



PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR), GREEN INNOVATION, DAN REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN

(Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2022-2024)

Naia Fitrah Alia, Etna Nur Afri Yuyetta¹

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

ABSTRACT

This study aims to examine the effects of Corporate Social Responsibility (CSR), Green Innovation, and Corporate Reputation on the financial performance of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2022-2024. This study is grounded in stakeholder theory.

The population used in this study consists of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2022 to 2024. Purposive sampling was used in selecting the research sample, resulting in 195 research samples for three consecutive years (2022–2024).

The results of the analysis indicate that Corporate Social Responsibility does not have a significant direct effect on Financial Performance. Meanwhile, Green Innovation has a positive and significant effect on Financial Performance, and Corporate Reputation also has a positive and significant effect on Financial Performance..

Keywords: Corporate Social Responsibility, Green Innovation, Corporate Reputation

PENDAHULUAN

Kinerja keuangan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan melalui pengelolaan sumber daya yang efektif. Menurut (Rianto, 2023), kinerja keuangan memiliki hubungan yang erat dengan tingkat profitabilitas perusahaan. Perusahaan yang mampu beroperasi secara efisien cenderung menghasilkan laba yang lebih tinggi, sedangkan kinerja yang rendah dapat menurunkan profitabilitas perusahaan (Genu Alexandru, 2019).

Untuk mempertahankan kinerja keuangan yang berkelanjutan, perusahaan perlu menerapkan berbagai strategi, salah satunya melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan tidak hanya kepada pemegang saham, tetapi juga kepada masyarakat dan *stakeholder* lainnya (Wang et al., 2016). Seiring perkembangannya, CSR telah menjadi bagian penting dari praktik bisnis modern dan didukung oleh Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan (Richardo & Nasution, 2013). Pelaksanaan CSR diyakini mampu memperkuat hubungan dengan *stakeholder*, meningkatkan citra perusahaan, serta mendorong peningkatan profitabilitas perusahaan (Huda & Pratiwi, 2024).

Selain CSR, perusahaan juga dituntut untuk menerapkan *green innovation* sebagai respons terhadap meningkatnya tekanan lingkungan dan tuntutan regulasi (Zidane, 2025). *Green innovation* dilakukan melalui pengembangan produk ramah lingkungan dan perbaikan proses produksi yang lebih efisien dalam penggunaan sumber daya (Helmi &

¹ Corresponding author

Widiastuty, 2023). Praktik ini tidak hanya membantu mengurangi dampak lingkungan, tetapi juga berpotensi meningkatkan efisiensi operasional perusahaan.

Implementasi CSR dan *green innovation* yang konsisten dapat membentuk reputasi perusahaan yang positif. Reputasi perusahaan merupakan aset strategis yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif (Barney, 1991). Reputasi yang baik dapat meningkatkan kepercayaan *stakeholder*, menarik investor, serta memperkuat loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan kinerja keuangan perusahaan (Al-Ghufroni & Sisdianto, 2024).

Meskipun demikian, hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan inkonsistensi. Penelitian (Siregar, 2021) dan (Tomiriyyah & Harimurti, 2025) menemukan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan, sedangkan (Pertiwi & Moin, 2024) menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Selain itu, (Tomiriyyah & Harimurti, 2025) juga menemukan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.

