

Pengaruh *Environmental Performance* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Financial Performance*
(Studi Kasus pada Sektor Industri Barang Konsumsi Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022)

Siti Salwa Nurhaliza

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Achmad Yani
Sitalwa_20p130@ak.unjani.ac.id

Ifan Wicaksana

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Achmad Yani
Ifanwicaksana.ak@lecture.unjani.ac.id

Abstract

In carrying out the company's operations, it is important to pay attention to the impact of the company's operations on the environment and be responsible for the impacts caused by the operations, this is important to do so that the company is not only concerned with profit and paying attention to the environment and surrounding communities. This study aims to determine how environmental performance and corporate social responsibility affect financial performance in the Manufacturing Consumer Goods Industry sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2018-2022 period. The population used in this study are companies in the manufacturing consumer goods industry sector listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2018-2022, with the sampling technique used in this study being purposive sampling with non-probability sampling type, then from the results of sampling carried out obtained as many as 6 companies or 30 sample data. In analyzing the data, this research will use multiple linear regression analysis. From the results of hypothesis testing, it is found that environmental performance affects financial performance, while corporate social responsibility has no effect on financial performance.

Keywords: *environmental performance, corporate social responsibility, financial performance.*

Abstrak

Dalam pelaksanaan operasional perusahaan, penting untuk memperhatikan dampak dari operasional perusahaan terhadap lingkungan dan bertanggung jawab atas dampak yang ditimbulkan dari operasional tersebut, hal ini penting untuk dilakukan agar perusahaan tidak hanya mementingkan laba dan memperhatikan lingkungan dan masyarakat sekitar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *environmental performance* dan *corporate social responsibility* mempengaruhi *financial performance* pada perusahaan sektor Industri Barang

Konsumsi Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor industri barang konsumsi manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022, dengan teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jenis *non-probability sampling*, kemudian dari hasil *sampling* yang dilakukan didapatkan sebanyak 6 perusahaan atau 30 data sampel. Dalam melakukan analisis data, penelitian ini akan menggunakan analisis regresi linear berganda. Dari hasil pengujian hipotesis ditemukan apabila *environmental performance* berpengaruh terhadap *financial performance*, sedangkan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap *financial performance*.

Kata Kunci: *environmental performance*, *corporate social responsibility*, *financial performance*.

I. PENDAHULUAN

Tujuan utama perusahaan adalah menghasilkan laba. Oleh karena itu para pelaku bisnis dituntut bisa mengelola sumber daya yang mereka miliki agar lebih efektif dan efisien. Hal ini menunjang apa yang telah menjadi tujuan utama perusahaan yaitu untuk meningkatkan laba perusahaan (Niasari, 2017). Tingkat laba yang terus meningkat mencapai keuntungan maksimum merupakan indikator yang lebih baik untuk kinerja keuangan sebuah perusahaan, kinerja keuangan diposisikan sebagai penentu *sustainability* perusahaan. Namun dalam upaya untuk menghasilkan laba tersebut, perusahaan kerap kali mengabaikan berbagai dampak. Prinsip untuk mendapatkan keuntungan yang besar sering diutamakan oleh perusahaan, sehingga perusahaan banyak mengesampingkan banyak hal seperti ketidakefektifan manajemen, serta pengabaian terhadap pelestarian dan kinerja lingkungan (Sagala & Ratmono, 2019). Pencapaian yang diraih oleh suatu bisnis perusahaan dapat dilihat dari laba yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Dalam menjalankan operasionalnya perusahaan memiliki tanggung jawab untuk meningkatkan laba demi kepentingan pemegang saham (*stakeholders*), namun disisi lain memperhatikan lingkungan (*environment*) dan masyarakat (*people*) tempatnya melakukan kegiatan usaha. Lingkungan hidup merupakan aspek penting dalam kegiatan bisnis yang semakin diperhatikan oleh perusahaan-perusahaan di seluruh dunia. Perusahaan diharapkan tidak hanya fokus pada tujuan keuntungan semata, tetapi juga memperhatikan dampak lingkungan yang ditimbulkan dari kegiatan bisnis mereka (Pondrinal, 2021).

Masalah lingkungan yang disebabkan oleh perusahaan bukan suatu hal yang baru. Pada tahun 2020, tercatat 305 perusahaan yang belum mentaati aturan lingkungan yang memberi dampak buruk pada lingkungan hidup (Kompas.id). Ada dua aspek kunci yang perlu diperhatikan untuk menciptakan kondisi sinergis antara

perusahaan dan masyarakat. Aspek pertama adalah *economy aspect*. Dengan kata lain, perusahaan harus berorientasi pada laba. Aspek kedua adalah *social aspect* dimana perusahaan mesti memberi kontribusi langsung pada masyarakat dan lingkungan. Salah satu cara untuk menciptakan kondisi sinergis antara perusahaan dan masyarakat adalah dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. (Sembiring, 2020). Keseimbangan antara kegiatan bisnis, sosial dan lingkungan harus terjaga demi kelangsungan perusahaan. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan salah satu komitmen yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab atas operasional bisnisnya yang berdampak sosial serta lingkungan. Program harus dengan baik dirancang guna menuai manfaat sebanyak mungkin bagi masyarakat dan lingkungan yang terkena dampak (Wicaksono et al., 2021).

