



Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan (CSRD) dan Pengaruh Sosial terhadap Kinerja Keuangan: Perusahaan Sektor Teknologi di Indonesia

Pujangga Abdillah¹, Ria Mennita²

^{1,2}Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Merdeka, Malang, Indonesia

Email: ¹pujangga.abdillah@unmer.ac.id, ²ria.mennita@unmer.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSRD) dan pengaruh sosial terhadap kinerja keuangan di Indonesia. Pengambilan sampel menggunakan teknik *judgement sampling*. Penulis menggunakan analisis konten, *fixed-effects*, and *random-effects models* untuk menguji pengaruh CSRD dan pengaruh sosial terhadap kinerja keuangan di industri teknologi. Studi empiris terdiri dari data panel perusahaan teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019 hingga 2021. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSRD berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan *Return on Asset* (ROA). Artinya, semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa pengaruh sosial berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Kata Kunci: Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Pengaruh Sosial, Kinerja Keuangan

Abstract

The study aims to examine the influence of corporate social responsibility disclosure and social influence on financial performance in Indonesia. Samples were taken using the judgment sampling technique with a total sample of observations. We leverage content analysis, fixed-effects, and random-effects models to examine the effect of engaging in CSRD on financial performance in the technology industry. The empirical study consists of panel data of the top technology companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2019 to 2021. The results showed that CSRD has an effect on financial performance as measured by Return on Asset (ROA). That is, the higher CSR disclosures made company can improve the company's financial performance. The results of this study also show that social influence has an effect on financial performance.

Keywords: Corporate Social Responsibility Disclosure, Social Influence, Financial Performance

PENDAHULUAN

Laporan keuangan digunakan untuk melaporkan kinerja keuangan baik pengguna dari luar atau dalam. Pengguna laporan keuangan dapat disebut sebagai pemangku kepentingan, yang menganggap laporan keuangan berada dalam situasi yang tepat dan menghasilkan pertambahan pendapatan. Meningkatkan keberhasilan pendapatan merupakan salah satu cara bagi kelompok untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Kesejahteraan ini dapat ditingkatkan melalui kinerja perusahaan yang baik. Kinerja menjadi elemen penting karena mendukung pencapaian tujuan perusahaan (Abdillah, 2016). Menurut Almatari dkk. (2014), kinerja perusahaan merupakan bagian pertama yang dievaluasi oleh investor dan calon pelanggan perusahaan. Kinerja perusahaan secara keseluruhan dapat diukur dengan kinerja keuangan. Pengukuran kinerja keuangan dilakukan untuk mengetahui hasil yang telah dicapai perusahaan melalui perencanaan (Muntiah, 2013) dan digunakan sebagai ukuran pencapaian tujuan perusahaan untuk pengambilan keputusan. (Armstrong, 2014).

Anggraeni dan Djakman (2018), menjelaskan pengungkapan CSR pada tahun 2014 hanya sebesar 26,7%. Hasilnya menunjukkan bahwa meskipun tingkat implementasi CSR dari 200 perusahaan publik terbesar di Indonesia meningkat antara tahun 2014 dan 2015, namun secara umum masih rendah dibandingkan dengan standar implementasi CSR global (Ridho, 2018). Hal ini menjelaskan bahwa

pengungkapan CSR Indonesia masih rendah. Berdasarkan Singh dan Chakraborty, (2021); Abdillah dkk. (2020); Mahrani dan Soewarno, (2019) menyatakan bahwa pengungkapan CSR dapat meningkatkan kinerja keuangan. Studi lain dilakukan oleh Platonova dkk. (2018) dan Mwangi, (2013) yang mencapai kesimpulan bahwa CSRD tidak mempengaruhi kinerja keuangan. Perbedaan penelitian tentang dampak pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan diyakini karena penggunaan sumber daya yang tidak tepat sehingga mengurangi efektivitas praktik pengungkapan CSR (Nursida, 2015). Jika pengungkapan CSR dilakukan secara tepat, konsisten, jujur dan di bawah pengawasan penuh maka pengungkapan CSR akan mengubah beban menjadi kepentingan di masa depan.

Perusahaan memiliki semua sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuannya, dan menjadi penting untuk membangun kemitraan (Baraldi dkk, 2012). Jaringan bisnis penting untuk mengukur bagaimana pertukaran dalam satu relasi bergantung pada kerja sama dalam relasi lainnya (Mariutti dan Giraldi, 2019). Pengaruh sosial adalah konsep universal yang mengukur interaksi dan hubungan antar perusahaan. Penelitian pengaruh sosial yang ada terutama berfokus pada jaringan pertemanan di antara sesama (Luo dkk, 2016). Kami mengusulkan pendekatan umum untuk mengukur pengaruh sosial dalam jenis entitas objektif, khususnya dalam jaringan perusahaan. Membangun jaringan pengaruh perusahaan, kami menambang tautan jaringan (hubungan perusahaan) dari berita dan memperoleh atribut simpul (pengaruh perusahaan) dari indeks pencarian (Luo dkk, 2016). Teori pengaruh sosial adalah kerangka penjelasan yang kuat untuk fenomena sosial di atas (Luo dkk, 2022).