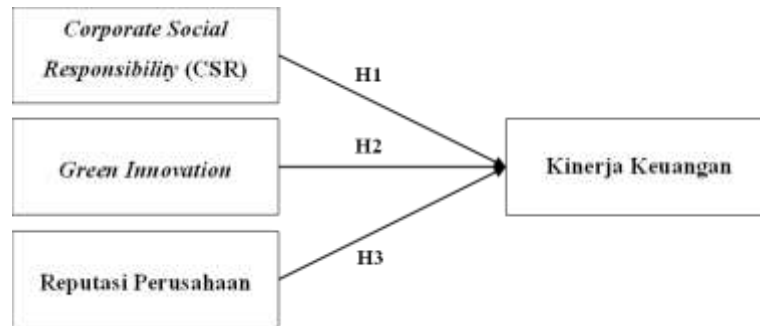
Selain adanya perbedaan hasil penelitian, sebagian penelitian terdahulu menggunakan objek sektor kesehatan (Alfawaz & Fathah, 2021) dan perbankan BUMN (Monintja et al., 2025) yang memiliki karakteristik berbeda dengan sektor manufaktur. Di samping itu, penelitian yang mengintegrasikan CSR, *green innovation*, dan reputasi perusahaan dalam satu model penelitian masih relatif terbatas, khususnya pada perusahaan manufaktur di Indonesia. Berdasarkan *research gap* tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* (CSR), *green innovation*, dan reputasi perusahaan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* yang dikemukakan oleh Freeman (1984) menjelaskan bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi pada kepentingan pemegang saham, tetapi juga perlu memperhatikan berbagai pihak lain yang memiliki keterkaitan dengan aktivitas dan tujuan perusahaan, baik pihak yang memengaruhi maupun yang terdampak oleh keberadaan perusahaan tersebut. Perusahaan pada dasarnya merupakan jaringan hubungan antara berbagai pihak yang memiliki kepentingan yang sah terhadap aktivitas perusahaan. Tanggung jawab perusahaan tidak hanya terbatas pada pemegang saham, tetapi juga mencakup kelompok lain seperti karyawan, pelanggan, pemasok, masyarakat, dan pemerintah. Kepentingan para *stakeholder* tersebut perlu diperhatikan karena memiliki nilai tersendiri, bukan semata-mata didasarkan pada kontribusinya terhadap pencapaian keuntungan perusahaan, melainkan karena mereka turut terdampak oleh keputusan dan kegiatan operasional perusahaan (Donaldson & Preston, 1995). Dalam penelitian ini, CSR dan *green innovation* merupakan bentuk pemenuhan harapan *stakeholder* yang dapat memperkuat reputasi perusahaan. Reputasi yang baik selanjutnya berpotensi meningkatkan kepercayaan *stakeholder* dan mendukung kinerja keuangan perusahaan. Oleh karena itu, teori *stakeholder* digunakan untuk menjelaskan hubungan antara CSR, *green innovation*, reputasi perusahaan, dan kinerja keuangan.

Kerangka Pemikiran



Perumusan Hipotesis

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan

Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan perlu memperhatikan kepentingan berbagai pihak yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan, tidak hanya pemegang saham Freeman (1984). Salah satu bentuk pemenuhan tanggung jawab tersebut adalah melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pelaksanaan CSR yang baik dapat meningkatkan kepercayaan *stakeholder*, memperkuat citra perusahaan, serta menciptakan hubungan yang lebih harmonis dengan masyarakat dan investor. Kondisi tersebut berpotensi meningkatkan loyalitas pelanggan dan dukungan *stakeholder* yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Penelitian (Siregar, 2021) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Temuan serupa juga diperoleh (Jao et al., 2024) yang menemukan bahwa aktivitas CSR mampu meningkatkan nilai perusahaan dan menarik minat investor. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan

Pengaruh *Green Innovation* terhadap Kinerja Keuangan

Green innovation merupakan inovasi yang berorientasi pada pengembangan produk, proses, maupun teknologi yang ramah lingkungan. Dalam perspektif teori *stakeholder*, penerapan *green innovation* menunjukkan komitmen perusahaan dalam memenuhi tuntutan *stakeholder* terhadap praktik bisnis yang berkelanjutan. Selain mengurangi dampak lingkungan, *green innovation* juga dapat meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya dan menekan biaya operasional perusahaan. (Xie et al., 2019) menyatakan bahwa *green innovation* mampu meningkatkan efisiensi produksi sekaligus memperkuat daya saing perusahaan. Penelitian (Liu et al., 2024) juga membuktikan bahwa *green innovation* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H2: *Green Innovation* berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan

Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan

Reputasi perusahaan merupakan aset tidak berwujud yang mencerminkan persepsi *stakeholder* terhadap perusahaan. Dalam teori *stakeholder*, reputasi yang baik menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam memenuhi harapan *stakeholder* sehingga mampu

meningkatkan kepercayaan investor, loyalitas pelanggan, dan hubungan yang lebih baik dengan mitra bisnis. Perusahaan yang memiliki reputasi baik cenderung lebih mudah memperoleh dukungan *stakeholder* dan memiliki posisi kompetitif yang lebih kuat dibandingkan perusahaan dengan reputasi yang rendah. Penelitian (Tomiriyyah & Harimurti, 2025) menunjukkan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H3: Reputasi Perusahaan berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian dan Pengukuran

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kinerja Keuangan. kinerja keuangan diproksikan menggunakan *Return on Assets* (ROA) karena indikator ini mampu menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari total aset yang dikelola (Kasmir, 2019).