Perancangan program *Corporate Social Responsibility* dengan baik diperlukan agar tidak terjadi kegagalan dari program tersebut, dan mengakibatkan dampak yang lebih buruk. Seperti halnya kasus kegagalan *Corporate Social Responsibility* yang pernah terjadi di Indonesia berikut:

Tabel 1. Kasus Kegagalan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia

No	Perusahaan	Lokasi	Tahun	Kasus
1	PT Lapindo Brantas	Sidoarjo, Jawa Timur	2006 - 2019	Semburan lumpur panas di sekitar Daerah pengeboran menenggelamkan ribuan rumah
2	PT Medco Energi Internasional Tbk	Aceh Timur, Aceh	2022	Polusi udara bau gas akibat kebocoran gas yang mengakibatkan beberapa warga mengalami muntah dan sesak nafas.
3	PT Pertamina Hulu Energi Offshore North West Java	Karawang, Jawa Barat	2019	Pencemaran akibat tumpahan minyak ke laut yang mengakibatkan kerugian bagi masyarakat pesisir pantai Jawa Barat.

Kegagalan *Corporate Social Responsibility* dapat menyebabkan dampak yang lebih fatal dibandingkan dengan operasional perusahaan sehari-hari. Hal ini juga menandakan bahwa kinerja lingkungan dari perusahaan perlu untuk mendapatkan perhatian yang serius. *Environmental performance* menurut (Mauliddina, 2018) *environmental performance* adalah suatu hasil yang terukur dari sistem pengelolaan lingkungan. *Environmental performance* mengukur seberapa besar perhatian perusahaan untuk ikut andil dalam pelestarian lingkungan dalam bentuk tingkatan atau peringkat yang dikeluarkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan yaitu PROPER. Penilaian PROPER terdiri dari 5 warna yaitu emas, hijau, biru, merah, hitam yang menunjukkan baik buruknya kinerja lingkungan perusahaan.

Saat ini, konsumen cenderung lebih tertarik dengan produk yang bersih dan ramah lingkungan. Kalimat tersebut didukung oleh pernyataan Pradhani et al., (2024)

yang menyatakan konsumen lebih memilih produk yang menggunakan bahan baku ramah lingkungan dan tidak berdampak negatif terhadap lingkungan sekitar selama proses produksi. Semakin tinggi minat konsumen terhadap suatu produk perusahaan, maka semakin cepat perusahaan tersebut akan berkembang pesat dan akan terjadi peningkatan produktivitas akibat tingginya permintaan terhadap suatu produk, sehingga mengakibatkan peningkatan laba.

Kinerja perusahaan dapat diukur menggunakan *Return On Asset* (ROA) dengan rumus sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Earning Before Interest and Tax}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

Berikut merupakan perbandingan PROPER dan ROA pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022:

Tabel 2. Perbandingan PROPER dan ROA

Kode	Tahun	PROPER	ROA
HMSP	2018	4	29.05
	2019	4	7.83
	2020	4	1.35
	2021	4	0.18
	2022	4	0.02
SIDO	2018	3	19.89
	2019	3	4.55
	2020	3	1.10
	2021	3	0.34
	2022	3	0.09
UNVR	2018	4	46.66
	2019	4	16.71
	2020	5	5.83
	2021	5	1.76
	2022	5	0.52

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Dari tabel di atas dapat terlihat apabila perusahaan dengan rata-rata nilai PROPER yang berada dalam kategori hijau (4) atau telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan, memiliki kinerja keuangan yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan perusahaan yang berada dalam kategori biru (3). Hal ini menunjukkan apabila saat ini perusahaan perlu untuk memperhatikan *environmental performance* dan *corporate social responsibility*, karena konsumen saat ini sudah jauh lebih memperhatikan lingkungan sehingga hal tersebut dapat memaksimalkan laba yang diperoleh perusahaan. Upaya yang dapat dilakukan seperti halnya dalam 5 tahun terakhir, Unilever Indonesia berhasil

mengurangi emisi CO₂ sebesar 48%, limbah cair sebesar 93%, dan limbah padat sebesar 99%. Hal ini membantu perusahaan meningkatkan kinerja keuangan dengan mengurangi biaya operasional dan meningkatkan citra perusahaan.

Penelitian terdahulu menunjukkan apabila terdapat pengaruh dari *environmental performance* dan *corporate social responsibility* terhadap *financial performance* (Alfianah & Rizkianto, 2023, 2023; Ang et al., 2020; Pambudi, 2022; Pondrinal, 2021), namun hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Meiyana & Aisyah, 2019; Prastuti & Budiasih, 2019; Putri & Rosdiana, 2022). Terjadinya inkonsistensi hasil penelitian tersebut mendorong urgensi penelitian ini untuk dilakukan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Teori Legitimasi