Penelitian ini mengacu pada penelitian Okafor dkk. (2021), menjelaskan hubungan antara CSR dan kinerja keuangan pada perusahaan teknologi AS. Penelitian ini menjelaskan tentang CSR dan penelitian ini menggunakan CSRD. Meski memiliki istilah yang berbeda, sebenarnya memiliki arti yang sama. Perbedaan pertama dalam penelitian ini adalah pengukuran kinerja keuangan menggunakan *ROA (Return of Assets)* yang sebelumnya hanya menggunakan *Tobin q*. ROA memberikan ukuran profitabilitas perusahaan yang lebih baik karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aset untuk memperoleh pendapatan (Kasmir, 2012). Perbedaan kedua dari penelitian ini adalah penambahan pengaruh sosial sebagai variabel bebas terhadap kinerja keuangan. Luo et.al (2016), menjelaskan bahwa pengaruh sosial menjadi pengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Belum ada penelitian tentang pengaruh sosial terhadap kinerja keuangan di Indonesia. Penelitian ini akan menjadi penelitian pertama yang menjelaskan pengaruh sosial terhadap kinerja keuangan di Indonesia.

Perbedaan ketiga penelitian ini adalah sampel penelitian sebelumnya menggunakan perusahaan teknologi di AS, sedangkan penelitian ini menggunakan perusahaan teknologi di Indonesia. Munculnya perusahaan teknologi di bidang teknologi, komunikasi, finance technology, *e-commerce*, serta beberapa jenis perusahaan teknologi lainnya di Indonesia memudahkan masyarakat untuk menjangkau informasi dan mulai menjadi pusat perhatian investor di pasar modal (Rahardika et.al., 2022). Berdasarkan beberapa penelitian, masih belum ada penelitian yang membahas tentang hubungan CSRD, pengaruh sosial, dan kinerja keuangan pada perusahaan teknologi khususnya di Indonesia. Dengan demikian, menjadi daya tarik dan peluang penelitian untuk dapat menemukan berbagai faktor penentu dalam perusahaan teknologi. Mengingat perusahaan teknologi memiliki andil yang cukup baik dalam perekonomian hampir semua negara di dunia. Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya maka dapat dirumuskan masalah dan tujuan berikut, yaitu untuk mengetahui apa hubungan antara CSRD terhadap kinerja keuangan dan pengaruh sosial terhadap kinerja keuangan pada industri teknologi di Indonesia.

Menurut teori legitimasi, organisasi selalu berusaha untuk memastikan bahwa mereka menjalankan aktivitasnya sesuai dengan batasan dan norma sosial (Deegan et al., 2002). Teori legitimasi ini berfokus pada interaksi antara bisnis dan masyarakat. Ghazali dan Chariri (2007), menjelaskan bahwa teori legitimasi adalah kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat tempat perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber daya ekonomi. Legitimasi merupakan ukuran sikap masyarakat terhadap suatu perusahaan dan kegiatannya. Ia juga menekankan bahwa legitimasi tergantung pada nilai-nilai yang didukung masyarakat dan tindakan yang dianggap dapat diterima oleh masyarakat (Mahmud, 2019). Oleh karena itu, CSR dan dampak sosial diperlukan untuk memitigasi legitimasi kesenjangan dengan meningkatkan kompatibilitas antara operasi perusahaan dan ekspektasi masyarakat terhadap kinerja keuangan. Tujuan utama pembentukan perusahaan adalah untuk mengembangkan kepentingan pemegang saham. Manfaat ini dapat ditingkatkan melalui kinerja perusahaan yang baik. Kinerja keuangan juga berarti suatu analisis yang hadir untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah beroperasi dengan baik dan benar (Fahmi, 2011:239). Berdasarkan Munawir (2010:48), kinerja keuangan merupakan suatu pencapaian yang telah dicapai oleh suatu perusahaan yang dimulai dari laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan.

Menurut Rusdianto (2013:7), dalam hal CSRD dapat diartikan bahwa perusahaan saat ini diharapkan tidak hanya fokus pada kepentingannya sendiri (egois). Konsep ini menjadi dasar bagi sebuah perusahaan untuk terlibat aktif dalam dimensi sosial dan bertanggung jawab atas dampak sosial yang ditimbulkan oleh bisnis perusahaan. Selain itu, Rusdianto (2013:7) menyatakan bahwa CSRD merupakan konsep yang tidak

