

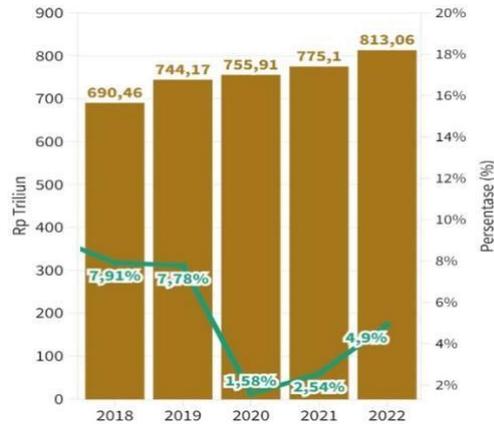
1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut Rudianto (2013) menyatakan bahwa kinerja keuangan adalah prestasi kerja yang dicapai oleh suatu manajemen perusahaan yang sedang menjalankan usahanya sesuai dengan apa yang diharapkan dalam mengelola aset perusahaan secara positif selama periode tertentu. Kinerja keuangan itu penting bagi perusahaan karena untuk mengetahui kelemahan atau kekuatan perusahaan yang dijadikan untuk pengambilan keputusan. Menurut Saragih (2017) menyatakan bahwa kinerja keuangan adalah hasil nyata yang dicapai perusahaan yang dapat mencerminkan tingkat kesehatan keuangan perusahaan. Dengan melihat kinerja keuangan bisa mengetahui apakah perusahaan tersebut sehat atau tidak. Laporan ini menjadi acuan penting bagi investor dalam mengambil keputusan. Banyak indikator yang dapat digunakan untuk menganalisis kinerja keuangan, salah satunya adalah profitabilitas, yang juga berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas, semakin baik pula kinerja keuangan perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan merujuk pada aktivitas keuangan yang disusun dalam bentuk laporan keuangan. Laporan ini bertujuan untuk menilai prestasi perusahaan dalam periode tertentu dan memberikan manfaat bagi berbagai pihak, termasuk manajemen, investor, kreditor, bankir, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya.

Porter (1996) menyatakan bahwa bahwa perusahaan dapat menggunakan strategi generik untuk meningkatkan daya saing dan bertahan di tengah persaingan bisnis. Setiap bisnis harus menggunakan berbagai macam strategi bisnis untuk memanfaatkan peluang yang ada guna mencapai tujuannya dan bertahan di tengah bisnis lain yang serupa. Dengan jumlah penduduk Indonesia lebih dari 271 juta jiwa, industri makanan dan minuman merupakan salah satu industri yang selalu berkembang pesat seiring dengan semakin meningkatnya kebutuhan akan makanan dan minuman sebagai kebutuhan pokok hidup. Di antara industri-industri yang kuat dan tahan terhadap berbagai jenis krisis, khususnya krisis ekonomi, sektor ini berperan penting dalam perluasan dan stimulasi perekonomian nasional. Pengaruh positif perusahaan yang konsisten terhadap PDB menjadi bukti kontribusinya terhadap industri ini. Ketika suatu perusahaan go public di pasar modal, tujuannya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham, yang ditunjukkan dengan meningkatnya nilai perusahaan yang ditunjukkan oleh harga sahamnya. Nilai suatu perusahaan dijelaskan, khususnya harga jual sahamnya, yang mencerminkan penilaian investor terhadap tingkat keberhasilan dan pencapaian suatu usaha berdasarkan kinerjanya. Oleh karena itu, peningkatan kesejahteraan yang diterima pemegang saham merupakan bukti nyata dari hasil peningkatan nilai perusahaan.

Penelitian ini dilakukan pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berikut fenomena Industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, Total nilai tambah barang dan jasa yang diproduksi dalam periode waktu singkat oleh unit bisnis yang berbeda dikenal sebagai produk domestik bruto atau PDB. Produk Domestik Bruto juga digunakan untuk mengukur pertumbuhan ekonomi di masyarakat. Industri makanan dan minuman merupakan salah satu subsektor dari industri pengolahan. Industri ini memberikan kontribusi sebesar 33,92% terhadap PDB industri pengolahan, seperti terlihat pada grafik di bawah:



Gambar 1.1

Perbandingan Pertumbuhan PDB Food and Beverage 2018-2022

Sumber : (Badan Pusat Statistik, 2023)

Pada gambar 1.1 diatas dijelaskan bahwa Industri makanan dan minuman mempunyai PDB (PDB) terbesar pada tahun 2018 yaitu sebesar 7,91%. Sedangkan terendah pada tahun 2020 sebesar 1,58% karena pandemi Covid-19. Namun industri ini mengalami pertumbuhan yang menggembirakan pada tahun 2020-2022. Tetapi, pertumbuhan sektor makanan & minuman relatif melambat dibandingkan periode normal.

