



PENGARUH CSR TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN DENGAN LEVERAGE SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI EMPIRIS PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR CONSUMER NON CYCLICALS BEI 2021-2024)

Bani Miftah Rafi, Imam Ghozali¹

Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl.Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +6282135240978

ABSTRACT

Financial performance is a critical indicator in evaluating the health and competitiveness of companies, particularly in the consumer non-cyclicals sector, which is essential for meeting the basic needs of the community. One significant factor influencing financial performance is the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR). CSR not only serves as a form of social and environmental responsibility but also acts as a corporate strategy to enhance legitimacy and garner stakeholder support.

This study aims to analyze the impact of CSR on financial performance, with leverage as a moderating variable, in consumer non-cyclicals companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2021-2024. The research focuses on understanding how CSR activities influence financial outcomes and whether leverage can amplify or moderate this effect.

The study employs a quantitative approach, using secondary data from annual reports and sustainability reports. Data analysis was conducted using multiple linear regression with SPSS version 27, utilizing a sample of 39 companies over a four-year observation period, resulting in 156 observations. The findings indicate that CSR positively affects financial performance. Furthermore, leverage is found to strengthen the relationship between CSR and financial performance, suggesting that the use of debt can motivate companies to optimize CSR activities, thereby improving their financial performance

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR), Financial Performance, Leverage*

PENDAHULUAN

Kondisi perekonomian Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan dinamika yang terus berkembang seiring perubahan global dan domestik. Stabilitas ekonomi tetap terjaga meskipun menghadapi berbagai tantangan seperti fluktuasi harga komoditas, perubahan kebijakan, dan peningkatan persaingan pasar. Di tengah situasi tersebut, perusahaan dituntut untuk semakin adaptif dalam mengelola sumber daya dan strategi bisnisnya. Perubahan pola konsumsi masyarakat, perkembangan teknologi, serta tuntutan efisiensi menjadikan kemampuan perusahaan dalam mengelola kinerja keuangan sebagai faktor krusial untuk mempertahankan daya saing dan keberlanjutan usaha. Dengan demikian, kondisi ekonomi yang terus bergerak ini mendorong perusahaan untuk memastikan kinerja keuangan tetap solid sebagai fondasi dalam menghadapi ketidakpastian dan meraih peluang pertumbuhan.

Kinerja keuangan saat ini menjadi sangat penting karena lingkungan bisnis semakin dipengaruhi oleh ketidakpastian ekonomi, persaingan yang ketat, serta tuntutan transparansi dari berbagai pemangku kepentingan. Perubahan pola konsumsi, perkembangan teknologi, dan dinamika pasar global menuntut perusahaan untuk menjaga kesehatan finansial agar mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan tersebut. Kinerja keuangan yang kuat tidak hanya mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, tetapi juga menunjukkan efektivitas pengelolaan aset, efisiensi operasional, dan kemampuan menghadapi risiko (Nardo, 2021).

¹ Corresponding author

Selain itu, investor, kreditor, dan regulator semakin menaruh perhatian pada stabilitas dan keberlanjutan keuangan perusahaan dalam mengambil keputusan strategis. Oleh karena itu, kinerja keuangan menjadi fondasi utama yang menentukan kemampuan perusahaan bertahan, berkembang, dan meningkatkan nilai jangka panjang di tengah kondisi ekonomi yang terus berubah (Santika et al., 2022).

Transformasi digital dan era pasca-pandemi telah membawa perubahan paradigma pada perusahaan sektor manufaktur. Perubahan ini dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan efisiensi, kualitas, dan inovasi produk serta layanan yang ditawarkan (Duraivelu, 2022). Perusahaan saat ini tidak lagi dapat beroperasi dengan mengandalkan pendekatan usang yang semata-mata mengutamakan pencapaian laba maksimal saja, tekanan dari berbagai pemangku kepentingan, regulasi yang semakin ketat, dan ekspektasi masyarakat yang meningkat telah mendorong perusahaan untuk mengintegrasikan aspek tanggung jawab sosial perusahaan/Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai bagian yang tidak dapat terpisahkan dari strategi bisnis untuk jangka panjang (Chen & Wang, 2011).

Pada awalnya, konsep CSR dianggap sekadar kegiatan sampingan perusahaan, namun kini telah berevolusi menjadi strategis yang dapat mempengaruhi keberlanjutan dan meningkatkan daya saing perusahaan. Hal ini sejalan dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwasanya perusahaan perlu memperoleh dukungan dan penerimaan dari masyarakat untuk memastikan keberlangsungan operasional perusahaan (Stratling, 2007).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mai et al. (2023), pengimplementasian CSR yang efektif dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam menghadapi volatilitas pasar global. Hubungan ini dapat dimediasi oleh reputasi perusahaan dan komitmen karyawan yang memperkuat pengaruhnya.