Teori legitimasi adalah organisasi bukan hanya harus terlihat memperhatikan hak-hak investor namun secara umum juga harus memperhatikan hak-hak publik (Ratmono & Sagala, 2019, n.d.). Teori legitimasi menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada, dimana mereka berusaha untuk memastikan bahwa aktivitas perusahaan diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang “sah” (Jayati, 2016). Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat (Putra et al. 2017). Dalam usaha memperoleh legitimasi, perusahaan melakukan kegiatan sosial dan lingkungan yang memiliki implikasi akuntansi pada pelaporan dan pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan melalui pelaporan sosial dan lingkungan yang dipublikasikan (Jayati, 2019). Dengan demikian, legitimasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup. Oleh karena itu, teori legitimasi ini menekankan pada perusahaan dalam melakukan kegiatannya perlu mempertimbangkan keselarasan norma dan nilai-nilai sosial agar dapat diakui dan diterima dalam lingkungannya. Hal ini penting guna menjaga eksistensi sebuah perusahaan (Bahri dan Cahyani, 2019, n.d.). Teorilegitimasi kaitannya dengan kinerja ekonomi dan kinerja keuangan adalah apabila terjadi ketidak selarasan antara sistem-sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat maka perusahaan dapat kehilangan legitimasinya, yang selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan (Lindblom dalam Setyaningsih, 2019) menyatakan bahwa dalam usaha memperoleh legitimasi, perusahaan melakukan kegiatan sosial dan lingkungan yang memiliki implikasi akuntansi pada pelaporan dan pengungkapan dalam pelaporan tahunan perusahaan melalui pelaporan sosial dan lingkungan yang dipublikasikan. Ghazali dan Chairiri (2007) dalam (Mauliddina, 2018) menyatakan bahwa hal yang mendasari teori *legitimacy* adalah “kontrak sosial” antara perusahaan dengan masyarakat di mana perusahaan beroperasi dengan menggunakan sumber ekonomi.

Financial performance

Financial performance perusahaan merupakan suatu ukuran tertentu yang digunakan oleh entitas untuk mengukur keberhasilan dalam menghasilkan laba. Kinerja keuangan perusahaan dapat diukur dari laporan keuangan yang dikeluarkan perusahaan secara periodik yang memberikan suatu gambaran tentang posisi keuangan perusahaan (Andreas, 2014 dalam Ani D, 2021). Selain informasi keuangan, informasi non keuangan juga dapat digunakan sebagai dasar pengukuran kinerja perusahaan, seperti kepuasan pelanggan atas pelayanan perusahaan (Ong et al, 2016 dalam Ani D, 2021). Dalam memberikan suatu gambaran tentang posisi keuangan suatu perusahaan, dapat dilihat dari kinerja keuangan perusahaan yang diukur dari laporan keuangan yang dikeluarkan secara periodik. Penilaian prestasi atau kinerja suatu perusahaan diukur karena dapat dipakai sebagai dasar pengambilan keputusan baik pihak internal maupun pihak eksternal (Pujiansih, 2013, dalam Mauliddina S, 2018, n.d.). Kinerja keuangan adalah hasil keputusan berdasarkan penilaian terhadap kemampuan perusahaan, baik dari aspek likuiditas, aktivitas, solvabilitas dan profitabilitas yang dibuat oleh pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Aspek-aspek tersebut dipakai oleh manajemen sebagai salah satu pedoman untuk mengelola sumber daya yang dipercayakan kepadanya. Kinerja keuangan perusahaan dapat diukur menggunakan berbagai rasio keuangan (Aulia & Hadinata, 2019). Dalam penelitian ini *financial performance* akan diukur menggunakan ROA, dengan rumus sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Environmental Performance

Menurut Suratno (2006) dalam (Tahu, 2019) menyatakan bahwa *environmental performance* adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik atau *green*. Menurut Pflieger et al (2005) dalam (Tahu, 2019) menjelaskan bahwa kegiatan perusahaan dalam bidang pelestarian lingkungan akan mendatangkan sejumlah keuntungan, diantaranya ketertarikan pemegang saham dan *stakeholder* terhadap keuntungan perusahaan akibat pengelolaan lingkungan yang bertanggung jawab. Di Indonesia, penerapan kinerja lingkungan perusahaan difasilitasi dengan adanya Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER), yaitu instrumen informasi yang digunakan untuk mendorong penataan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup oleh Kementerian Lingkungan Hidup. Dari PROPER ini maka akan mendapatkan penilaian berupa pemeringkatan perusahaan dalam menjalankan kegiatannya melakukan kinerja lingkungan (Nurputri & Nuzula, 2019). Dalam penelitian ini *environmental performance* diukur menggunakan PROPER dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 3. Kriteria Peringkat PROPER

Indikator Warna	Keterangan	Skor
Emas	Telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan dalam proses produksinya.	5
Hijau	Telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan.	4
Biru	Telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan	3
Merah	Upaya pengelolaan lingkungan hidup yang tidak sesuai dengan ketentuan yang disyaratkan.	2
Hitam	Diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang sengaja melakukan perbuatan atau kelalaian yang menyebabkan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan	1

Sumber: Kementerian Lingkungan Hidup, Laporan PROPER (2011)

Aspek penilaian dalam PROPER difokuskan pada penilaian ketaatan perusahaan dalam pengendalian pencemaran air, pengendalian pencemaran udara, pengelolaan limbah bahan berbahaya dan beracun (B3), kewajiban lain yang terkait dengan Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL), penetapan Sistem Manajemen Lingkungan (SML), konservasi dan pemanfaatan sumber daya, serta kegiatan sosial perusahaan (Nurputri & Nuzula, 2019). PROPER ini merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengetahui berpengaruh atau tidaknya kinerja lingkungan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Adanya pengelolaan lingkungan yang baik akan dapat meningkatkan kualitas produksi, meningkatkan citra baik perusahaan yang nantinya juga dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan (Suandi & Ruchjana, 2021). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Setiadi (2021) membuktikan bahwa PROPER yang digunakan sebagai alat ukur kinerja lingkungan perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan, lebih lanjut dalam penelitian ini dijelaskan bahwa semakin baik kinerja lingkungan maka akan direspons positif oleh investor melalui fluktuasi harga saham perusahaan yang mana hal tersebut dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, hal ini akan berpengaruh terhadap pendapatan dan laba perusahaan yang merupakan indikator dari kinerja keuangan. Dari kajian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: *Environmental performance* berpengaruh terhadap *financial performance*