Hal ini menunjukkan bahwa industri makanan dan minuman dalam negeri mampu tumbuh dengan baik di tengah kondisi perekonomian yang terpuruk. Pertumbuhan positif pergerakan harga saham pada sektor Makanan dan Minuman membuat sentiment positif dari para investor. Naik turunnya PDB mencerminkan kinerja keuangan perusahaan, hal ini juga dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, contohnya seperti *Corporate Social Responsibility*, Ukuran perusahaan, Ukuran dewan komisaris sebagai variabel moderasi, sedangkan Profitabilitas dan *Leverage* sebagai variabel kontrol.

Menurut (Adrai & Perkasa, 2024) *Corporate Social Responsibility* (CSR) merujuk pada komitmen perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi sambil meningkatkan kualitas hidup karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal, dan masyarakat secara keseluruhan. Dalam era globalisasi dan meningkatnya kesadaran sosial, CSR menjadi salah satu elemen penting dalam strategi bisnis perusahaan. Implementasi CSR tidak hanya berdampak positif terhadap citra perusahaan, tetapi juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan kinerja keuangan jangka panjang. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) memiliki peranan penting karena perusahaan beroperasi dalam masyarakat, dan setiap aktivitasnya dapat berdampak pada lingkungan sosial. Oleh karena itu, perusahaan harus secara sukarela mengungkapkan tanggung jawab sosialnya sebagai kontribusi kepada masyarakat. Di Indonesia, kesadaran untuk menjaga lingkungan telah berkembang, dan banyak perusahaan yang berpartisipasi dalam kegiatan sosial dengan menyisihkan sebagian laba.

CSR bukan hanya bertujuan untuk menarik perhatian publik, tetapi juga untuk memastikan keberlangsungan perusahaan di masa depan. Hasil penelitian (Gharbi & Jarbou, 2024) dan (Dasmawan & Fika, 2022) menunjukkan bahwa corporate social responsibility memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja keuangan, semakin besar corporate social responsibility yang diungkapkan oleh perusahaan maka semakin baik juga kinerja keuangannya. Sedangkan hasil penelitian dari (Wardhani, 2021) dan (Kusumawati et al., 2022) menunjukkan bahwa corporate social responsibility tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Hal ini disebabkan oleh rendahnya tingkat kepedulian masyarakat terhadap perusahaan ketika perusahaan melaksanakan kegiatan sosial yang berkaitan dengan kinerja

keuangannya, masyarakat belum memberikan dukungan yang memadai, sehingga kinerja keuangan perusahaan tidak terpengaruh

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi kinerja keuangan. Ukuran perusahaan didefinisikan sebagai indikator untuk menilai besar kecilnya sebuah perusahaan, yang dapat diukur melalui berbagai metode, termasuk total aset dan total penjualan. Hasil penelitian (Olaf et al., 2022), (Saddiqa et al., 2024) dan (Elizabeth Sugiarto Dermawan, 2019) mengatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa perusahaan dengan ukuran yang lebih besar dan likuiditas yang baik cenderung memiliki kinerja keuangan yang lebih baik, memberikan implikasi bagi manajemen perusahaan untuk fokus pada pengelolaan ukuran dan likuiditas. Sedangkan hasil penelitian (Ernawati & Santoso, 2022) dan (Siregar & Br Bukit, 2018) mengatakan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Di sisi lain, ukuran perusahaan juga memainkan peran krusial dalam dinamika bisnis. Dengan ukuran yang besar dan status go public, perusahaan memiliki akses yang lebih luas terhadap sumber dana di pasar modal atau perbankan untuk pembiayaan investasi, yang bertujuan meningkatkan keuntungan. Perusahaan yang tergolong besar cenderung memiliki sumber daya yang lebih banyak dan berbeda dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil.

Ukuran dewan komisaris berfungsi sebagai kerangka kerja untuk mengatur hubungan antara pemangku kepentingan dalam perusahaan. Ukuran dewan komisaris yang baik dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas, yang pada gilirannya dapat memperkuat implementasi CSR. Dalam konteks ini, ukuran dewan komisaris dapat berfungsi sebagai variabel moderasi yang mempengaruhi hubungan antara CSR dan Ukuran Perusahaan terhadap kinerja keuangan. Hasil penelitian, (Misutari & Ariyanto, 2021), (Siregar & Br Bukit, 2018) menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris terbukti sebagai variabel moderasi yang memperkuat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan. Temuan ini menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris yang baik dapat memperkuat dampak positif CSR terhadap kinerja keuangan. Hasil penelitian mereka juga menyoroti pentingnya transparansi dan komunikasi dalam praktik CSR untuk meningkatkan kinerja perusahaan di mata pemangku kepentingan. Sedangkan, menurut hasil penelitian (Suripto & Aini, 2024) menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris tidak dapat memoderasi hubungan CSR dengan kinerja keuangan perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Siregar & Br Bukit, 2018) dan (Saputri & Setiawati, 2024) menunjukkan bahwa Praktik CG tidak mampu memoderasi hubungan antara Ukuran Perusahaan dan Kinerja Keuangan Perusahaan, karena hubungan antara ukuran perusahaan dan kinerja keuangan sangat kompleks, karena ukuran perusahaan tidak selalu berbanding lurus dengan kinerja yang lebih baik, terutama jika perusahaan besar tidak dikelola dengan baik, dan perbedaan dalam penerapan prinsip-prinsip *Ukuran dewan komisaris* di antara perusahaan dapat menyebabkan variasi dalam dampaknya terhadap kinerja keuangan, sehingga GCG sulit berfungsi sebagai faktor moderasi yang konsisten.