Sektor manufaktur consumer non-cyclicals memiliki karakteristik unik yang menarik untuk diteliti. Sub sektor ini mencakup perusahaan yang memproduksi barang-barang kebutuhan pokok yang relatif tidak terpengaruh oleh siklus ekonomi. Perusahaan-perusahaan dalam sektor ini memiliki interaksi langsung dengan konsumen akhir, sehingga citra dan reputasi perusahaan memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja penjualan (Dong, 2024). Fenomena ini sejalan dengan survei yang dilakukan oleh Nielsen Global, yang menyatakan bahwasanya persentase konsumen yang bersedia membayar lebih untuk produk dari perusahaan yang mengimplementasikan CSR dengan baik meningkat dari 45% pada tahun 2011 menjadi 55% pada tahun 2014 (Lee et al., 2018).

Regulasi mengenai CSR di Indonesia sendiri telah mengalami perkembangan. Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 telah mewajibkan perusahaan tertentu untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu, pemerintah melalui Peraturan OJK No. 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan telah mendorong untuk dijalankannya praktik bisnis yang bertanggung jawab. Regulasi ini mendorong perusahaan untuk tidak hanya melaksanakan program CSR, akan tetapi perusahaan harus melaporkannya secara transparan kepada pemangku kepentingan (Wibawani et al., 2024).

Hubungan antara CSR dan kinerja keuangan perusahaan telah menjadi topik penelitian dengan temuan hasil yang berbeda. Beberapa penelitian menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara investasi CSR terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas jangka panjang (Machmuddah et al., 2020; Syarief et al., 2024; Titisari et al., 2019). Stakeholder theory mendukung temuan ini dengan menyatakan bahwa perusahaan yang memperhatikan kepentingan berbagai pemangku kepentingan cenderung memiliki kinerja yang lebih baik karena dapat mengurangi risiko operasional, meningkatkan akses terhadap sumber daya, dan juga memperkuat legitimasi sosial. Meskipun begitu, terdapat penelitian lain yang menemukan bahwa investasi CSR yang ditujukan kepada pemangku kepentingan eksternal justru dapat mengurangi profitabilitas operasional. Hal ini dapat terjadi karena investasi tersebut harusnya dapat dialokasikan untuk aktivitas yang lebih menguntungkan (Yoon & Chung, 2018).

Hasil temuan yang variatif ini menunjukkan adanya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi hubungan antara CSR dan kinerja keuangan, salah satunya adalah struktur modal perusahaan, seperti tingkat leverage perusahaan. Leverage merupakan proporsi utang dalam

struktur modal perusahaan dan dapat mempengaruhi finansial serta kemampuan perusahaan untuk berinvestasi dalam aktivitas CSR. Berdasarkan penelitian Hsu et al. (2023), yang berfokus pada perusahaan non-keuangan yang terdaftar di Taiwan Stock Exchange dan The Taipei Exchanges, menunjukkan bahwa perusahaan dengan kinerja CSR lebih baik cenderung memiliki rasio leverage dan debt ratio yang menurun, sehingga perusahaan akan lebih banyak menggunakan pembiayaan ekuitas daripada utang.

Selain temuan tersebut, peran leverage sebagai variabel moderasi dalam hubungan CSR-kinerja keuangan memiliki landasan teori yang kuat. Pertama, dari perspektif agency theory, tingkat leverage yang tinggi dapat menciptakan konflik kepentingan antara pemegang saham, kreditor, dan manajemen (Nguyen et al., 2023). Kedua, dari sudut pandang trade-off theory, perusahaan dengan leverage optimal dapat menggunakan manfaat pajak dari utang untuk membiayai program CSR tanpa mengurangi profitabilitas, sedangkan untuk perusahaan dengan leverage berlebih cenderung menghadapi financial distress yang dapat membatasi ruang gerak perusahaan untuk berinvestasi dalam CSR secara efektif (Kordsachia, 2021).

Berdasarkan temuan di atas, ditemukan gap research untuk menguji hubungan antar variabel yang terlibat, dalam hal ini menguji bagaimana CSR berpengaruh terhadap profitabilitas dengan leverage sebagai variabel moderasi. Dengan kata lain, penelitian yang akan dilakukan akan memberikan perspektif alternatif dengan membalikkan posisi variabel moderasi dari penelitian Sari et al. (2023), serta sekaligus memperluas hasil penelitian Warninda & Faujiyah (2023), dengan menekankan peran leverage dalam memperkuat ataupun memperlemah peran CSR terhadap profitabilitas. Selain itu, penelitian ini secara spesifik akan menganalisis interaksi antara CSR, leverage, dan kinerja keuangan dalam perusahaan manufaktur consumer non-cyclicals di Indonesia yang masih sangat terbatas. Hal ini dikarenakan sebagian besar studi yang ada cenderung tidak mempertimbangkan karakteristik sektoral perusahaan yang dapat mempengaruhi efektivitas program CSR.