Corporate Social Responsibility

Clarkson dalam Solikhin dan Lubis (2019) menyebutkan *corporate social responsibility* merupakan alokasi sumber daya perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan sosial yang berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan hubungan dengan pemangku kepentingan perusahaan (*stakeholder*). McWilliams dan Siegel dalam Solikhin dan Lubis (2019) mendefinisikan CSR sebagai kondisi dimana

perusahaan melakukan kegiatan pemenuhan kebutuhan diluar perusahaan dan ikut serta lebih lanjut dalam kegiatan sosial di luar kegiatan perusahaan yang diwajibkan oleh hukum. Sebuah perusahaan besar pada umumnya memiliki potensi risiko untuk merusak dan mencemarkan lingkungan. Oleh karena itu, dengan adanya CSR perusahaan diminta untuk dapat membantu mengurangi risiko tersebut sekecil mungkin dan membantu untuk melestarikan lingkungan (Irfansyah et al., 2020). Beberapa studi menyatakan bahwa kinerja CSR mencerminkan insentif manajer terkait pengelolaan hubungannya dengan stakeholder. Hal ini dikarenakan komitmen terhadap CSR dapat menguntungkan hubungan antara perusahaan dan stakeholder. Dalam penelitian ini, *Corporate Social Responsibility* akan diukur dengan mengacu pada pedoman Standar GRI-G4 (*Global Reporting Initiative - Guidelines*) yang terdiri dari 91 indikator pengungkapan CSR. Nilai 1 akan diberikan kepada perusahaan yang itemnya diungkapkan, sedangkan bagi perusahaan yang tidak mengungkapkan item diberi nilai 0. Yang kemudian akan dihitung menggunakan *CSR Index* dengan rumus:

$$CSRDi = \frac{\sum Xij}{nj}$$

Penelitian yang dilakukan oleh Alfianah & Rizkianto, (2023) menyatakan apabila terdapat pengaruh dari *corporate social responsibility* terhadap *financial performance*. Lebih lanjut, dalam penelitiannya Alfianah & Rizkianto, (2023) menyatakan *CSR disclosure* perusahaan dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan dan akan mempengaruhi meningkatnya investor yang akan investasi berdasarkan kinerja keuangan perusahaan yang baik. Ketika perusahaan dapat menunjukkan kepada masyarakat akan berbagai tindakan sosial yang telah dilakukan, maka tingkat legitimasi perusahaan tersebut di masyarakat akan meningkat dan mendapat tanggapan dari para pemangku kepentingan. Dari kajian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂: *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *financial performance*

III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif, dalam penelitian kuantitatif penelitian dilakukan pada populasi atau sampel tertentu dengan analisis datanya dilakukan dengan cara statistik, kemudian penelitian deskriptif digunakan untuk menganalisis kondisi dari suatu variabel yang digunakan dalam penelitian. Populasi dalam penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022, kemudian untuk mendapatkan sampel yang sesuai maka teknik *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling* dipilih dalam penelitian ini, setelah melakukan *screening* atas sampel yang akan digunakan maka diperoleh sebanyak 6 perusahaan atau 30 sampel yang akan digunakan dalam

penelitian ini. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda, dengan menggunakan alat bantu *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) 26.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan diuraikan hasil temuan penelitian yang sudah dilakukan. Berikut merupakan hasil penelitian yang sudah dilakukan:

***Environmental Performance* Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2022**

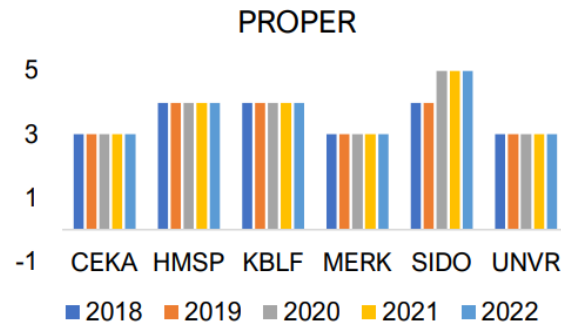
Environmental performance dalam penelitian ini diprosikan dengan menggunakan PROPER, yang dioperasionalkan dengan cara *screening* kinerja berdasarkan kriteria peringkat PROPER yang dikeluarkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup. Berikut ini tabel hasil *screening* PROPER pada perusahaan sektor industri barang konsumsi manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022.