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas *corporate social responsibility* (CSR), *green innovation*, dan reputasi perusahaan. CSR merupakan tanggung jawab sosial perusahaan yang diukur menggunakan indeks pengungkapan berdasarkan standar GRI 2021 yang mencakup aspek ekonomi dan sosial. Nilai CSR diperoleh dengan membandingkan jumlah item yang diungkapkan perusahaan dengan jumlah keseluruhan item pengungkapan yang digunakan dalam penelitian. *Green innovation* merupakan upaya perusahaan dalam mengembangkan inovasi yang ramah lingkungan yang diukur menggunakan jumlah kepemilikan *green patent*. Pengukuran dilakukan dengan menghitung jumlah paten hijau yang dimiliki perusahaan selama periode penelitian. Reputasi perusahaan merupakan persepsi *stakeholder* terhadap kredibilitas dan kinerja perusahaan yang diukur menggunakan *Market to Book Value* (MBV), yaitu perbandingan antara nilai pasar perusahaan dengan nilai bukunya. Semakin tinggi nilai MBV menunjukkan semakin baik reputasi perusahaan di mata investor.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini berupa sektor manufaktur meliputi semua subsektor yang dikelompokkan oleh BEI. Metode *purposive sampling* digunakan untuk menentukan sampel dengan cara menyesuaikannya terhadap kriteria tertentu sesuai tujuan penelitian meliputi:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2022 hingga 2024.
2. Perusahaan manufaktur yang secara konsisten mempublikasikan *annual report*, *financial report*, dan *sustainability report* dari tahun 2022 hingga 2024.
3. Perusahaan yang secara konsisten memiliki data lengkap dalam menerbitkan laporan keberlanjutan untuk variabel *Green Innovation* pada tahun 2022-2024
4. Perusahaan yang secara konsisten memiliki data lengkap untuk variabel Reputasi Perusahaan pada tahun 2022-2024
5. Perusahaan yang secara konsisten memiliki data lengkap untuk variabel ROA pada tahun 2022-2024
6. Perusahaan manufaktur yang secara konsisten mengungkapkan indikator berbasis standar GRI 2021 dari tahun 2022 hingga 2024.



Metode Analisis

Analisis statistik dilakukan dengan memanfaatkan *software* IBM SPSS Statistics 26 dan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Keterangan:

Y	= Kinerja Keuangan
α	= Koefisien Konstanta
B	= Koefisien Regresi
X1	= <i>Corporate Social Responsibility</i>
X2	= <i>Green Innovation</i>
X3	= Reputasi Perusahaan

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Mengacu pada kriteria pemilihan sampel, maka adapun sampel yang berhasil dikumpulkan dalam penelitian ini dari Bursa Efek Indonesia (BEI) sepanjang periode 2022-2024 sebagai berikut:

Tabel 1
Populasi dan Sampel

No.	Kriteria Sampel	Jumlah
1.	Perusahaan sektor manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2022–2024	345
2.	Perusahaan yang tidak konsisten menerbitkan <i>annual report</i> , <i>financial report</i> , dan <i>sustainability report</i> selama periode 2022–2024	(81)
3.	Perusahaan yang tidak konsisten mempunyai data untuk variabel <i>Green Innovation</i> pada tahun 2022-2024	(7)
4.	Perusahaan yang tidak konsisten mempunyai data untuk variabel Reputasi Perusahaan pada tahun 2022-2024	(15)
5.	Perusahaan yang tidak konsisten mempunyai data untuk variabel ROA pada tahun 2022-2024	(6)
6.	Perusahaan yang tidak konsisten mempunyai data dalam mengungkapkan Standar GRI 2021 pada tahun 2022-2024	(171)
Jumlah perusahaan sektor manufaktur yang sesuai kriteria		65
Jumlah sampel akhir penelitian (65 x 3 tahun)		195

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2026.