Pada penelitian yang akan dilakukan, periode 2021-2024 merupakan fase yang kritis untuk menganalisis hubungan CSR terhadap kinerja keuangan karena periode ini mencakup era pemulihan ekonomi pasca-pandemi COVID-19. Hal ini menciptakan window of opportunity bagi perusahaan untuk memanfaatkan investasi CSR sebagai strategi bisnis. Selain itu, periode ini juga ditandai dengan inflasi, kenaikan suku bunga, dan volatilitas pasar modal, yang dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk membiayai program CSR (Azahroh, 2024). Urgensi dari pelaksanaan penelitian ini adalah diharapkan dapat membantu pihak manajemen perusahaan dalam membuat keputusan strategis terkait dengan alokasi sumber daya untuk program CSR dan struktur modal yang optimal. Bagi investor, hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam menilai kinerja perusahaan secara holistik, yaitu tidak hanya melihat kinerja perusahaan dari aspek finansial saja, akan tetapi juga dari aspek non-finansial yang dapat mempengaruhi sustainability jangka panjang. Sedangkan bagi Pemerintah Indonesia, penelitian ini dapat memberikan bukti empiris mengenai efektivitas regulasi CSR yang ada dan potensi penyesuaian kebijakan di masa yang akan mendatang.

Stakeholders Theory

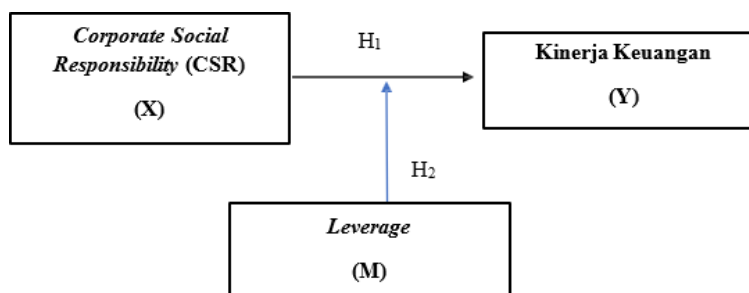
Mahajan et al., (2023) mengatakan bahwa stakeholder memandang perusahaan sebagai tempat di mana mereka memiliki kepentingan langsung maupun tidak langsung. Setiap kelompok memiliki kepentingan yang berbeda. Manajemen secara aktif berupaya meningkatkan kinerja perusahaan, memperbaiki rasio keuangan, dan menciptakan struktur modal yang efektif. Di sisi lain, pemegang saham dan investor harus selalu mengikuti perkembangan kondisi keuangan dan aktivitas perusahaan yang melindungi keberlanjutan jangka panjang, seperti Investment Opportunity Set (IOS) yang dipublikasikan. Banyak orang berpikir bahwa perusahaan yang melakukan pengungkapan semacam ini berharga. Dengan faktor-faktor ini, pemegang saham saat dan calon pemegang saham secara aktif membuat keputusan tentang di mana mereka akan menginvestasikan uang mereka. Dao & Ta, (2020) menekankan bahwa bisnis perlu memperhatikan para stakeholdernya karena tindakan dan kebijakan perusahaan memengaruhi mereka, dan para stakeholder juga memengaruhi perusahaan.

Mengidentifikasi stakeholder dalam perusahaan dipandang sangat penting. Amanda & Pranjoto, (2025) menegaskan bahwa organisasi harus mengidentifikasi kelompok stakeholder yang saling terhubung, menumbuhkan kesadaran sistematis tentang saling ketergantungan, dan menerapkan sistem penghargaan yang adil yang selaras dengan tingkat paparan risiko masing-masing stakeholder. Teori stakeholder memberdayakan perusahaan untuk meningkatkan pelaporan keberlanjutan melalui pengelolaan hubungan dan pertimbangan kepentingan stakeholder. Teori ini menegaskan bahwa perusahaan harus menjunjung tinggi hubungan dengan para stakeholder sambil mempertimbangkan kebutuhan, sumber daya, dan pengaruh mereka.

Meutia et al., (2022) mengatakan bahwa teori stakeholder menyatakan bahwa bisnis harus memikirkan nilai yang mereka berikan kepada para stakeholder ketika mereka berbisnis. Dao & Ta, (2020) membagi stakeholder menjadi tiga kelompok: (1) kelompok internal seperti pemilik, karyawan, pemasok, dan pelanggan; (2) kelompok eksternal seperti publik, media, dan kelompok lingkungan; dan (3) faktor institusional seperti pesaing, pembuat undang-undang, dan organisasi lainnya. Monicasari, (2022) juga menegaskan bahwa hubungan perusahaan-stakeholder dapat secara aktif mendorong peningkatan kinerja sosial. Untuk bertahan dalam bisnis dan membangun reputasi yang baik dari waktu ke waktu, perusahaan perlu memenuhi kebutuhan para stakeholdernya agar hubungan yang positif dan langgeng dapat terbentuk. Jadi, teori stakeholder membantu perusahaan menghasilkan lebih banyak uang melalui operasi mereka sekaligus mengurangi risiko yang dihadapi para stakeholder.

Amanda & Pranjoto, (2025) menggarisbawahi bahwa teori stakeholder menggambarkan cara perusahaan menavigasi interaksi dengan individu yang dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh praktik perusahaan. Teori ini menegaskan bahwa kebutuhan stakeholder harus diprioritaskan. Kerangka kerja ini menjelaskan hubungan antara corporate social responsibility (CSR) dan kinerja keuangan melalui interaksi berbagai stakeholder. Akibatnya, akuntabilitas tidak hanya dibebankan kepada pemegang saham, tetapi juga kepada entitas yang lebih luas, termasuk kreditor, karyawan, pelanggan, pemerintah, dan masyarakat luas.