Tabel 4. Hasil *Screening* PROPER Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2022

No	Kode	PROPER				
		2018	2019	2020	2021	2022
1	CEKA	3	3	3	3	3
2	HMSP	4	4	4	4	4
3	KBLF	4	4	4	4	4
4	MERK	3	3	3	3	3
5	SIDO	4	4	5	5	5
6	UNVR	3	3	3	3	3
Rata-rata		3.5	3.5	3.7	3.7	3.7

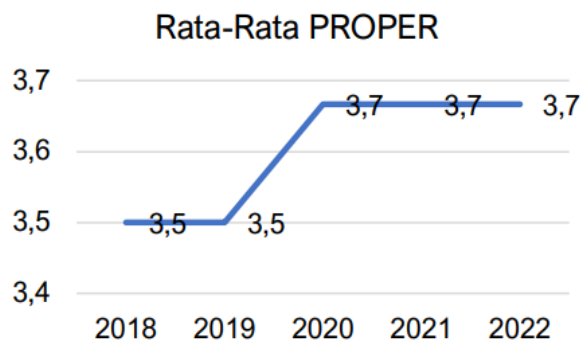
Sumber: Data diolah, 2024

Dari tabel diatas dapat terlihat apabila sepanjang tahun 2018 sampai dengan 2019 nilai PROPER tertinggi diperoleh oleh PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk, PT. Kalbe Farma Tbk, dan PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Tbk. Namun perolehan nilai PROPER tertinggi sepanjang tahun 2020 sampai dengan 2022 hanya dicapai oleh PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Tbk. Berikut merupakan grafik PROPER pada perusahaan sektor industri barang konsumsi manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022.



Gambar 1. Grafik PROPER Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2022

Berdasarkan tabel dan grafik diatas dapat dilihat bahwa PROPER pada perusahaan sektor industri barang konsumsi manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022, mengalami kondisi yang cenderung stabil dan tidak berubah setiap tahunnya. Salah satu perusahaan yang mengalami kenaikan nilai PROPER adalah PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO), yang mengalami kenaikan kategori proper dari hijau (4) menjadi emas (5). Kondisi tersebut dapat diartikan apabila PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO) berhasil meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungannya dengan baik, hal ini dapat diartikan apabila PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO) tidak hanya mematuhi semua regulasi lingkungan, tetapi juga memimpin dalam praktik pengelolaan lingkungan yang inovatif dan berkelanjutan. Berikut ini adalah grafik rata-rata PROPER pada perusahaan sektor industri barang konsumsi manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022.



Gambar 2. Grafik Rata-Rata PROPER Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2022

Berdasarkan gambar 2 menunjukkan bahwa rata-rata PROPER pada perusahaan sektor industri barang konsumsi manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022 cenderung mengalami kenaikan. Sepanjang tahun 2018-2019 rata-rata PROPER bernilai sebesar 3,5 kemudian kenaikan terjadi pada

tahun 2020 dengan nilai rata-rata menjadi 3,7 dan nilai rata-rata tersebut stabil sampai dengan akhir tahun 2022.

Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2022

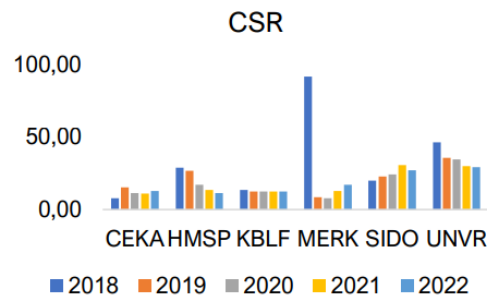
Corporate social responsibility dalam penelitian ini diproksikan dengan menggunakan GRI-G4, yang dioperasionalkan menggunakan *CSR Index* dengan rumus $CSR_{Di} = \frac{\sum Xi}{n}$. Berikut ini tabel hasil perhitungan *CSR Index* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022.

Tabel 5. Hasil Perhitungan *CSR Index* Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2022

No	Kode	CSR				
		2018	2019	2020	2021	2022
1	CEKA	7.93	15.47	11.61	11.02	12.84
2	HMSP	29.05	26.96	17.28	13.44	11.54
3	KBLF	13.76	12.52	12.41	12.59	12.66
4	MERK	92.10	8.68	7.73	12.83	17.33
5	SIDO	19.89	22.88	24.26	30.99	27.07
6	UNVR	46.66	35.80	34.89	30.20	29.29
Rata-rata		34.9	20.4	18.0	18.5	18.5

Sumber: Data diolah, 2024

Dari tabel diatas diketahui apabila pada tahun 2018 nilai perolehan CSR paling didapatkan oleh PT. Merck Indonesia Tbk, kemudian sepanjang tahun 2019 sampai dengan 2020 perolehan CSR paling tinggi diperoleh oleh PT. Unilever Indonesia Tbk, tahun, namun pada tahun 2021 perusahaan dengan perolehan nilai CSR paling tinggi ditempati oleh PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Tbk, dan perolehan nilai CSR paling tinggi kembali ditempati oleh PT. Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2021. Berikut merupakan grafik *CSR Index* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022.