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif mengungkapkan gambaran suatu data yang dilihat dari nilai mean, nilai maksimum, deviasi standar, dan nilai minimum dari kumpulan data untuk menunjukkan atau menjelaskan karakteristiknya (Ghozali, 2021). Statistik deskriptif dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Corporate Social Responsibility	195	.170	1.000	.51814	.193056
Green Innovation	195	.625	1.000	.86026	.097606
Reputasi Perusahaan	195	.228	44.857	2.42377	5.075943
Return on Asset	195	-.191	.351	.06874	.0,081898

Sumber: Data sekunder diolah, 2026

Berdasarkan hasil statistik deskriptif terhadap 195 sampel perusahaan, variabel corporate social responsibility (CSR) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,51814 yang menunjukkan bahwa perusahaan sampel rata-rata mengungkapkan 51,81% item CSR yang menjadi indikator penelitian. Nilai maksimum sebesar 1,000 terdapat pada perusahaan INCO dan TINS tahun 2023, sedangkan nilai minimum sebesar 0,170 terdapat pada perusahaan COCO tahun 2022.

Variabel green innovation memiliki nilai rata-rata sebesar 0,86026 yang menunjukkan bahwa perusahaan sampel telah mengungkapkan sekitar 86,03% indikator green innovation, sehingga dapat dikategorikan tinggi. Nilai maksimum sebesar 1,000 terdapat pada perusahaan CMRY tahun 2022, TPIA tahun 2023, dan UNVR tahun 2024, sedangkan nilai minimum sebesar 0,625 terdapat pada perusahaan KBLI tahun 2023.

Variabel reputasi perusahaan memiliki nilai rata-rata sebesar 2,42377 yang menunjukkan bahwa nilai pasar perusahaan rata-rata 2,42 kali lebih tinggi dibandingkan nilai bukunya, sehingga mencerminkan reputasi yang relatif baik. Nilai maksimum sebesar 44,857 terdapat pada perusahaan UNVR tahun 2022, sedangkan nilai minimum sebesar 0,228 terdapat pada perusahaan MRAT tahun 2024.

Variabel kinerja keuangan yang diproksikan dengan Return on Assets (ROA) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,06874 atau 6,87%, yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimiliki. Nilai maksimum sebesar 0,351 terdapat pada perusahaan CITA tahun 2024, sedangkan nilai minimum sebesar -0,191 terdapat pada perusahaan KINO tahun 2022 yang menunjukkan adanya kerugian.

Uji Asumsi Klasik

Tujuan dari tahap ini adalah untuk memastikan keabsahan dan validitas data yang akan digunakan dalam analisis lebih lanjut pada tahapan pengujian berikutnya (Ghozali, 2021).

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

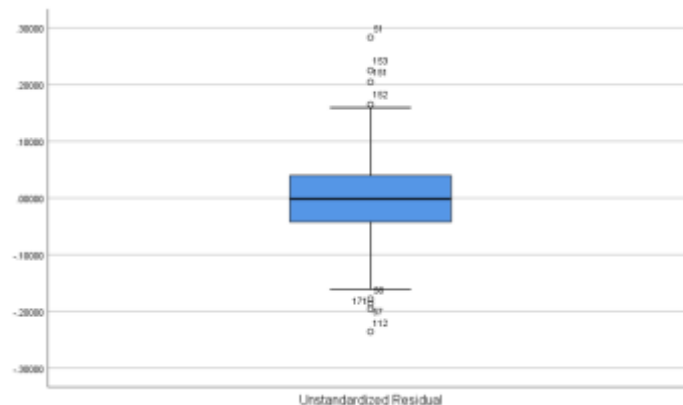
	Kolmogorov-Smirnov Test			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	0,083	195	0,002	0,983	195	0,017***

Signifikansi level: *p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01

Sumber: Output IBM SPSS 26, data sekunder yang diolah (2026)

Hasil uji normalitas pada Tabel 3 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,017 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 5%. Hal ini menunjukkan bahwa data residual tidak berdistribusi normal.