Kerangka Penelitian



Gambar 1 Kerangka Penelitian

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan

Berdasarkan teori stakeholder, perusahaan memulai proyek untuk mendapatkan dukungan dari para pemangku kepentingan karena pengaruh mereka sangat penting untuk menjaga kelangsungan bisnis. Perusahaan menggunakan CSR untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para pemangku kepentingan mereka. Corporate social responsibility (CSR) mengacu pada kewajiban perusahaan terhadap masyarakat. Davis dan Frederick (1984), sebagaimana dirujuk dalam Mangune et al., (2024), menegaskan bahwa CSR merupakan kewajiban perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, termasuk komunitas, pelanggan, pemegang saham, karyawan, dan lingkungan. Kelompok-kelompok ini menginginkan lebih dari sekadar barang dan jasa dari bisnis.

. Krisdamayanti & Retnani, (2020) menegaskan bahwa Corporate social responsibility (CSR) memberikan hasil positif dengan meningkatkan kepercayaan publik terhadap produk perusahaan, sehingga memperkuat reputasinya. Di sisi lain, reputasi yang lebih baik menarik pelanggan karena orang-orang berpikir bahwa perusahaan peduli lebih dari sekadar menghasilkan

uang. Penjualan yang lebih tinggi merupakan hasil dari minat yang lebih besar dari pelanggan. Corporate social responsibility (CSR) tidak hanya membuat para stakeholder lebih bahagia, tetapi juga meningkatkan reputasi perusahaan Chen & Wang, (2011) dan sekaligus menurunkan risiko keuangan (Farooq et al., 2025). Teori pemangku kepentingan instrumental menyatakan bahwa pengelolaan hubungan pemangku kepentingan yang efektif menandakan keterlibatan yang konstruktif dengan kelompok-kelompok penting, yang pada akhirnya menghasilkan peningkatan kinerja keuangan (Leonardo & Ratmono, 2023). Namun penelitian yang dilakukan oleh Suaidah et al., (2020); Nuurjannah & Sayidah, (2023) menyatakan bahwa corporate social responsibility memiliki tidak memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kinerja keuangan, dan kualitas audit mengubah arah hubungan antara corporate social responsibility dan kinerja keuangan. Dengan demikian, disusun hipotesis sebagai berikut:

H1: Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan

Pengaruh Leverage dalam memoderasi pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan

Berdasarkan teori stakeholder, perusahaan memiliki tanggung jawab tidak hanya kepada pemegang saham, tetapi juga kepada kreditor, investor, pemerintah, karyawan, dan masyarakat luas. Dalam konteks ini, leverage menunjukkan seberapa besar utang yang digunakan perusahaan untuk membiayai investasinya. Leverage berkaitan dengan bagaimana perusahaan menggunakan uang yang mengharuskan mereka membayar biaya tetap, dengan harapan pendapatan mereka akan lebih besar daripada biaya tersebut, yang akan meningkatkan imbal hasil bagi pemegang saham (Hamad & Cek, 2023).

Kreditor, bank, dan investor memberikan tekanan lebih besar pada perusahaan dengan leverage yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan dengan leverage yang lebih rendah. Untuk mengurangi tekanan ini, perusahaan seringkali menyediakan lebih banyak informasi kepada kreditor dan investor agar mereka tahu bahwa kewajiban kontraktual akan dipenuhi. Menurut teori sinyal, perusahaan dengan leverage yang tinggi membagikan lebih banyak informasi tentang kegiatan CSR mereka untuk mengurangi asimetri informasi dan mengurangi tekanan pada pemangku kepentingan (Kusumawati et al., 2022).

Ming dan Gee (2008), sebagaimana dirujuk dalam Nuurjannah & Sayidah, (2023), berpendapat bahwa perusahaan dengan leverage yang tinggi menanggung risiko investasi yang lebih tinggi. Namun, investor mungkin memiliki pendapat yang berbeda jika dana pinjaman juga digunakan untuk proyek-proyek produktif seperti CSR. Oleh karena itu, untuk menjaga kepercayaan investor ketika terdapat banyak utang, perusahaan perlu memastikan bahwa penggunaan utang mereka sejalan dengan keterlibatan CSR yang kuat. Pengungkapan CSR tersebut memengaruhi kinerja keuangan karena laba tidak hanya digunakan untuk membayar bunga dan dividen, tetapi juga untuk mendanai program CSR yang membantu mempertahankan dan menarik investor.

Studi empiris telah menyelidiki hubungan ini. Hamad & Cek, (2023) dan Mangune et al., (2024) menunjukkan bahwa leverage keuangan mengubah bagaimana CSR dan kinerja keuangan saling memengaruhi. Demikian pula, Kusumawati et al., (2022) menunjukkan bahwa CSR tidak memiliki dampak besar terhadap kinerja keuangan dan manajemen laba tidak berperan sebagai moderator. Namun, leverage memang memiliki dampak besar pada hubungan antara CSR dan kinerja keuangan. Dengan demikian, disusun hipotesis sebagai berikut

H2: Leverage mampu memperkuat pengaruh antara Corporate Social Responsibility (CSR) dan kinerja keuangan

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2023), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel digunakan karena dalam banyak kasus peneliti tidak mungkin meneliti seluruh populasi akibat keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya. Teknik pengambilan

sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, yaitu metode pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan penelitian. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di BEI selama periode 2021-2024.
2. Perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang menyajikan laporan keuangan dan laporan keberlanjutan secara lengkap selama periode 2021– 2024.
3. Perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang tidak mengalami kerugian selama periode 2021–2024.