mudah untuk dimaknai. Kesulitan tersebut muncul dari berbagai formulasi dan elemen CSR. Cakupan CSR yang lebih luas dapat dilihat dari munculnya berbagai entitas yang mendefinisikan CSR. CSR adalah sebuah proses dimana sebuah perusahaan atau unit bisnis dapat memberikan dampak positif terhadap lingkungan (Hossain dan AlAmin, 2016). Teori pengaruh sosial menunjukkan bahwa sejauh mana seorang individu dipengaruhi oleh dampak sosial tergantung pada jumlah sumber pengaruh (Latané dan L'Herrou, 1996) dan kedekatan sumber pengaruh (Jakson dan Latané, 1981). Pengaruh Sosial adalah perubahan yang disengaja atau tidak disengaja yang disebabkan oleh seseorang dalam perilaku orang lain dan kekuatan sosial oleh seseorang atau kelompok untuk mengubah sikap atau perilaku orang lain ke arah yang diinginkan dan untuk hal-hal tertentu (Sikarwar, 2019). Dalam teori legitimasi, perusahaan diharapkan untuk terus berusaha memperoleh legitimasi dari pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. CSR hadir sebagai sarana bagi perusahaan untuk mempertahankan legitimasi. Pendapat ini juga berdasarkan penjelasannya. Wang dkk. (2015), secara umum hasil penelitian yang dilakukan terhadap hubungan CSR dengan kinerja keuangan menunjukkan hasil yang positif. Dengan demikian, hipotesis mengenai pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan adalah

H¹: CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan

Pengaruh Sosial dapat didefinisikan sebagai “penggunaan kekuatan sosial oleh seseorang atau kelompok untuk mengubah sikap atau perilaku orang atau kelompok lain ke arah tertentu” (Franzoi, 2006; Jamal et al. (2015)). Pengaruh sosial terhadap kinerja keuangan menemukan hubungan positif antara variabel ini (Sikarwar, 2019). Dengan demikian, hipotesis mengenai pengaruh pengaruh sosial terhadap kinerja perusahaan adalah

H²: Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan

METODE

Di Indonesia, jumlah populasi di sektor teknologi ada 30 perusahaan yang masuk dalam indeks IDX Technology (JKTECH). Penelitian ini memilih 13 perusahaan untuk periode pengumpulan data dari tahun 2019 hingga 2021 karena sesuai dengan ketentuan. Penentuan sampel penelitian menggunakan judgement sampling. Judgment sampling dilakukan dengan mengambil sampel berdasarkan kriteria tertentu. Pengambilan judgement sampling melibatkan pemilihan subjek yang berada pada posisi terbaik untuk memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti (Sekaran dan Bougie, 2013: 252). Penelitian ini mengkaji ada tidaknya pengaruh antara CSR dan pengaruh sosial terhadap Kinerja Keuangan. Disisi lain juga menggunakan variabel kontrol yaitu variabel leverage, variabel ukuran, dan variabel umur perusahaan. Sumber data diperoleh melalui website Bursa Efek Indonesia (BEI) yang dapat diakses di www.idx.co.id, paparan berita *online*, dan melalui *website* setiap perusahaan yang tergabung dalam BEI.

Pengukuran Variabel Dependen

ROA menjelaskan ukuran profitabilitas perusahaan yang lebih baik karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aset untuk mengumpulkan pendapatan (Kasmir, 2012:201). *Return on Assets* (ROA) digunakan sebagai proksi untuk kinerja keuangan. ROA dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{ROA} = \text{Laba Bersih} / \text{Aset Total}$$

Sebagian besar penelitian sebelumnya yang menyelidiki hubungan antara CSR dan kinerja keuangan terutama mengandalkan aspek akuntansi kinerja keuangan. Studi-studi ini menggunakan *return on Assets* (ROA), yang merupakan indikator utama kinerja keuangan perusahaan yang menunjukkan efisiensi, kemampuan, dan kompetensi manajerial untuk menghasilkan keuntungan dengan menggunakan aset bank. Beberapa penelitian juga menggunakan ukuran akuntansi *Return on Equity* (ROE) untuk mengukur kinerja perusahaan sebagai indikator tambahan atau pemeriksaan ketahanan. Perlu juga disebutkan bahwa ROE sangat terkait dengan ROA, dan oleh karena itu, penting untuk menggunakan rasio ini sebagai ukuran ekstra dari industri teknologi. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan ROA untuk mengukur kinerja keuangan industri teknologi.

Pengukuran Variabel Independen

Variabel *Independen* dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan pengaruh sosial. Untuk pengumpulan data, penelitian ini mengandalkan laporan tahunan indeks Teknologi di BEI (JKTECH). Mengidentifikasi informasi tentang pengungkapan CSR yang diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan. Berdasarkan informasi lebih lanjut, betapa pentingnya perusahaan menerapkan transparansi yang lebih besar dalam pengungkapan (Neu dkk, 1998). Satuan analisis yang digunakan untuk menentukan besaran pengungkapan adalah kombinasi kalimat-

kalimat individu bila diakumulasikan dalam suatu laporan, yang berjumlah satu paragraf, setengah halaman, satu halaman, atau lebih dari satu halaman (Raar, 2002).

Tabel I. Penilaian Kuantitas

Nilai	Nomor dari Pengungkapan
1	= satu kalimat
2	= satu paragraf
3	= setengah halaman A4
4	= satu halaman A4
5	> satu halaman A4

Sumber : Raar (2002)

Penulis menggunakan pendekatan umum untuk mengukur pengaruh sosial khususnya dalam jaringan perusahaan untuk membangun jaringan pengaruh perusahaan, penulis mengambil tautan jaringan (hubungan perusahaan) dari berita dan memperoleh atribut simpul (pengaruh perusahaan) dari indeks pencarian (Luo dkk, 2016). Mengidentifikasi informasi tentang pengaruh sosial juga diperoleh dari berita, situs web dan lain-lain. Mengikuti penelitian sebelumnya, metode penilaian tidak berbobot diterapkan untuk merekam data pengaruh sosial dengan menggunakan prosedur dikotomis, di mana pengungkapan diberi nilai 1 jika item diungkapkan dalam berita dan 0 sebaliknya.