Gambar Tabel 1
Boxplot Data Outlier



Hasil boxplot menunjukkan terdapat 8 observasi yang teridentifikasi sebagai *outlier*, yaitu observasi ke-51, 56, 57, 112, 151, 152, 153, dan 171. Karena penelitian ini menggunakan data panel seimbang (*balanced panel*), penghapusan tidak hanya dilakukan pada observasi yang terindikasi *outlier*, tetapi juga pada seluruh data perusahaan yang memiliki observasi tersebut. Oleh karena itu, sebanyak 5 perusahaan dikeluarkan dari sampel penelitian. Penghapusan tersebut menyebabkan berkurangnya 15 observasi selama periode penelitian, sehingga jumlah data akhir yang digunakan dalam analisis menjadi 180 observasi.

Tabel 4
Statistik Deskriptif setelah Penghapusan Outlier

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Corporate Social Responsibility	180	.208	1.000	.52411	.196573
Green Innovation	180	.625	1.000	.86042	.098234
Reputasi Perusahaan	180	.228	44.857	2.50407	5.270681
Return on Asset	180	-.084	.287	.07011	.068894

Sumber: Data sekunder diolah, 2026

Berdasarkan hasil statistik deskriptif terhadap 189 sampel perusahaan, variabel *corporate social responsibility* (CSR) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,52411, dengan nilai maksimum 1,000 pada perusahaan INCO dan TINS tahun 2023 serta nilai minimum 0,208 pada perusahaan SMSM tahun 2022.

Variabel *green innovation* memiliki nilai rata-rata sebesar 0,86042 yang menunjukkan tingginya tingkat pengungkapan inovasi ramah lingkungan. Nilai maksimum sebesar 1,000 terdapat pada perusahaan CMRY tahun 2022, TPIA tahun 2023, dan UNVR tahun 2024, sedangkan nilai minimum sebesar 0,625 terdapat pada perusahaan KBLI tahun 2023.

Variabel reputasi perusahaan memiliki nilai rata-rata sebesar 2,50407 yang menunjukkan bahwa nilai pasar perusahaan rata-rata 2,50 kali lebih tinggi dibandingkan nilai bukunya. Nilai maksimum sebesar 44,857 terdapat pada perusahaan UNVR tahun 2022, sedangkan nilai minimum sebesar 0,228 terdapat pada perusahaan MRAT tahun 2024.



Variabel kinerja keuangan yang diproksikan dengan ROA memiliki nilai rata-rata sebesar 0,07011 atau 7,01%. Nilai maksimum sebesar 0,287 terdapat pada perusahaan UNVR tahun 2022, sedangkan nilai minimum sebesar -0,084 terdapat pada perusahaan JAWA tahun 2022.

Tabel 5
Hasil Uji Normalitas setelah Penghapusan Outlier

	Kolmogorov-Smirnov Test			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	.061	180	.200	.992	180	.458*

Signifikansi level: * $p < 0.1$; ** $p < 0.05$; *** $p < 0.01$

Sumber: Output IBM SPSS 26, data sekunder yang diolah (2026)

Hasil uji normalitas pada Tabel 5 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,458 yang jauh lebih besar dari 0,10 sehingga asumsi normalitas dalam model regresi mencukupi syarat ($\alpha > 10\%$).

Tabel 6
Hasil Uji Multikolinearitas

<i>Variabel</i>	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
<i>Corporate Social Responsibility</i>	.985	1.015
<i>Green Innovation</i>	.940	1.064
Reputasi Perusahaan	.929	1.077

Sumber: Output IBM SPSS 26, data sekunder yang diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 6, seluruh variabel independen memiliki nilai VIF di bawah 10 dan nilai *tolerance* di atas 0,10. Hal ini menunjukkan tidak ada pelanggaran pada asumsi multikolinearitas.