Variabel dan Pengukurannya

Tabel 1 Variabel dan Pengukuran

<i>Variabel</i>	<i>Simbol</i>	<i>Indikator Pengukuran</i>
Variabel Dependen Kinerja Keuangan	ROA	Laba bersih / total aset x 100%
Variabel Independen Corporate Social Responsibility	CSR	Indikator GRI dengan ketentuan 1 apabila mengungkapkan dan 0 apabila tidak
Variabel Moderasi Leverage	DER	Total liabilitas / total equity

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi dan Objek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini merupakan perusahaan sektor consumer non- cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2024. Adapun tabel purposive sampling dalam penelitian ini, yaitu :

Tabel 2 Kriteria Sampel Penelitian

<i>No</i>	<i>Kriteria</i>	<i>Jumlah</i>
	Perusahaan sektor <i>consumer non cyclicals</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)	131
1	Perusahaan sektor <i>consumer non cyclicals</i> yang tidak terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021-2024.	(33)
2	Perusahaan sektor <i>consumer non cyclicals</i> yang tidak mempublikasikan laporan keuangan dan keberlanjutan di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021-2024.	(26)
3	Perusahaan sektor <i>consumer non cyclicals</i> yang tidak memperoleh laba secara konsisten selama periode 2021-2024.	(33)
	Jumlah Sampel Perusahaan	39
	Jumlah Keseluruhan Observasi Data (N)	156

Sumber : Data diolah, 2025.

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 3 Hasil Uji Statistik Deskriptif

	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
CSR	156	,025	,808	,43114	,173136
DER	156	,052	6,466	,84809	,834368
ROA	156	,003	,730	,10521	,095993

Valid N (listwise)	156
--------------------	-----

Sumber : Data diolah, 2025

Uji Asumsi Klasik

Tabel 4 Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		156
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0373764
	Std. Deviation	2,69662477
Most Extreme Differences	Absolute	,060
	Positive	,060
	Negative	-,057
Test Statistic		,060
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,200 ^d

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan hasil pada tabel di atas, nilai Asymp. Sig. Berada pada angka 0,200 > 0,05. Sehingga mampu dikatakan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal dan lulus uji normalitas.

Tabel 5 Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	CSR	,461	1,168
	DER	,483	1,075
	X*M	,470	1,386

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan tabel, mampu dilihat bahwa keseluruhan variabel dalam penelitian baik secara independent maupun moderasi memiliki nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10. Sehingga mampu disimpulkan data dalam penelitian ini terbebas dari gejala multikolinearitas.

Tabel 6 Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1	(Constant)	,060	,023		2,540	,012
	CSR	-,007	,047	-,017	-,146	,884
	DER	-,014	,023	-,170	-,608	,544
	X*M	,038	,041	,281	,921	,359

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan tabel, mampu dilihat bahwa seluruh variabel dalam penelitian memiliki nilai signifikansi > 0,05, sehingga dinyatakan dalam penelitian ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Tabel 7 Uji Autokorelasi

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-,07205
Cases < Test Value	78
Cases ≥ Test Value	78
Total Cases	156
Number of Runs	66
Z	-2,088
Asymp. Sig. (2-tailed)	,067
a. Median	

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai Asymp. Sig sebesar $0,067 > 0,05$, sehingga dinyatakan penelitian ini terbebas dari gejala autokorelasi.

Uji Hipotesis

Tabel 8 Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	,134	3	,045	5,267	,002 ^b
Residual	1,294	152	,009		
Total	1,428	155			
a. Dependent Variable: ROA					
b. Predictors: (Constant), X*M, CSR, DER					

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan tabel di atas, angka signifikansi pada nilai F bernilai 0,002. Hal ini menunjukkan bahwa nilai $0,001 < 0,05$, sehingga dinyatakan model dalam penelitian ini layak dan variabel independen maupun moderasi berpengaruh secara bersamaan terhadap variabel dependennya.

Tabel 9 Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,196	,031		6,302	,000
	CSR	,183	,063	,331	2,911	,004
	DER	,113	,031	,979	3,650	,001
	X*M	,215	,054	1,157	3,951	,001
a. Dependent Variable: ROA						

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan hasil uji t, variabel Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility

(CSR) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan (ROA) sehingga H1 diterima. Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa peningkatan penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) akan berdampak pada peningkatan Kinerja Keuangan Perusahaan.

