena itu, hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut.

H1 : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.

Pengaruh CSR terhadap reputasi perusahaan tercermin dalam teori *stakeholders*. CSR dan pengungkapannya merupakan salah satu cara perusahaan untuk memenuhi ekspektasi, memperoleh perhatian, dukungan, serta kesan positif dari *stakeholders* dan masyarakat. Dukungan dan kesan dari *stakeholders* serta masyarakat sangat berpengaruh bagi kelangsungan bisnis dan reputasi perusahaan.

Aktivitas CSR yang dilaksanakan perusahaan dapat menarik perhatian dan dukungan *stakeholders* terhadap perusahaan,

dukungan *stakeholders* tersebut berpengaruh terhadap kelanjutan bisnis perusahaan. Apabila *stakeholders* dan masyarakat telah memberikan kepercayaannya terhadap suatu perusahaan tentu reputasi perusahaan tersebut akan mengalami peningkatan yang menyebabkan aktivitas dan produk-produk perusahaan lebih diterima oleh masyarakat, sehingga penjualan perusahaan meningkat. Meningkatnya penjualan produk akan meningkatkan laba perusahaan, dengan kata lain kinerja keuangan perusahaan juga meningkat.

Pengungkapan CSR dapat menjadi elemen yang menguntungkan sebagai strategi perusahaan, memberikan kontribusi kepada manajemen resiko dan memelihara hubungan yang dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan (Heal, 2004). Pengungkapan CSR merupakan salah satu strategi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. Dengan melakukan pengungkapan CSR perusahaan akan mendapat citra baik dari masyarakat.

Jika perusahaan bisa menciptakan citra baik dan kepercayaan masyarakat maka diharapkan mampu menimbulkan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen akan meningkatkan penjualan yang berdampak pada kenaikan laba. Laba yang tinggi akan berdampak pada ROE yang tinggi. ROE merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas (ROE) perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah

Accountia Journal

(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)

Vol.5, No.2, Oktober 2021, pp. 164-174

ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)

Journal homepage: <http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia/>

H2 : Reputasi Berpengaruh Positif dalam Memoderasi Hubungan Antara CSR terhadap kinerja keuangan.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kausal komparatif atau sering disebut studi kausal (*casual study*) yaitu penelitian yang bertujuan untuk menyelidiki hubungan sebab akibat. Studi kausal adalah inti dari pendekatan ilmiah untuk sebuah penelitian dimana studi menguji apakah satu variabel menyebabkan variabel lain berubah atau tidak (Sekaran dan Bougie, 2017). Berdasarkan jenis data yang dikumpulkan, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan penelitian adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dan menunjukkan arah hubungan antar variabel berdasarkan konstruksi model penelitian yang telah dibangun.

Penelitian ini menjelaskan pengaruh variabel bebas (*independen*) terhadap variabel terikat (*dependen*) untuk memenuhi hipotesis dengan tujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan dan reputasi perusahaan sebagai variabel pemoderasinya.

Jenis data dalam penelitian ini yaitu menggunakan data sekunder. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dengan mengumpulkan dokumen-dokumen serta sumber-sumber lainnya yang berupa informasi laporan keuangan tahunan pada Badan Usaha Milik Negara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2020 diuji secara statistik.

Penelitian ini menggunakan data Bursa Efek Indonesia sebagai acuan dalam pengukuran pengungkapan CSR. Penelitian ini menggunakan reputasi

yang diukur melalui *corporate image index* (CII) yang merupakan hasil survey dari *Forentier Consulting Group untuk Indonesia's Most Admired Company* (Erasputranto dan Hermawan, 2015; Phandeiro, 2017). Penelitian ini menggunakan rasio profitabilitas yang dapat diukur melalui rasio *Return On Equity* (ROE). Sumber data populasi dan sampel menggunakan laporan tahunan dan keuangan perusahaan milik negara (BUMN) di BEI tahun 2015-2020.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.403 ^a	.163	.106	.14058

a. Predictors: (Constant), CSR, CSR*REPUTASI

b. Dependent Variable: KINERJA KEUANGAN

Pengujian regresi linear berganda pada penelitian ini, menguji pengaruh CSR dan CSR*Reputasi terhadap Kinerja Keuangan. Pada tabel 1 koefisien koefisien determinasi yang ditunjukkan oleh R Squared dari persamaan regresi pada model yang digunakan, menghasilkan nilai sebesar 0,163. Nilai tersebut dapat dijelaskan bahwa 16% dari variabel independen yang terdiri dari CSR Perusahaan yang didukung oleh Reputasi sebagai variabel kontrol mampu menjelaskan variabel Kinerja Keuangan. Sisanya 84% yang dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Hal ini mengartikan bahwa masih ada faktor-faktor

Accountia Journal

(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)

Vol.5, No.2, Oktober 2021, pp. 164-174

ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)

Journal homepage: <http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia/>

lain yang sangat berpengaruh terhadap variabel persistensi laba.