Pengukuran Variabel Kontrol

Penggunaan variabel kontrol dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengontrol pengaruh variabel independen terhadap dependen yang disebabkan oleh faktor lain yang belum dimasukkan dalam penelitian.

a. Leverage

Menurut Kasmir (2010: 156), *Debt to Equity* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang lancar dengan seluruh utang ekuitas". Rasio ini dapat dihitung dengan rumus

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \text{Total Kewajiban} / \text{Total Ekuitas} \times 100\%$$

b. Ukuran perusahaan

Dalam hal ini, Ukuran perusahaan dihitung dengan merubah struktur total aktiva perusahaan dengan menggunakan bentuk logaritma natural (Setiawan dan Mahardika, 2018). ukuran perusahaan dinilai dengan log natural dari total aset. Log total aset digunakan untuk mengurangi selisih yang signifikan antara ukuran perusahaan yang terlalu besar dengan ukuran perusahaan yang terlalu kecil, kemudian nilai total aset tersebut dibentuk menjadi logaritma natural, konversi ke bentuk logaritma natural diharapkan untuk membuat total data aset terdistribusi secara normal.

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Logn dari Total Aset}$$

c. Usia Perusahaan

Umur perusahaan merupakan waktu yang dimiliki oleh perusahaan dimulai sejak berdiri hingga waktu yang tidak erbatas (Bestivano, 2013). Umur perusahaan menunjukkan seberapa lama perusahaan mampu bertahan. Semakin lama umur perusahaan, maka semakin banyak informasi yang telah diperoleh masyarakat tentang perusahaan tersebut.

$$\text{Umur Perusahaan} = \Sigma \text{Perusahaan Berdiri}$$

Estimasi Model random-effect (RE) dan fixed-effect (FE) dari Generalized Least Squares (GLS) diterapkan pada data panel untuk menyelidiki dampak CSR dan pengaruh sosial terhadap kinerja keuangan sektor teknologi. Selain itu, penelitian ini menggunakan regresi Ordinary Least Squares (OLS) dan estimator Panel-Corrected Standard Errors (PCSEs) untuk kekokohan estimasi GLS. Namun, penelitian ini mengklaim hasil GLS, karena ini lebih kuat daripada estimator lain untuk analisis data panel. Model efek acak GLS mengasumsikan variasi di seluruh entitas menjadi acak dan tidak berkorelasi dengan prediktor atau variabel independen yang termasuk dalam model. Sebaliknya, model efek tetap dari kontrol GLS adalah untuk semua perbedaan waktu-invarian antara penampang; karenanya, koefisien yang diperkirakan dari model efek tetap tidak dapat dibias karena karakteristik invarian waktu dihilangkan. Dalam GLS, uji Hausman digunakan untuk memutuskan antara model efek-acak dan efek-tetap. Jika hasil uji Hausman signifikan (χ^2 , Prob. > χ^2), maka model fixed-effect sesuai; jika tidak, maka model efek acak yang dipilih. Sebagian besar penelitian sebelumnya yang terkait dengan CSR dan kinerja keuangan

menggunakan metodologi yang sama. Hasil uji Hausman dalam penelitian ini dilaporkan di bawah ini. Model penelitian ditunjukkan sebagai berikut:

$$\alpha + \beta_1\text{CSR} + \beta_2\text{SI} + \beta_3\text{LEVERAGE} + \beta_4\text{UKURAN} + \beta_5\text{UMUR} + \varepsilon' = \text{Model ROA}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan tabel berikut adalah sampel dan populasi yang digunakan dalam penelitian ini. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan teknologi yang go public yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2021. Berikut data yang diperoleh setelah dilakukan purposive sampling.

Karakteristik data yang digunakan dalam statistik deskriptif meliputi mean (mean), nilai maksimum (max), nilai minimum (min), dan standar deviasi. Berdasarkan tabel tersebut, CSR diukur dengan menggunakan indeks pengukuran berdasarkan penelitian Raar (2002) dan indeks pengukuran pengaruh sosial berdasarkan dummy.

Tabel II. Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Rata – rata	Standar Deviasi
Kinerja Keuangan	39	-0,14	10,56	1,40	2,76
CSR	39	1	5	3,56	1,56
Pengaruh Sosial	39	0	1	0,69	0,46
Leverage	39	0,01	1,37	0,52	0,32
Ukuran	39	1,14	26,33	11,71	6,48
Umur	39	4	46	21,30	12,13

Kinerja keuangan yang diukur dengan ROA memiliki nilai minimal -0,14 yaitu PT. Anabatic Technologies Tbk. Dan nilai maksimum 10,56 adalah PT. Kioson Komersial Indonesia. Nilai rata-rata adalah 1,4 dan standar deviasi adalah 2,76. Nilai minimum variabel CSR adalah 1 dan nilai maksimum adalah 5. Rata-rata (mean) CSR perusahaan adalah 3,56 dan standar deviasi adalah 2,76. Variabel pengaruh sosial dilakukan dengan variabel dummy yaitu dengan memberikan nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan kegiatan kerjasama dengan perusahaan lain di website berita dan 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan perusahaan di website berita.