Uji Moderrated Regression Analysis

Tabel 10 Uji MRA

Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,196	,031		6,302	,000
DER	,113	,031	,979	3,650	,001
X*M	,215	,054	1,157	3,951	,001

a. Dependent Variable: ROA

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan hasil uji MRA, diketahui bahwa variabel Leverage (DER) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan (ROA), demikian juga variabel interaksi antara Corporate Social Responsibility (CSR) dan Leverage (DER) juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan (ROA) dengan nilai masing-masing $0,001 < 0,05$, sehingga H2 diterima.

Pembahasan

Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan

Bedasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan, sehingga **H1 dalam penelitian ini diterima**. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, maka semakin baik pula kinerja keuangan yang dihasilkan. CSR menjadi instrumen penting bagi perusahaan untuk menjaga legitimasi di mata publik, memperoleh kepercayaan investor, serta meningkatkan reputasi jangka panjang. Dengan kata lain, CSR tidak hanya berperan sebagai tanggung jawab sosial, tetapi juga sebagai strategi bisnis yang memberikan nilai tambah secara finansial.

Hasil ini sejalan dengan teori stakeholder, yang menekankan bahwa perusahaan tidak hanya berkewajiban kepada pemegang saham, tetapi juga kepada pihak lain yang memiliki kepentingan, seperti karyawan, konsumen, masyarakat, pemerintah, hingga lingkungan. Melalui pengungkapan CSR, perusahaan dapat memenuhi ekspektasi para stakeholder tersebut. Dukungan stakeholder yang semakin kuat akan mempermudah perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, memperluas akses terhadap modal dan pasar, serta memperkuat daya saing, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan profitabilitas.

Pengungkapan CSR mencakup beberapa aspek utama. Pada aspek tata kelola (governance), perusahaan menunjukkan transparansi, integritas, dan kepatuhan terhadap regulasi. Hal ini penting untuk menurunkan risiko ketidakpercayaan investor dan menjaga citra positif perusahaan. Pada aspek sosial, CSR diwujudkan melalui program-program yang mendukung kesejahteraan karyawan, keterlibatan dalam pembangunan masyarakat, serta perlindungan hak konsumen. Implementasi CSR di bidang sosial dapat mendorong loyalitas konsumen, meningkatkan motivasi kerja karyawan, dan memperkuat hubungan harmonis dengan masyarakat sekitar.

Selain itu, aspek lingkungan juga menjadi dimensi penting dari CSR, di mana perusahaan berupaya menjaga kelestarian alam melalui pengelolaan limbah, efisiensi energi, dan pengurangan emisi. Komitmen pada aspek lingkungan tidak hanya menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap keberlanjutan, tetapi juga meningkatkan daya tarik bagi investor yang semakin memperhatikan prinsip environmental, social, and governance (ESG). Dengan demikian, pengungkapan CSR yang komprehensif pada aspek tata kelola, sosial, dan lingkungan mampu menciptakan kepercayaan stakeholder serta memberikan dampak positif terhadap kinerja keuangan

perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hamad & Cek (2023), yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan, karena pengungkapan CSR mampu meningkatkan kepercayaan stakeholder dan menciptakan citra positif perusahaan, sehingga mempermudah akses pada modal, memperluas jaringan pasar.

Pengaruh Moderasi Leverage pada Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa Leverage mampu memoderasi dengan memperkuat pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan, sehingga **H2 dalam penelitian ini diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat penggunaan utang yang tepat dapat meningkatkan efektivitas implementasi CSR dalam menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. Dengan adanya leverage, perusahaan terdorong untuk lebih berhati-hati dalam mengelola sumber daya, termasuk dalam pelaksanaan program CSR, agar mampu memberikan dampak positif terhadap profitabilitas.

Hasil ini dapat dijelaskan melalui teori stakeholder, di mana perusahaan yang memiliki kewajiban finansial lebih besar kepada kreditur akan semakin berupaya menjaga legitimasi sosialnya. Salah satu caranya adalah dengan meningkatkan kualitas pengungkapan CSR. Transparansi pada aspek tata kelola, tanggung jawab sosial terhadap karyawan dan masyarakat, serta komitmen lingkungan akan memperkuat kepercayaan kreditur dan investor bahwa perusahaan memiliki manajemen yang sehat, sehingga risiko finansial dapat ditekan.

Selain itu, leverage yang dikelola secara optimal mampu menjadi sinyal positif bagi stakeholder bahwa perusahaan memiliki kapasitas keuangan untuk membiayai aktivitas CSR tanpa mengganggu stabilitas operasional. Penerapan CSR yang konsisten pada aspek sosial, lingkungan, maupun tata kelola tidak hanya memperkuat hubungan baik dengan masyarakat dan regulator, tetapi juga meningkatkan citra perusahaan di pasar. Kondisi ini berdampak pada peningkatan loyalitas konsumen, efisiensi operasional, serta akses pendanaan yang lebih luas. Oleh karena itu, Leverage yang sehat mendorong perusahaan untuk mengoptimalkan pengungkapan CSR, sehingga mampu menghasilkan kinerja keuangan yang lebih baik sekaligus memperkuat keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dan Implikasi

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan dengan Leverage sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor Consumer Non-Cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2024 dengan jumlah sampel sebanyak 39 perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan, yang berarti semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR, baik pada aspek tata kelola, sosial, maupun lingkungan, maka semakin baik pula profitabilitas perusahaan. Selain itu, leverage terbukti memoderasi dengan memperkuat pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan sehingga penggunaan utang yang proporsional dapat mendorong perusahaan untuk lebih berhati-hati dan optimal dalam menjalankan aktivitas CSR. Temuan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan menunjukkan bahwa penerapan tanggung jawab sosial bukan hanya sekadar kewajiban moral atau regulasi, tetapi juga dapat menjadi sumber keuntungan bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan sektor consumer non-cyclicals perlu memperkuat strategi dan komitmen dalam mengintegrasikan praktik CSR pada aspek tata kelola, sosial, dan lingkungan agar mampu menciptakan nilai tambah secara finansial maupun non-finansial.