Tabel 7
Hasil Uji Heteroskedastisitas

	<i>Model</i>	<i>Sig.</i>
1	(Constant)	.101
	<i>Corporate Social Responsibility</i>	.187*
	<i>Green Innovation</i>	.567*
	Reputasi Perusahaan	.619*

Signifikansi level: * $p < 0.1$; ** $p < 0.05$; *** $p < 0.01$

Sumber: Output IBM SPSS 26, data sekunder yang diolah (2026)

Tabel 7 Uji Heteroskedastisitas melalui uji Glesjser dengan nilai signifikan lebih besar dari 0,05, nilai tersebut dinyatakan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Tabel 8
Hasil Uji Autokorelasi

<i>Model Summary^b</i>					
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	.433 ^a	.187	.174	.062628	.968
a. Predictors: (Constant), Reputasi Perusahaan, Corporate Social Responsibility, Green Innovation					
b. Dependent Variable: Return on Asset					

Sumber: Output IBM SPSS 26, data sekunder yang diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 8, hasil uji autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson menunjukkan nilai DW sebesar 0,968. Berdasarkan tabel Durbin Watson dengan jumlah sampel (n) sebesar 180, diperoleh nilai batas atas dU sebesar 1,7901. Sesuai dengan kriteria pengujian Durbin-Watson, apabila nilai $DW < dU$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat autokorelasi positif dalam model regresi.

Kondisi ini menunjukkan bahwa model regresi belum memenuhi asumsi klasik. Menurut (Ghozali, 2021), apabila model regresi tidak memenuhi asumsi klasik, maka diperlukan langkah perbaikan agar hasil estimasi tetap valid dan dapat diinterpretasikan dengan baik. Salah satu metode yang digunakan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah metode *Cochrane Orcutt* (Adrianto et al., 2023). Oleh karena itu, dilakukan pengolahan data menggunakan metode *Cochrane Orcutt* untuk menghilangkan autokorelasi dalam model regresi

Tabel 9
Hasil Uji Autokorelasi setelah Pengobatan *Cochrane Orcutt*

<i>Model Summary^b</i>					
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	.356 ^a	.126	.111	.05361	1.878
a. Predictors: (Constant), Reputasi Perusahaan, Corporate Social Responsibility, Green Innovation					
b. Dependent Variable: Return on Asset					

Sumber: Output IBM SPSS 26, data sekunder yang diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 9, hasil perhitungan autokorelasi menggunakan uji Durbin Watson setelah penerapan metode *Cochrane Orcutt* yang menghasilkan nilai DW sebesar 1,878. Berdasarkan tabel Durbin Watson dengan jumlah sampel akhir sebanyak 179, diperoleh nilai dU sebesar 1,7896. Mengacu pada kriteria pengujian, apabila nilai DW berada di antara dU dan $(4 - dU)$, maka model regresi tidak mengandung autokorelasi. Oleh karena itu, karena nilai DW sebesar 1,878 lebih besar dari dU sebesar 1,7896 dan berada dalam rentang $dU < DW < (4 - dU)$, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami autokorelasi.

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 10
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

<i>Model</i>	<i>Unstandardized</i>		<i>Standardized</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>Coefficients</i>		<i>Coefficients</i>		
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
(Constant)	-.003	.023		-.137	.891
<i>Corporate Social Responsibility</i>	-.023	.024	-.069	-.969	.334
<i>Green Innovation</i>	.091	.051	-.130	1.791	.075**
Reputasi Perusahaan	.004	.001	.305	4.139	.000***

Signifikansi level: * $p < 0.1$; ** $p < 0.05$; *** $p < 0.01$

Sumber: Output IBM SPSS 26, data sekunder yang diolah (2026)

Hasil analisis regresi pada Tabel 10 menunjukkan konstanta sebesar -0,003. *Corporate social responsibility* berkoefisien negatif -0,023, *green innovation* berkoefisien positif 0,091, dan reputasi perusahaan berkoefisien positif 0,004. Sehingga H1 ditolak serta H2 dan H3 diterima.