Tabel 2. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.342	6	.057	2.881	.013 ^b
Residual	1.759	89	.020		
Total	2.100	95			

a. Dependent Variable: KINERJA KEUANGAN

b. Predictors: (Constant), CSR, CSR*REPUTASI

Berdasarkan tabel 2, uji signifikansi simultan yang ditunjukkan oleh *F-statistic*, nilai yang dihasilkan oleh persamaan regresi pada model penelitian sebesar 2,881 dengan signifikansi di bawah $\alpha = 0.05$ yaitu 0,013. Hal itu dapat dijelaskan bahwa CSR Perusahaan yang didukung oleh Reputasi sebagai variabel kontrol secara simultan berpengaruh terhadap variabel kinerja keuangan.

Tabel 3. Hasil Uji Regresi dan Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1.063	.323		-3.294	.001
CSR	.006	.003	.459	2.154	.034
CSR*REPUTASI	-.003	.001	-.707	-2.094	.039

a. Dependent Variable: KINERJA KEUANGAN

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_1.Z + \varepsilon$$

$$Y = -1,063 + 0,006 X_1 - 0,003 X_1.Z$$

Berdasarkan tabel 3, koefisien regresi variabel CSR menunjukkan terdapat pengaruh terhadap kinerja keuangan yang berpola positif sehingga semakin bertambah nilai CSR, maka semakin besar nilai kinerja keuangan. Nilai koefisien CSR sebesar 0,006 berarti bahwa setiap CSR bertambah 1% maka kinerja keuangan akan naik sebesar 0,6%. Hasil analisis regresi untuk pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan menunjukkan probabilitas sebesar $0,034 < 0,050$. Nilai ini mengindikasikan bahwa CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan, diterima.

Nilai Koefisien regresi untuk pengaruh reputasi dalam memoderasi hubungan antara CSR terhadap kinerja keuangan menunjukkan arah yang negatif sehingga semakin bertambah nilai reputasi maka akan semakin menurunkan nilai CSR sehingga kinerja keuangan akan semakin menurun. Nilai koefisien reputasi dalam memoderasi hubungan antara CSR terhadap kinerja keuangan adalah sebesar -0,003 berarti bahwa setiap reputasi bertambah 1% maka akan memperlemah hubungan CSR dan kinerja keuangan sebesar 0,3%. Hasil analisis regresi untuk pengaruh reputasi dalam memoderasi hubungan antara CSR terhadap kinerja keuangan menunjukkan probabilitas sebesar $0,039 < 0,05$. Nilai ini mengindikasikan bahwa reputasi mampu memoderasi hubungan antara CSR terhadap kinerja keuangan.

Koefisien regresi variabel CSR menunjukkan terdapat pengaruh terhadap kinerja keuangan yang berpola positif

Accountia Journal

(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)

Vol.5, No.2, Oktober 2021, pp. 164-174

ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)

Journal homepage: <http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia/>

sehingga semakin bertambah nilai CSR, maka semakin besar nilai kinerja keuangan. Hasil analisis regresi untuk pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan menunjukkan probabilitas sebesar $0,034 < 0,050$. Nilai ini mengindikasikan bahwa CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Hasil penelitian ini sesuai dengan *signaling theory* (teori sinyal), pengungkapan CSR yang tepat dan sesuai harapan *stakeholder* dapat dijadikan sebagai sinyal berupa *goodnews* yang diberikan pihak manajemen kepada publik bahwa perusahaan memiliki prospek bagus di masa depan dan memastikan terciptanya *sustainability development*.

Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian Ariyani dan Gunawan (2014), Malau *et al.*, (2018) dan Agustina *et al.* (2015) yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel CSR berpengaruh positif dan signifikan pada ROA dan ROE sebagai proksi Kinerja Keuangan. Secara teori CSR seharusnya dapat menjadi pertimbangan investor sebelum berinvestasi, karena didalamnya mengandung informasi sosial yang telah dilakukan perusahaan. Dengan pelaporan dan pengungkapan CSR, para *stakeholder* dapat mengevaluasi bagaimana pelaksanaan CSR dan memberikan penghargaan/sanksi terhadap perusahaan sesuai hasil evaluasinya. Teori legitimasi memberikan landasan bahwa perusahaan harus mematuhi peraturan yang berlaku di masyarakat berkaitan dengan kegiatan usaha yang dilaksanakan perusahaan sehingga dapat berjalan dengan baik tanpa adanya konflik dimasyarakat maupun dilingkungan tempat beroperasi. Oleh sebab itu perusahaan perlu

mengembangkan program CSR, dengan adanya CSR diharapkan akan memberikan kontribusi yang positif bagi masyarakat sehingga masyarakat sekitar tempat beroperasi dapat menerima keberadaan perusahaan dengan baik dan tidak mempermasalahkan keberadaan perusahaan tersebut.