Selain itu, karena leverage terbukti memperkuat pengaruh CSR terhadap profitabilitas, maka perusahaan dengan tingkat utang relatif rendah maupun tinggi disarankan untuk mengelola struktur pendanaan secara proporsional. Hal ini penting agar aktivitas CSR yang dijalankan tidak membebani kondisi keuangan, tetapi justru mampu dimanfaatkan sebagai strategi untuk meningkatkan kepercayaan stakeholder dan mendukung profitabilitas jangka panjang.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Periode penelitian hanya mencakup tahun 2021–2024, sehingga belum mampu memberikan gambaran secara lebih luas mengenai pengaruh CSR dan leverage terhadap kinerja keuangan dalam jangka panjang.
2. Penelitian ini menggunakan CSR sebagai variabel independen dan leverage sebagai variabel moderasi, sementara faktor lain seperti ukuran perusahaan, struktur kepemilikan yang juga berpotensi memengaruhi kinerja keuangan belum dimasukkan dalam model penelitian.
3. Sampel penelitian hanya terbatas pada 39 perusahaan sektor consumer non- cyclical yang terdaftar di BEI, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada seluruh sektor industri maupun perusahaan consumer non-cyclical yang tidak terdaftar di pasar modal.

Saran

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan masukan bagi pihak terkait, yaitu:

1. Bagi perusahaan, disarankan untuk memperkuat strategi implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dengan fokus pada aspek tata kelola, sosial, dan lingkungan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian diharapkan dapat memperluas cakupan dengan memperpanjang periode observasi serta menambahkan variabel lain yang relevan dengan kinerja keuangan

REFERENSI

- Amanda, M. T., & Pranjoto, R. G. H. (2025). The Effect of Capital Structure, Profitability, Liquidity, and Company Size on Firm Value with Dividend Policy as a Moderating Variable in Construction and Building Companies Listed on the IDX for the 2019-2023 Period. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 5(1), 49–57. <https://doi.org/10.21107/jkim.v5i1.29280>
- Azahroh, N. U. (2024). Analisis Volatilitas Indeks Harga Saham Dan Indikator Makroekonomi Dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Di Tengah Dinamika VUCA. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan*, 4(11). <https://doi.org/10.17977/um066.v4.i11.2024.5>
- Chen, H., & Wang, X. (2011). Corporate social responsibility and corporate financial performance in China: An empirical research from Chinese firms. *Corporate Governance*, 11(4), 361–370. <https://doi.org/10.1108/14720701111159217>
- Dao, B. T. T., & Ta, T. D. N. (2020). A meta-analysis: capital structure and firm performance. *Journal of Economics and Development*, 22(1), 111–129. <https://doi.org/10.1108/jed-12-2019-0072>
- Dong, X. (2024). Determinants of Working Capital in Consumer Non-Cyclicals Sector: An Empirical Study on LSE-listed Companies. *Highlights in Business, Economics and Management*, 24, 2003–2008. <https://doi.org/10.54097/agpw2889>
- Duraivelu, K. (2022). Digital transformation in manufacturing industry – A comprehensive insight. *Materials Today: Proceedings*, 68, 1825–1829. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2022.07.409>
- Farooq, M., Saleem, H. M. N., Al-Jabri, Q., & Nazir, M. A. (2025). Corporate social responsibility and firm financial performance: the role of intellectual capital. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 15(3), 718–738. <https://doi.org/10.1108/JAEE-04-2024-0164>
- Hamad, H. A., & Cek, K. (2023). The Moderating Effects of Corporate Social Responsibility on Corporate Financial Performance: Evidence from OECD Countries. *Sustainability (Switzerland)*, 15(11). <https://doi.org/10.3390/su15118901>

Hsu, S.-C., Wu, K.-T., Wang, Q., & Chang, Y. (2023). Is capital structure associated with corporate social responsibility? *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 8(1). <https://doi.org/10.1186/s40991-023-00081-9>

Kordsachia, O. (2021). A risk management perspective on CSR and the marginal cost of debt: empirical evidence from Europe. In *Review of Managerial Science* (Vol. 15, Issue 6). Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/s11846-020-00392-2>

Krisdamayanti, D. C., & Retnani, E. D. (2020). Pengaruh CSR, Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(4).