Uji Hipotesis

Pada tahap ini, penelitian akan menganalisis apakah terdapat hubungan antara *corporate social responsibility*, *green innovation*, dan reputasi perusahaan terhadap kinerja keuangan.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 11
Hasil Uji F

<i>Model</i>		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	Regression	.073	3	.024	8.440	.000***
	Residual	.503	175	.003		
	Total	.576	178			

Signifikansi level: * $p < 0.1$; ** $p < 0.05$; *** $p < 0.01$

Sumber: Output IBM SPSS 26, data sekunder yang diolah (2026)

Hasil uji kelayakan model menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,1$, sehingga *corporate social responsibility*, *green innovation*, dan reputasi perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan pada level 1% dan model penelitian dinilai layak digunakan.

Uji Koefisien Determinan (R^2)

Tabel 12
Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	.356 ^a	.126	.111	.05361	1.878

Sumber: Output IBM SPSS 26, data sekunder yang diolah (2026)

nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,111 menunjukkan bahwa *corporate social responsibility*, *green innovation*, dan reputasi perusahaan mampu menjelaskan kinerja keuangan sebesar 11,1%, sedangkan sisanya sebesar 88,9%% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t)

Tabel 13
Hasil Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
		Std.			
	B	Error	Beta		
(Constant)	-.003	.023		-.137	.891
Corporate Social Responsibility	-.023	.024	-.069	-.969	.334
Green Innovation	.091	.051	-.130	1.791	.075*
Reputasi Perusahaan	.004	.001	.305	4.139	.000***

Signifikansi level: * $p < 0.1$; ** $p < 0.05$; *** $p < 0.01$

Sumber: Output IBM SPSS 26, data sekunder yang diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji t, *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan dengan nilai signifikansi 0,334. Sementara itu, *green innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan dengan nilai signifikansi 0,075. Reputasi Perusahaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan dengan nilai signifikansi 0,000.

Pembahasan

Pengaruh Audit *Tenure* terhadap Kualitas Audit

Berdasarkan hasil pengujian, variabel *corporate social responsibility* memiliki koefisien regresi sebesar -0,023 dengan nilai signifikansi 0,334, sehingga menunjukkan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan pada tingkat $\alpha > 10\%$ sehingga **HI ditolak**. Hasil tersebut menunjukkan bahwa manfaat CSR tidak selalu dapat meningkatkan kinerja keuangan secara langsung, terutama karena biaya implementasinya relatif besar dan manfaatnya lebih bersifat jangka panjang. Selain itu, CSR di Indonesia merupakan kewajiban perusahaan berdasarkan regulasi, sehingga pelaksanaannya sering kali lebih berorientasi pada kepatuhan daripada penciptaan keuntungan ekonomi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Pertiwi & Moin (2024) dan Hermanto (2025). Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan Siregar (2021b) yang menemukan bahwa CSR dapat



meningkatkan kinerja keuangan melalui peningkatan kepercayaan konsumen dan penjualan perusahaan.

Pengaruh *Green Innovation* terhadap Kinerja Keuangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green innovation* memiliki koefisien regresi sebesar 0,091 dengan nilai signifikansi 0,075, yang berarti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan pada tingkat $\alpha \leq 10\%$ sehingga **H2 diterima**. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penerapan *green innovation* dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Inovasi ramah lingkungan membantu perusahaan meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya, menekan biaya operasional, mengurangi dampak lingkungan, serta menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.. Temuan ini mendukung penelitian Afrida & Setyorini (2024).

Pengaruh *Audit Fee* terhadap Kualitas Audit

Hasil pengujian menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,004 dengan nilai signifikansi 0,000 pada tingkat $\alpha \leq 1\%$, sehingga **H3 diterima**. Hasil tersebut menunjukkan bahwa reputasi perusahaan yang baik mampu meningkatkan kinerja keuangan. Reputasi yang positif mencerminkan tingkat kepercayaan dan kredibilitas perusahaan di mata *stakeholder*, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, menarik investor, memperluas pangsa pasar, serta mempermudah akses pendanaan. Kondisi tersebut mendorong perusahaan mengelola aset secara lebih efektif dalam menghasilkan laba, yang tercermin pada peningkatan ROA. Temuan ini sejalan dengan penelitian Tomiriyyah & Harimurti (2025).