Variabel leverage diukur dengan rasio antara total hutang dan total aset. Nilai minimum variabel Leverage pada 0,01 adalah PT. Indosterling Technomedia dan nilai maksimum 1,37 adalah PT. Teknologi Galva. Nilai rata-rata adalah 0,52 dan standar deviasi adalah 0,32. Variabel selanjutnya adalah variabel Size. Variabel ukuran diukur berdasarkan (Logn) dari total aset perusahaan yang digunakan sebagai proksi ukuran perusahaan. Nilai minimal variabel size pada 1,14 adalah PT. Kresna Graha Investama dan nilai maksimum pada 26,33 adalah PT. Kioson Komersial. Nilai rata-ratanya adalah 11,7 dan standar deviasinya adalah 6,48. Variabel terakhir adalah umur perusahaan. Perhitungan umur perusahaan dihitung sejak berdirinya perusahaan. Nilai variabel usia minimal pada 4 adalah PT. Kioson Komersial dan nilai maksimum di 46 adalah PT. Teknologi Multipolar. Nilai rata-rata adalah 21,3 dan standar deviasi adalah 12,13.

Tabel III. Persamaan Regresi

Variabel	Konstanta	CSR	Pengaruh Sosial	Leverage	Umur	Ukuran	R-Square
Nilai	0.368	0.736	0.491	0.229	0.176	0.132	0.35

Dari Tabel 6 diatas dapat diperoleh persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$0,368 + 0,736\text{CSR} + 0,491\text{SI} + 0,229\text{LEVERAGE} + 0,132\text{SIZE} + 0,176\text{AGE} + e = \text{ROA}$$

Pada percobaan ini, hasil uji asumsi normalitas dengan uji Shapiro-Wilk diperoleh nilai signifikansi lebih dari alpha (0,050) sehingga residual model semua variabel berdistribusi normal. Hasil uji asumsi multikolinearitas dengan uji Variance Inflation Factor (VIF) untuk semua sektor diperoleh nilai VIF masing-masing variabel independen kurang dari 10 dan nilai tolerance masing-masing variabel independen tidak kurang dari 0,10 sehingga tidak terjadi masalah multikolinearitas. Hasil uji asumsi heteroskedastisitas dengan uji model Breusch-Pagan pada semua sektor diperoleh nilai signifikansi (Prob) lebih dari 0,05 sehingga tidak ditemukan masalah heteroskedastisitas. Hasil pemilihan model regresi panel antara model regresi antara CSR terhadap kinerja keuangan dengan menggunakan Uji Hausman diperoleh hasil akhir model Random Effect senilai 0,03 dan regresi antara pengaruh sosial terhadap kinerja keuangan diperoleh hasil akhir senilai 0,01.

Tabel IV. Hasil Regresi Analisis

Kinerja Keuangan	Coef.	Std. Error	T	Sign.	R - Square
CSR	0,68	0,21	3,22	0,03*	
Pengaruh Sosial	0,55	0,22	2,48	0,01*	
Lev	0,01	0,61	1,92	0,77	0,09
Ukuran	0,13	0,19	0,29	0,73	
Umur	-0,01	0,02	1,19	0,21	
Cons	0,2	2,02	0,13	0,92	

*Sig. at level 0.05 (p<0.05)

Pengaruh CSR terhadap Kinerja Keuangan

Dampak CSR terhadap Kinerja Keuangan Analisis yang dilakukan pada industri teknologi menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu proses dimana suatu perusahaan atau unit bisnis dapat memberikan dampak positif terhadap lingkungan (Hossain dan AlAmin, 2016). Hipotesis pertama menunjukkan bahwa dugaan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) berpengaruh signifikan terhadap *return on assets* (ROA). (Statistics tTest) menunjukkan bahwa corporate social responsibility (CSR) berpengaruh signifikan terhadap *return on assets* (ROA) perusahaan. Semakin tinggi kualitas pengungkapan maka semakin tinggi kinerja perusahaan, dan semakin banyak perusahaan mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial maka semakin tinggi kinerja perusahaan. Anda harus bisa. Digunakan sebagai acuan perusahaan saat membuat laporan CSR menggunakan standar GRIG4. Perusahaan yang berinvestasi dalam tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) memperoleh citra, reputasi, dan reputasi yang positif, sehingga dapat diperoleh akses ekonomi, pasar, dan bisnis jangka panjang yang menguntungkan banyak pemangku kepentingan (Lako, 2011: 114). Dari perspektif teori legitimasi, bisnis secara sukarela melaporkan kegiatan mereka ketika manajemen percaya bahwa masyarakat mengharapkan untuk melakukannya (Deegan et al, 2002: 319320). Hal ini akan membawa dampak positif bagi keberlangsungan dan perkembangan perusahaan. Salah satu dampak positifnya adalah pangsa pasar dan penjualan akan meningkat pesat dan disertai dengan biaya yang lebih efisien karena tidak banyak kendala yang muncul seiring dengan peningkatan citra perusahaan menjadi lebih baik. Pengungkapan CSR oleh perusahaan merupakan nilai positif, ketika perusahaan menyampaikan nilai positif, stakeholders dan pemegang saham diharapkan memberikan respon positif, termasuk sebagai bentuk kepercayaan.