Kusumawati, R., Asyilah, N. H., & Bukhori, I. (2022). Corporate Social Responsibility's (CSR) Impact on Financial Performance: Moderating Effects of Earnings Management and Leverage. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 13(2), 223–234. <https://doi.org/10.18196/mb.v13i2.12888>

Lee, H. H., Lee, M., & Ma, Y. J. (2018). Consumer responses to company disclosure of socially responsible efforts. In *Fashion and Textiles* (Vol. 5, Issue 1). <https://doi.org/10.1186/s40691-018-0142-4>

Leonardo, A., & Ratmono, D. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Kualitas Audit Sebagai Moderasi. *DIPONEGORO JOURNAL OF ACCOUNTING*, 12(4), 1–12 <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>

Machmuddah, Z., Sari, D. W., & Utomo, S. D. (2020). Corporate social responsibility, profitability and firm value: Evidence from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 631–638. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO9.631>

Mahajan, R., Lim, W. M., Sareen, M., Kumar, S., & Panwar, R. (2023). Stakeholder theory. *Journal of Business Research*, 16(6) <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114104>

Mai, N. K., An Nguyen, K. T., Do, T. T., & Phan, L. N. (2023). Corporate Social Responsibility Strategy Practices, Employee Commitment, Reputation as Sources of Competitive Advantage. *SAGE Open*, 13(4), 1–17. <https://doi.org/10.1177/21582440231216248>

Mangune, M. C., Alexander, S. W., & Mawikere, L. M. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Sektor Industri Barang dan Konsumsi Sub Sektor Industri Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2018-2021. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Hukum)*, 8(1), 124–131.

Meutia, I., Kartasari, S. F., & Yaacob, Z. (2022). Stakeholder or Legitimacy Theory? The Rationale behind a Company's Materiality Analysis: Evidence from Indonesia. *Sustainability*, 14(13), 1–20. <https://doi.org/10.3390/su14137763>

Monicasari, I. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Investment Opportunity Set Terhadap Nilai Perusahaan. *JIRA: Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(4).

Nardo, L. (2021). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Proporsi Dewan Komisaris Independen dan Leverage Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020. *Akuntansi Dan Ekonomi*, 2(1), 287–297.

Nguyen, H. T., Phan, H. V., & Vo, H. (2023). Agency problems and corporate social responsibility: Evidence from shareholder-creditor mergers. *International Review of Financial Analysis*, 90(September), 102937. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2023.102937>

- Nuurjannah, D., & Sayidah, N. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris pada Perusahaan LQ45 di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal DMS*, 12(3), 863–882. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms>
- Santika, E., Fakhruhozy, M. H., & Nur, W. M. (2022). Effect of operational risk on financial performance in banking industry IDX. XXVII(01), 123–137.
- Sari, D. F., Hariyanto, E., Wahyuni, S., & Dirgantari, N. (2023). Effectiveness of Size, Liquidity, Leverage, and Growth on CSR Disclosure Moderating Role by Profitability in Indonesian Stock Exchange (IDX). *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS : Jurnal Program Studi Akuntansi*, 9(1), 66–79. <https://doi.org/10.31289/jab.v9i1.8642>
- Sari, V. F., & Wahidawati. (2018). Pengaruh Leverage dan ESOP Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Go Public di BEI. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 7(12).
- Stratling, R. (2007). The legitimacy of corporate social responsibility. *Corporate Ownership and Control*, 4(4 A), 80–88. <https://doi.org/10.22495/cocv4i4p6>
- Suaidah, Y. M., Ayuprilia, C., & Putri, K. (2020). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *JAD: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Dewantara*, 3(2), 110–109. <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JAD/issue/view/54>
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Suryana, D., & Pratiwi, A. (2024). PENGARUH STRUKTUR MODAL DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP RETURN ON ASSET (ROA) PADA PT . HUTAMA KARYA. 3, 38–48.
- Syarief, M. E., Susilawati, R., & Mai, M. U. (2024). The Relationship between CSR and Profitability through Environmental Performance Moderation: The Use of Robust Path Analysis in Warp-PLS. *International Journal of Applied Business Research*, 6(2)(2), 189–201. <https://doi.org/10.35313/ijabr.v6i02.422>
- Titisari, K. H., Moeljadi, Ratnawati, K., & Indrawati, N. K. (2019). The roles of cost of capital, corporate governance, and corporate social responsibility in improving firm value: Evidence from Indonesia. *Investment Management and Financial Innovations*, 16(4), 28–36. [https://doi.org/10.21511/imfi.16\(4\).2019.03](https://doi.org/10.21511/imfi.16(4).2019.03)
- Warninda, T. D., & Faujiyah, S. (2023). The Effect Of Corporate Social Responsibility On Profitability With Leverage As Moderating Variable. *Journal of Management and Business Insight*, 1(1), 36–43. <https://doi.org/10.12928/jombi.v1i1.518>
- Wibawani, S. A., Prasetyo, D. A., & Suasungnarn, S. (2024). Environmental Regulation in Corporate Csr Practices in Indonesia. *PENA LAW: International Journal of Law*, 2(2), 1–7. <https://doi.org/10.56107/penalaw.v2i2.190>
- Yoon, B., & Chung, Y. (2018). The effects of corporate social responsibility on firm performance: A stakeholder approach. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 37(October), 89–96. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.10.005>