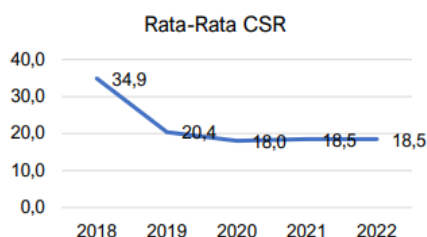


Gambar 3. Grafik CSR *Index* Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2022

Berdasarkan tabel dan grafik diatas dapat dilihat bahwa CSR *Index* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022, mengalami kondisi yang fluktuatif dan variatif pada masing-masing perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini. Pada tahun 2018 perusahaan dengan CSR *Index* paling tinggi adalah PT Merck Indonesia Tbk (MERK) dengan perolehan CSR *Index* sebesar 92.10, pada tahun 2019 CSR *Index* paling tinggi diperoleh oleh PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) dengan perolehan sebesar 35.80, tahun 2020 diperoleh kembali oleh PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) dengan perolehan sebesar 34.89, tahun 2021 perusahaan dengan perolehan CSR *Index* paling tinggi diperoleh oleh PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO) dengan nilai perolehan sebesar 30.99, kemudian pada tahun 2022 PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) kembali memperoleh CSR *Index* paling tinggi dengan nilai sebesar 29.29.

Dari data tersebut dapat terlihat apabila PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) mendominasi dengan memperoleh penilaian CSR *Index* paling tinggi sebanyak tiga tahun dari lima tahun periode pengamatan penelitian ini. Kondisi ini dapat diartikan apabila PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) menunjukkan *corporate social responsibility* yang konsisten dibandingkan dengan perusahaan lain selama sebagian besar periode pengamatan, kondisi ini juga dapat diartikan apabila PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) kemungkinan memiliki komitmen yang kuat terhadap praktik-praktik CSR yang baik dan berkelanjutan, serta memiliki kebijakan dan program yang efektif dalam bidang *corporate social responsibility*.

Berikut ini adalah grafik rata-rata *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022.



Gambar 4. Grafik Rata-Rata CSR Index Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2022

Berdasarkan gambar 4 dapat terlihat apabila rata-rata *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022 cenderung mengalami penurunan. Kondisi ini dapat diasumsikan apabila perusahaan kurang berhasil dalam mencapai tujuan dan indikator CSR yang sudah ditetapkan. Faktor lain yang dapat menyebabkan penurunan tersebut adalah terjadinya penurunan komitmen dari pihak manajemen terhadap *corporate social responsibility*, hal ini bisa disebabkan oleh perusahaan berfokus pada keuntungan jangka pendek daripada keberlanjutan jangka panjang.

Financial Performance Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2022

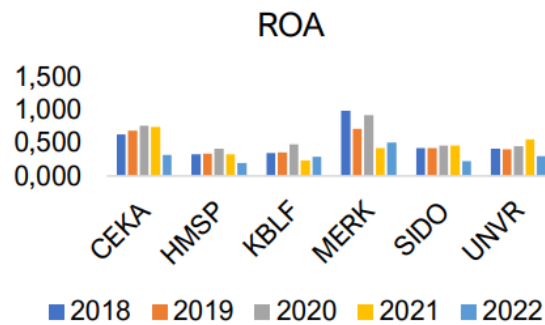
Financial performance dalam penelitian ini diprosikan dengan menggunakan ROA, yang dioperasionalkan dengan cara membagi laba bersih setelah pajak dengan total asset. Berikut ini tabel hasil perhitungan ROA pada perusahaan sektor industri barang konsumsi manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022.

Tabel 6. Hasil Perhitungan ROA Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2022

No	Kode	ROA				
		2018	2019	2020	2021	2022
1	CEKA	0.625	0.684	0.757	0.743	0.316
2	HMSP	0.331	0.338	0.412	0.331	0.199
3	KBLF	0.346	0.353	0.478	0.235	0.294
4	MERK	0.985	0.713	0.919	0.419	0.507
5	SIDO	0.426	0.426	0.463	0.463	0.228
6	UNVR	0.412	0.404	0.449	0.551	0.301
Rata-rata		0.5	0.5	0.6	0.5	0.3

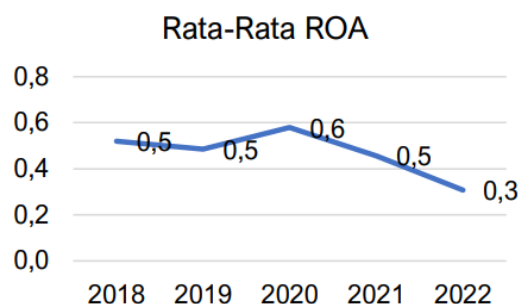
Sumber: Data diolah, 2024

Dari tabel di atas diketahui pada tahun 2018 sampai dengan 2020 nilai perolehan ROA paling tinggi didominasi oleh PT. Merck Indonesia Tbk, namun pada tahun 2021 nilai perolehan ROA paling tinggi didapatkan oleh PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR), dan pada tahun 2021 nilai perolehan ROA paling tinggi kembali diperoleh oleh PT. Merck Indonesia Tbk. Berikut merupakan grafik ROA pada perusahaan sektor industri barang konsumsi manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022.



Gambar 5. Grafik ROA Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2022

Berdasarkan tabel dan grafik diatas dapat dilihat bahwa ROA pada perusahaan sektor industri barang konsumsi manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022, mengalami kondisi yang cenderung fluktuatif. Salah satu perusahaan yang mengalami kondisi fluktuatif secara signifikan adalah PT Merck Indonesia Tbk (MERK) yang mengalami kenaikan dan penurunan secara drastis sepanjang periode pengamatan penelitian. Berikut ini adalah grafik rata-rata PROPER pada perusahaan sektor industri barang konsumsi manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022.