Nilai Koefisien regresi untuk pengaruh reputasi dalam memoderasi hubungan antara CSR terhadap kinerja keuangan menunjukkan arah yang negatif dan reputasi dalam memoderasi hubungan antara CSR terhadap kinerja keuangan signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa reputasi meperlemah hubungan antara CSR terhadap kinerja keuangan.

Hasil penelitian ini tidak selaras dengan hasil penelitian Humanitisri dan Ghozali (2018) bahwa hubungan tidak langsung antara CSR dengan kinerja keuangan dengan variabel mediasi reputasi. Meningkatnya citra perusahaan maka hasil produksi maupun jasa dari perusahaan tersebut akan lebih diterima oleh konsumen atau masyarakat, sehingga dampak jangka panjangnya tentu akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan profitabilitas perusahaan. Kemungkinan sebaliknya yang terjadi, CSR yang sudah menunjukkan kualitas yang baik dalam pengaruhnya terhadap kinerja keuangan tidak lagi membutuhkan variabel reputasi untuk memperkuat hubungan CS terhadap kinerja keuangan, sehingga hasil dari hipotesis ini adalah reputasi memperlemah hubungan antara CSR terhadap kinerja keuangan.

Accountia Journal

(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)

Vol.5, No.2, Oktober 2021, pp. 164-174

ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)

Journal homepage: <http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia/>

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan pembahasan mengenai pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan dimoderasi oleh reputasi perusahaan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa koefisien regresi variabel *Corporate Social Responsibility* menunjukkan bahwa terdapat pengaruh terhadap kinerja keuangan sehingga semakin bertambah nilai CSR, maka semakin besar nilai kinerja keuangan. Hasil ini mengindikasikan bahwa CSR berkontribusi terhadap kinerja keuangan perusahaan. Nilai Koefisien regresi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh reputasi dalam memoderasi hubungan antara CSR terhadap kinerja keuangan. Hasil ini mengindikasikan bahwa reputasi mampu memoderasi hubungan antara CSR terhadap kinerja keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, W., Yuniarta, G. A., Sinarwati, dan Kadek, N. (2015). Pengaruh Intellectual Capital, Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan. *E-Journal Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha*, 3(1), 1–11.
- Ariyani, R. D., dan Gunawan, J. (2014). Pengaruh Pengungkapan Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan Perbankan. *E-Journal Magister Akuntansi Trisakti*, 1(September), 181–198.
- Surenggono, S. (2017). Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemediasi Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan. *AKRUAL: Jurnal Akuntansi*, 9(1), 41. <https://doi.org/10.26740/jaj.v9n1.p41-53>
- Djajilah, R. (2016). Pengaruh Mekanisme GCG dan Pengungkapan CSR Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5, 1–19.
- Ghozali. (2014). *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gray, R., Kouhy, Reza, Simon, dan Lavers. (1995). Constructing a Research Database of Social and Environmental Reporting By UK Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 8(2), 78–101.
- Humanitisri, N., dan Ghozali, I. (2018). Perusahaan sebagai Variabel Mediasi, dan Visibilitas sebagai Variabel Moderasi dalam Hubungan antara CSR dengan Reputasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2016). *Diponegoro Journal of Accounting*, 7, 1–13.
- Jao, R., Hamzah, D., Laba, A. R., dan Mediaty. (2020). Reputasi Perusahaan Dan Reaksi Investor (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 3(2), 124–133. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v3i2.597>
- Lee, J., dan Roh, J. J. (2012). Revisiting corporate reputation and firm performance link. *Benchmarking*, 19(4), 649–664. <https://doi.org/10.1108/14635771211258061>

Accountia Journal

(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)

Vol.5, No.2, Oktober 2021, pp. 164-174

ISSN2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)

Journal homepage:<http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia/>

- Lianto, D. (2013). Penilaian Kinerja Keuangan Menggunakan Analisis Du Pont. *Jurnal JIBEKA*, 7(2), 25–31. Retrieved from <http://repo.polindg.ac.id/260/>
- Malau, N. S., Tugiman, H., dan Budiono, E. (2018). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2016). *E-Proceeding of Management*, 5(1), 583–594.
- Putri, N. G. A. P. S., dan Hatane, S. E. (2016). Pengaruh Corporate Reputation Terhadap Financial Performance Melalui Innovation Capability Sebagai Intervening Variable pada Industri Perhotelan di Surabaya. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 4(1), 458–468. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Risaldi, D., Mone, A., Razak, R., dan None. (2016). Pelaksanaan Corporate Social Responsibility pada PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar. *Jurnal Administrasi Publik*, 2(April).
- Sari, F. I., Mediaty, dan Said, D. (2020). Corporate Social Responsibility VS Creating Shared Value Melalui Kajian Perspektif Islam: Pendekatan Kritis J urgen Habermas. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, VI(No. 1), 1–16. Retrieved from file:///C:/Users/youhe/Downloads/kdoc_o_00042_01.pdf
- Sekaran, U., dan Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis* (6th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Shi, Y. (2016). Reputation, financial performance, and industry competition. *The International Journal of Business and Finance Research*, 10(2), 1–16.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.