Kepercayaan yang diperoleh perusahaan berupa diterimanya produk yang dihasilkan perusahaan yang apabila hal ini berlangsung terus menerus akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan menjadi lebih baik sehingga dapat disimpulkan bahwa saat ini pelaksanaan CSR dapat dijadikan sebagai salah satu strategi pemasaran perusahaan. Pengungkapan CSR yang lebih baik akan berdampak baik pada kinerja keuangan perusahaan dalam jangka panjang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Singh dan Cakraborty, (2021); Abdillah dkk, (2020); Mahrani dan Soewarno, (2018) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap ROA perusahaan. Namun tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Platonova et al, (2018); dan Mwangi and Jerotich, (2013) yang menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA. Perbedaan hasil tersebut mungkin karena lamanya masa studi dan sampel perusahaan yang diteliti. Perusahaan yang melakukan CSR terhadap lingkungan membuat reputasi perusahaan di mata masyarakat akan baik. Reputasi perusahaan yang baik di mata masyarakat akan menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Selanjutnya keunggulan bersaing perusahaan berdampak pada nilai pasar profitabilitas perusahaan dimasa yang akan datang menjadi baik. Praktik CSR yang dilakukan perusahaan berkontribusi menciptakan heterogenitas dan imobilitas sumber daya perusahaan (intangible resources) seperti praktik pengelolaan sumberdaya manusia yang unggul, reputasi perusahaan yang baik, dan penilaian pelanggan yang positif terhadap perusahaan. Adanya keunggulan bersaing perusahaan menurut pandangan resource-based berdampak pada meningkatnya ekspektasi investor terhadap profitabilitas perusahaan di masa yang akan datang (Satria & Daljono, 2014).

Pengaruh Pengaruh Sosial Terhadap Kinerja Keuangan

Perusahaan memiliki semua sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuannya, dan menjadi penting untuk menjalin kemitraan (Baraldi et al, 2012). Jaringan bisnis penting untuk mengukur bagaimana pertukaran dalam satu relasi bergantung pada pertukaran (atau non-pertukaran) dalam relasi lainnya (Giraldi, 2019). Pengaruh sosial adalah konsep universal yang mengukur interaksi dan hubungan antar entitas. Penelitian pengaruh sosial yang ada terutama berfokus pada jaringan pertemanan di antara orang-orang (Luo et al, 2016). Kami mengusulkan pendekatan umum untuk mengukur pengaruh sosial dalam jenis entitas objektif, khususnya dalam jaringan perusahaan. Untuk membangun jaringan pengaruh

perusahaan, kami menambang tautan jaringan (hubungan perusahaan) dari berita dan memperoleh atribut simpel (pengaruh perusahaan) dari indeks pencarian (Luo et al, 2016). Teori pengaruh sosial adalah kerangka penjelasan yang kuat untuk fenomena sosial di atas (Luo et al, 2022). Pengaruh Sosial dapat didefinisikan sebagai “penggunaan kekuatan sosial oleh seseorang atau kelompok untuk mengubah sikap atau perilaku orang atau kelompok lain ke arah tertentu” (Franzoi, 2006; Jamal et al. (2015)).

Pengaruh Sosial terhadap kinerja keuangan menemukan hubungan positif antara ini (Sikarwar, 2019). Hipotesis kedua menyatakan bahwa pengaruh sosial diduga berpengaruh signifikan terhadap *Return on Assets* (ROA). Uji Statistik menunjukkan bahwa pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap *Return On Assets* (ROA) perusahaan. Semakin banyak perusahaan mengungkapkan pengaruh sosialnya maka perlu adanya kerjasama yang dapat menunjukkan efektifitas perusahaan. Kepercayaan yang diperoleh perusahaan berupa diterimanya produk yang dihasilkan perusahaan yang apabila hal ini berlangsung terus menerus akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan menjadi lebih baik sehingga dapat disimpulkan bahwa saat ini pengaruh sosial dapat dijadikan sebagai salah satu strategi pemasaran perusahaan. Hubungan yang lebih baik dengan perusahaan lain dapat berdampak baik pada kinerja keuangan perusahaan dalam jangka panjang.

KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh corporate social responsibility (CSR) terhadap kinerja keuangan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa CSR berdampak pada kinerja keuangan. Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa dampak sosial mempengaruhi kinerja keuangan. Ada beberapa kontribusi untuk penelitian ini, baik dalam teori dan praktek. Kontribusi teoritis penelitian ini dapat menjaga legitimasi masyarakat, dan dampak positif CSR terhadap kinerja keuangan. Penelitian ini telah membuktikan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) dapat digunakan oleh perusahaan untuk menggeser kesadaran bahwa tindakan yang dilakukan oleh perusahaan adalah tindakan yang sesuai secara sosial sehingga masyarakat lebih dapat dipercaya dan berdampak pada peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Pengaruh sosial adalah jenis entitas objektif, khususnya dalam jaringan perusahaan yang berpengaruh pada kinerja keuangan untuk kerjasama dengan perusahaan lain. Kepercayaan yang diperoleh perusahaan berupa diterimanya produk yang dihasilkan perusahaan yang apabila hal ini berlangsung terus menerus akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan menjadi lebih baik sehingga dapat disimpulkan bahwa saat ini pengaruh sosial dapat dijadikan sebagai salah satu strategi peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Hubungan yang lebih baik dengan perusahaan lain dapat berdampak baik pada kinerja keuangan perusahaan dalam jangka panjang.

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini, beberapa saran yang dapat diberikan. Pertama, pemerintah perlu mendorong setiap perusahaan di Indonesia untuk mempraktekkan CSR demi terciptanya pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) di industri teknologi Indonesia, salah satu caranya adalah dengan menetapkan kebijakan/undang-undang yang jelas dan tegas tentang praktik CSR dan pengungkapannya. Kedua, manajer perlu mempertimbangkan keputusan untuk melakukan praktik CSR di perusahaannya karena praktik CSR diyakini dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan di masa yang akan datang. Ketiga, definisi terpaan berita terbatas pada website, dan analisis dalam bentuk kerjasama lainnya dapat ditambahkan untuk penelitian lebih lanjut. Penelitian selanjutnya harus lebih memperluas kriteria sampel dan harus menambahkan variabel lain sehingga dapat mencerminkan situasi nyata mengenai praktik CSR oleh perusahaan dan juga kinerja keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, P. (2016). Implementation of Responsibility Accounting (Case Study at PG. Kebon Agung). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4 (1).
- Abdillah, P., Saraswati, E., & Purwanti, L. (2020). Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR) on Financial Performance and Role of Media as Moderation Variables. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 7 (4). doi:<http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v7i4>
- Abdullah, M. D., Ardiansyah, M. N., & Hamidah, N. (2017). The Effect of Company Size, Company Age, Public Ownership and Audit Quality on Internet Financial Reporting. *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*, 153 - 166. doi:<https://doi.org/10.29259/sjdeb.v1i2.153-166>
- Akmese, H., Aras, S., & Alev, K. (2016). Financial Performance and Social Media: A Research on Tourism Enterprises Quoted in Istanbul Stock Exchange (BIST). *Procedia Economics and Finance*, 39:705-710. doi:[https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30281-7](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30281-7)
- Al-Matari, E. M., Al-Swidi, A. K., & Fadzil, F. H. (2014). The Measurements of Firm Performance's Dimension. *Asian Journal of Finance and Accounting*, 6 (1), 22 - 49.