Gambar 6. Grafik Rata-Rata ROA Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2022

Gambar 6 menunjukkan bahwa rata-rata ROA pada perusahaan sektor industri barang konsumsi manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode

2018-2022 cenderung mengalami penurunan. Kondisi fluktuatif tersebut dapat disebabkan oleh banyak faktor, salah satunya adalah kondisi ekonomi yang tidak stabil, yang mana kondisi ekonomi yang tidak stabil seperti resesi atau krisis keuangan, bisa berdampak negatif pada laba bersih dan total aset perusahaan. Faktor selanjutnya yaitu perubahan dalam tingkat persaingan, yang mana hal tersebut bisa mempengaruhi pendapatan dan profitabilitas perusahaan.

Pengujian Statistik

Sebelum melakukan analisis regresi linear berganda, peneliti melakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu sebagai syarat untuk melakukan uji regresi linear berganda. Berikut merupakan hasil uji asumsi klasik yang diperoleh:

Tabel 7. Hasil Uji Asumsi Klasik

No	Uji Asumsi Klasik	Hasil	Keputusan
1.	Uji Normalitas	Nilai <i>Asymp Sig (2-tailed)</i> : 0.200	Data berdistribusi normal
2.	Uji Multikolinearitas	<i>Environmental Performance</i> Nilai VIF: 1.007 < 10 Nilai Tolerance: 0.993 > 0.1 <i>Corporate SocialResponsibility</i> Nilai VIF: 1.007 < 10 Nilai Tolerance: 0.993 > 0.1	Tidak ada gejala multikolinearitas antar variabel dalam model regresi.
3.	Uji Heterokedastisitas	Dari diagram scatterplot, titik-titik menyebar secara acak dan tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
4.	Uji Autokorelasi	Durbin-Watson value = 1.5890 $dU < d < 4 - dU$; $1.5666 < 1.5890 < 2.4334$	Tidak terjadi gejala autokorelasi

Sumber: Olah Data, 2024

Dari hasil uji asumsi klasik, dapat terlihat apabila seluruh uji prasyarat sudah memenuhi kriteria sehingga pengujian dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya. Berikut merupakan hasil uji regresi linear berganda:

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

No	Variabel	Nilai	Keputusan
1	<i>Environmental Performance</i>	β	0.146
		$t_{\text{statistic}}$	3.081
		Sig.	0.005
		β	0.002

No	Variabel	Nilai	Keputusan
2	<i>Corporate Social Responsibility</i>	$t_{\text{statistic}}$ 1.232 Sig. 0.229	H2 Ditolak

Sumber: Olah Data, 2024

Pengaruh *Environmental Performance* Terhadap *Financial Performance*

Dari hasil pengujian statistik, diperoleh nilai $t_{\text{statistic}}$ sebesar 3.081 ($3.081 > 1.697$) dengan nilai sig. sebesar 0.005, dengan demikian dapat diartikan apabila hipotesis diterima atau terdapat pengaruh dari *environmental performance* terhadap *financial performance*. Nilai koefisien yang diperoleh sebesar 0.146 yang bernilai positif, atau dapat diartikan apabila *environmental performance* meningkat, maka hal tersebut akan meningkatkan *financial performance* sebesar 0.146.

Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alfianah & Rizkianto, 2023; Chandra dkk., 2024; Dewi, 2019; Fuad, 2022; Pambudi, 2022; D. Putra & Utami, 2018). Menurut Alfianah & Rizkianto (2023) *Environmental performance* memiliki pengaruh positif pada kinerja keuangan karena perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik akan mendapatkan respon yang baik dari para pemangku kepentingan dan juga berdampak pada peningkatan jangka panjang dalam pendapatan perusahaan.

Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Cahyani & Mayangsari, 2022; Meiyana & Aisyah, 2019; Y. P. Putra, 2018). Menurut (Y. P. Putra, 2018) kondisi tersebut dapat terjadi karena dari perspektif perusahaan, alokasi dana untuk pelestarian lingkungan akan menambah biaya bagi perusahaan, sehingga mengurangi laba perusahaan. Kemudian, pengurangan laba perusahaan akan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan oleh investor. Indonesia adalah negara berkembang dimana masyarakatnya belum menganggap pentingnya produk atau perusahaan yang ramah lingkungan. Selain itu, produk ramah lingkungan biasanya lebih mahal sehingga konsumen enggan membelinya

Hasil ini sesuai dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik berpengaruh terhadap komunitas sekitarnya dan investor, yang akhirnya akan berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Financial Performance*

Dari hasil pengujian statistik, diperoleh nilai $t_{\text{statistic}}$ sebesar 1.232 ($1.232 < 1.697$) dengan nilai sig. sebesar 0.229, dengan demikian dapat diartikan apabila hipotesis ditolak atau tidak terdapat pengaruh dari *corporate social responsibility* terhadap *financial performance*. Nilai koefisien yang diperoleh sebesar 0.002 yang bernilai positif, atau dapat diartikan apabila *corporate social responsibility* meningkat, maka hal tersebut akan meningkatkan *financial performance* sebesar 0.002.

Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ang dkk., 2020; Chandra dkk., 2024; Pambudi, 2022; Prastuti & Budiasih, 2019; Putri & Rosdiana, 2022). Menurut (Putri & Rosdiana, 2022) aktivitas CSR tidak berpengaruh pada naiknya laba atau kinerja keuangan perusahaan karena CSR tidak serta merta membuat masyarakat meningkatkan daya belinya. Lebih lanjut (Ang dkk., 2020) menjelaskan bahwa hal ini disebabkan karena kegiatan CSR di Indonesia merupakan kegiatan wajib yang harus dilakukan perusahaan sehingga kebanyakan perusahaan menghindari untuk memberikan informasi yang relevan serta tidak memikirkan dampaknya terhadap masyarakat. Hal tersebut membuat kinerja keuangan perusahaan tidak terpengaruh.

Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alfianah & Rizkianto, 2023; Cahyani & Mayangsari, 2022; Dewi, 2019; Meiyana & Aisyah, 2019; Pondrinal, 2021; Y. P. Putra, 2018). Menurut (Alfianah & Rizkianto, 2023) perusahaan yang telah melakukan CSR *Disclosure* dan melaporkannya dalam *Sustainability Report* mampu menarik simpati masyarakat dan akan mendapatkan respon baik dari para pemangku kepentingan seperti *stakeholder*, hal ini juga berdampak pada peningkatan jangka panjang dalam pada peningkatan profitabilitasnya.

Hasil ini tidak sejalan dengan teori legitimasi, dimana dalam teori legitimasi mengasumsikan bahwa perusahaan dipengaruhi oleh masyarakat dan perusahaan yang mempengaruhi masyarakat tempat perusahaan beroperasi. Tujuan perusahaan adalah untuk menjaga *sustainability* kehidupan perusahaan dengan mengelola persepsi masyarakat.

V. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini yaitu *Environmental performance* berpengaruh terhadap *financial performance*. Kemudian *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap *financial performance*.

Saran

Saran yang bisa diberikan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan menjadikan *corporate social responsibility* sebagai sarana komunikasi penyampaian kinerja perusahaan secara holistik kepada masyarakat agar lebih mudah diterima dalam mendapatkan izin untuk beroperasi dari pemerintah dan publik. Sehingga ada baiknya apabila perusahaan menyelaraskan pelaksanaan *corporate social responsibility* dengan kebutuhan masyarakat sekitar, hal ini berguna agar segala bentuk keperluan operasional perusahaan tidak terhambat oleh kepentingan masyarakat, yang mana hambatan dari operasional perusahaan dapat menurunkan kinerja

keuangan.

2. Perusahaan haruslah menyesuaikan tujuan lingkungan dan sosial dengan tujuan ekonominya. Hal ini penting untuk dilakukan apabila perusahaan mengharapkan adanya peningkatan kinerja keuangan, maka dalam hal ini perusahaan haruslah dapat membuat kinerja lingkungannya meningkat sebab konsumen yaitu masyarakat akan cenderung mempercayai legitimasi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfianah, W., & Rizkianto, R. K. (2023). Pengaruh *Environmental performance* dan *Corporate Social Responsibility* Disclosure Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Kosmetik di BEI. *Owner*, 7(4), 2854–2865. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i4.1756>
- Ang, J., Murhadi, W. R., & Ernawati, E. (2020). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dan Earning Management sebagai Variabel Moderasi. *Journal of Entrepreneurship & Business*, 1(1), 11–20. <https://doi.org/10.24123/jerb.v1i1.2820>
- Cahyani, R. S. A., & Mayangsari, S. (2022). Pengaruh *Environmental performance*, Corporate Governance, dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 475–486. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14321>
- Chandra, M., Ariesa, Y., Nathalia, V., Leonardo, G. A., & Meliza, J. (2024). Pengaruh Eco-Control, *Environmental performance*, dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan perusahaan sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(3), 4221–4234. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.7283>
- Dewi, S. N. (2019). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan *Corporate Sosial Responsibility* Sebagai Variabel Intervening. 21(2).
- Fuad, S. F. M. (2022). The Influence of *Environmental performance*, Environmental Management Systems, And *Corporate Social Responsibility* Disclosure On The *Financial performance*. *Diponegoro Journal of Accounting*, 11(1), 1–15.
- Meiyana, A., & Aisyah, M. N. (2019). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Biaya Lingkungan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Intervening.
- Pambudi, J. E. (2022). Pengaruh *Environmental performance*, Environmental Cost, Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Financial performance* Pada Perusahaan Tambang Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017 – 2021. *Jurnal Comparative: Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 1. <https://doi.org/10.31000/combis.v4i2.7167>

- Pondrinal, M. (2021). Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Di Perusahaan Yang Go Public. *Jurnal Ekobistek*, 51–59. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v8i1.33>
- Prastuti, M. C., & Budiasih, I. G. A. N. (2019). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Intellectual Capital Pada Kinerja Keuangan. *E-Jurnal Akuntansi*, 1365. <https://doi.org/10.24843/EJA.2019.v27.i02.p20>
- Putra, D., & Utami, I. L. (2018). Pengaruh *Environmental performance* Terhadap Environmental Disclosure dan Economic Performance (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar Di BEI). *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 9(1). <https://doi.org/10.28932/jam.v9i1.487>
- Putra, Y. P. (2018). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Variabel Intervening. *BALANCE Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 2(2), 227. <https://doi.org/10.32502/jab.v2i2.1175>
- Putri, N. H., & Rosdiana, Y. (2022). Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 92–99. <https://doi.org/10.29313/jra.v1i2.516>