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Green Innovation*, dan Reputasi Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024. Sampel penelitian diperoleh menggunakan metode *purposive sampling*. Setelah penghapusan *outlier* pada data *balanced panel*, jumlah observasi yang digunakan sebanyak 180.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan, yang mengindikasikan bahwa manfaat CSR belum mampu memberikan dampak finansial secara langsung dalam jangka pendek. Sebaliknya, *Green Innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan, sehingga penerapan inovasi ramah lingkungan dapat meningkatkan efisiensi, daya saing, dan kepercayaan *stakeholder*. Selain itu, Reputasi Perusahaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan, yang menunjukkan bahwa reputasi merupakan aset strategis yang mampu menciptakan nilai ekonomi melalui peningkatan kepercayaan *stakeholder* dan keunggulan kompetitif perusahaan.



REFERENSI

- Adrianto, S., Balqis, I. H. N., Soetanto, C. Z. N., & Ohhyver, M. (2023). *Cochrane orcutt method to overcome autocorrelation in modeling factors affecting the number of hotel visitors in Indonesia*. In *Procedia Computer Science* (Vol. 216, pp. 630–638). Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.12.178>
- Al-Ghufroni, A. T., & Sisdianto, E. (2024). Meningkatkan Reputasi Perusahaan Melalui Etika Bisnis dan Kepedulian Lingkungan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 195–208. <https://doi.org/10.61722/jemba.v1i4.505>
- Alfawaz, R., & Fathah, R. N. (2021). Analisis pengungkapan corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan sektor industri kesehatan. *Corporate Social Responsibility, Return On Asset, Return On Equity, Net Profit Margin.*, 167–186.
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained advantage. *Journal of Management*.
- Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995). The Stakeholder Theory of the Corporation : Concepts, Evidence, and Implications, 20(1), 65–91.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Berkeley.
- Genu Alexandru, C. (2019). *The Role of Profitability Rates and Profit Marginsin AssessingThe Company's Financial Performance*. Retrieved from <http://www.mfinante.gov.ro/infocodfiscal.html>
- Ghozali, I. (2021). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE dengan Program IBM SPSS 26 IBM SPSS*.
- Helmi, W. M., & Widiastuty, E. (2023). Effect of green innovation and green process innovation on firm performance. *Jurnal Riset Akuntansi Aksioma*, 22(1), 55–69. <https://doi.org/10.29303/aksioma.v22i1.203>
- Huda, N., & Pratiwi, A. (2024). Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia (bei), 5(2), 1047–1054.
- Jao, R., Randa, F., Holy, A., & Laorens, E. (2024). Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan reputasi perusahaan dan kinerja keuangan sebagai variabel mediasi, 9(2), 173–192.
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*.
- Liu, M., Liu, L., & Feng, A. (2024). The Impact of Environmental Assessment of Green Innovation on Corporate Performance and an Empirical Study, 16, 1–19.
- Monintja, F. T., Rogahang, J. J., & Mangindaan, J. V. (2025). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Bank BUMN, 6(3), 203–209.
- Pertiwi, N. M., & Moin, A. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan dan Reputasi Perusahaan, 03(1), 241–250. Retrieved from <https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- Rianto. (2023). The Effect of Profitability on Financial Peformance with GCG and Stock Price as Moderating Variables, 08(01), 2023.
- Richardo, S., & Nasution, B. (2013). Tanggung Jawab Direksi Dalam Menjalankan Csr (CorporateSocial Responsibility) Berdasarkan Peraturan PemerintahNomor 47 Tahun 2012. *Jurnal Hukum Ekonomi*, 2(2), 1–1.
- Siregar, S. A. (2021). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI tahun 2014-2019). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2), 3–16.
- Tomiriyah, L. A. P., & Harimurti, F. (2025). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Reputasi Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris pada, 6(2), 1354–1361.
- Wang, H., Tong, L., Takeuchi, R., & George, G. (2016). Corporate Social Responsibility :



An Overview and New Research Directions : Thematic Issue on Corporate Social Responsibility, 59(2), 534–544.

Xie, X., Huo, J., & Zou, H. (2019). Green process innovation, green product innovation, and corporate financial performance: A content analysis method. *Journal of Business Research*, 101, 697–706.

Zidane, E. M. (2025). *Literatur Review: Pengaruh Green Innovation pada Nilai Perusahaan*.