- Anggraeni, Y. D., & Djakman, C. D. (2018). Pengujian terhadap Kualitas Pengungkapan CSR di Indonesia. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 2 (1). doi:<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2018.v2.i1.2457>
- Armstrong, M. (2014). *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice 13th Edition*. London: Ashford Colorur Press Ltd.
- Baraldi, P., Maio, F. D., Turati, P., & Zio, E. (2015). Robust signal reconstruction for condition monitoring of industrial components via a modified Auto Associative Kernel Regression method. *Mechanical Systems and Signal Processing*, 60 - 61. doi:10.1016/j.ymssp.2014.09.013
- Baretta, D., Perski, O., & Steca, P. (2019). Exploring Users' Experiences of the Uptake and Adoption of Physical Activity Apps: Longitudinal Qualitative Study. *JMIR Mhealth Uhealth*, 7(2). doi:10.2196/11636
- Bestivano, W. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Pearataan Laba pada Perusahaan yang terdaftar di BEI (Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan di BEI). *Jurnal Akuntansi*, 1 (1).
- Deegan, C. (2002). The Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosures. *Accounting Auditing & Accountability Journal*, 15(3):282-311.
- Ghozazli, I., & Chariri, A. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hossain, M. S., & Al-Amin, M. (2016). Best Model of CSR: An Analysis of The Impact of Corporate Social Responsibility for Improving The Social Development of The Stakeholders - A Study on Four Private Commercial Banks. *International Journal of Information, Business and Management*, 8 (2).
- Irham, F. (2016). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Jamal, A. A., Ramlan, W., Mohidin, R., & Karim, M. R. (2015). The Effects of Social Influence and Financial Literacy on Savings Behavior: A Study on Students of Higher Learning Institutions in Kota Kinabalu, Sabah. *International Journal of Business and Social Science*, 6 (11).
- Kasmir. (2014). *Analisis Laporan Keuangan, Edisi Pertama, Cetakan Ketujuh*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Latane, B., & L'Herrou, T. (1996). Spatial Clustering in The Conformity Game: Dynamic Social Impact in Electronic Groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70 (6). doi:<https://doi.org/10.1037/0022-3514.70.6.1218>
- Luo, P., Chen, K., & Wu, C. (2016). Measuring Social Influence for Firm-Level Financial Performance. *Electronic Commerce Research and Applications*, 20 (15 - 29). doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.elerap.2016.09.004>
- Luo, P., Guo, G., & Zhang, W. (2022). The Role of Social Influence in Green Travel Behavior in Rural China. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 107, 107. doi:<https://doi.org/10.1016/j.trd.2022.103284>
- Mahmud, M. T. (2019). Legitimacy Theory and Its Relationship to CSR Disclosures. *Kyushu University, Graduate School of Economics, Department of Economy and Business*. doi:<https://doi.org/10.15017/2230676>
- Mahrani, M., & Soewarno, N. (2018). The Effect of Good Corporate Governance Mechanism and Corporate Social Responsibility on Financial Performance with Earnings Management as Mediating Variable. *Asian Journal of Accounting Research*, 3 (1). doi:<https://doi.org/10.1108/AJAR-06-2018-0008>
- Mariutti, F., & Giraldi, J. M. (2020). Country Brand Equity: The Role of Image and Reputation. *BAR - Brazilian Administration Review*, 17(3):1-24. doi: <https://doi.org/10.1590/1807-7692bar2020180128>
- Munawir, S. (2010). *Analisa Laporan Keuangan Edisi 4*. Yogyakarta: Liberty.
- Muntiah, S. (2013). Pengaruh Mekanisme Corporate Governance terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012). *Jurnal Akuntansi & Keuangan Kontemporer*, 1 (1), 1 (17).
- Mwangi, C. I. (2013). The relationship between corporate social responsibility practices and financial performance of firms in the manufacturing, construction and allied sector of the Nairobi Securities exchange. *International journal of business*.
- Neti, S. (2011). Social Media and its Role in Marketing. *International Journal of Enterprise Computing and Business Systems*, 1-15.
- Neu, D., Warsame, H., & Pedwell, K. (1998). Managing Public Impressions: Environmental Disclosures in Annual report. *Accounting Organizations and Society*, 23 (3), 265 -82. doi:[https://doi.org/10.1016/S0361-3682\(97\)00008-1](https://doi.org/10.1016/S0361-3682(97)00008-1)
- Nursida, N. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility Leverage, dan Proporsi Komisaris Independen terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Universitas Gadjahmada*, Tesis.

- Okafor, A., Adeleye, B. N., & Adusei, M. (2021). Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Evidence from U.S Tech Firms. *Journal of Cleaner Production*, 292. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.126078>
- Platonova, E., Asutay, M., Dixon, R., & Sabri, M. (2018). The Impact of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance: Evidence from the GCC Islamic Banking Sector. *Journal of Business Ethics*, 151(2). doi:<https://doi.org/10.1007/s10551-016-3229-0>
- Raar, J. (2002). Environmental Initiative: towards Triple-Bottom Line Reporting. *Corporate Communication an International Journal*, 7 (3). doi:<https://doi.org/10.1108/13563280210436781>
- Rahardika, H., Permata, R., Anggianni, R. H., & Mulyantini, S. (2022). Review Analisis Determinan Harga Saham Perusahaan Sektor Teknologi. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 1 (1). doi:<https://doi.org/10.55606/jimak.v1i1.135>
- Ridho, T. K. (2018). The Development of CSR Implementation in Indonesia and Its Impact on Company's Financial and Non Financial Performance. *International Conference on Islamic Finance, Economics and Business*.
- Rusdianto, U. (2013). *CSR Communications: A Framework for PR Practitioners*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. 6th Edition. Wiley, 6th.
- Setiawan, I. G., & Mahardika, D. P. (2019). Market to Book Value, Firm Size, dan Profitabilitas terhadap Pengambilan Keputusan Lindung Nilai. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 1, 124-140. doi:<https://doi.org/10.23887/jia.v4i1.17055>
- Sikarwar, T. S. (2019). Social Influence and Individual Financial Behavior for Digital Banking: A Causal Study. *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, 9 (4). doi:<https://doi.org/10.5296/ijafr.v9i4.15905>
- Singh, A., & Chakraborty, M. (2021). Does CSR disclosure influence financial performance of firms? Evidence from an emerging economy. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*. doi:DOI:10.1108/SAMPJ-02-2018-0042
- Tilt, C. (1998). *The Content and Disclosure of Corporate Environmental Policies: An Australia Study*. Osaka.
- Wang, Q., Dou, J., & Jia, S. (2015). A Meta-Analytic Review of Corporate Social Responsibility and Corporate Financial Performance: The Moderating Effect of Contextual Factors. *Business & Society*, 55. doi:<https://doi.org/10.1177/0007650315584317>
- Wang, Y., Liu, J., & Xiuping, S. (2020). Does corporate social responsibility improve financial performance? evidence from pure green side. *Finance Research Letters*, 36. doi:10.1016/j.frl.2020.101522
- Zyznarska, B. (2018). Legitimacy Theory in Management Accounting Research. *Problemy Zarządzania - Management Issues.*, 196 - 203. doi:10.7172/1644-9584.72.12