Penelitian ini didasari oleh penelitian yang dilakukan oleh (Gharbi & Jarbou, 2024) yang dijadikan artikel acuan utama untuk model penelitian ini. Yang membuat berbeda penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah objek penelitiannya, yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2020-2023.

Berdasarkan dari latar belakang masalah, maka muncul pertanyaan penelitian sebagai berikut ini: (i) Bagaimana *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan? (ii) Bagaimana ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan? (iii) Bagaimana ukuran dewan komisaris berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara *corporate social responsibility* dan kinerja keuangan perusahaan? (iv) Bagaimana ukuran dewan komisaris berperan sebagai

variabel moderasi dalam hubungan antara ukuran perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan dan apakah ukuran dewan komisaris dapat memoderasi kedua hubungan tersebut pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020-2023. Melihat kinerja keuangan perusahaan sangat penting, karena memahami kinerja keuangan membantu dalam mengidentifikasi dan mengelola risiko yang dapat mempengaruhi operasi dan keberlanjutan perusahaan

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan yang baik bagi investor, para pemangku kepentingan, ataupun pihak-pihak yang memiliki hubungan material dengan perusahaan. Lebih lanjut, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu investor memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan kinerja perusahaan dan menjadi lebih legitimate di tengah masyarakat.

2. Kajian Pustaka

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Deegan (2004) mengatakan teori legitimasi merupakan suatu upaya perusahaan untuk terus memastikan bahwa kegiatan operasional mereka berada dalam bingkai dan norma yang ada dalam sistem masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada. Perusahaan berusaha untuk memastikan bahwa aktivitas mereka diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang sah. Teori legitimasi tersebut juga berkaitan erat tentang hubungan antara perusahaan dan stakeholders. Eksistensi perusahaan tidak akan berjalan tanpa dukungan *stakeholders* perusahaan. *Stakeholders* menjadi salah satu kunci perusahaan untuk melanjutkan kegiatan operasional perusahaan. Hubungan antara perusahaan dan stakeholders akan menimbulkan legitimasi, jika perusahaan menyajikan kinerjanya secara menyeluruh. Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholders* dan *shareholders* perusahaan adalah dengan mengungkapkan *sustainability report* yang menginformasikan perihal kinerja ekonomi, sosial dan lingkungannya sekaligus kepada seluruh pemangku kepentingan suatu perusahaan. Teori legitimasi (*Legitimacy Theory*) berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Teori ini menyatakan bahwa organisasi adalah bagian dari masyarakat sehingga harus memperhatikan norma-norma sosial kemasyarakatan karena kesesuaian dengan norma sosial dapat membuat perusahaan semakin *legitimate* (sah).

Deegan dan Tobin (2002) menyatakan bahwa legitimasi perusahaan akan diperoleh, jika terdapat kesamaan antara hasil dengan yang diharapkan oleh masyarakat dari perusahaan, sehingga tidak ada tuntutan dari masyarakat. Perusahaan dapat melakukan pengorbanan sosial sebagai refleksi dari perhatian perusahaan terhadap masyarakat. Untuk tetap mendapatkan legitimasi maka organisasi perusahaan harus mengkomunikasikan aktivitas lingkungan dengan melakukan pengungkapan lingkungan sosial (Berthelot dan Robert, 2011). Pengungkapan lingkungan dinilai bermanfaat untuk memulihkan, meningkatkan, dan mempertahankan legitimasi yang telah diterima.

2.1.2 Kinerja Keuangan Perusahaan (Y)

Kinerja keuangan perusahaan merupakan prestasi yang telah dicapai perusahaan dalam periode tertentu yang mencerminkan tingkat kesehatan perusahaan tersebut. Kinerja Keuangan adalah kinerja manajemen, yang merupakan perluasan nilai keuangan dan diperkirakan manfaatnya. Konsekuensi dari memperkirakan penanda keuangan sangat penting sehingga mitra dapat memahami status fungsional perusahaan dan tingkat pencapaian perusahaan. Kinerja keuangan merupakan indikator dalam mengevaluasi dan mengukur kondisi keuangan perusahaan melalui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Kinerja keuangan perusahaan yang stabil merupakan daya tarik bagi investor untuk menginvestasikan modal pada

perusahaan, sehingga menjaga kestabilan kinerja keuangan menjadi salah satu tujuan yang harus dicapai perusahaan. Kinerja Keuangan Perusahaan diukur menggunakan *Tobin's Q*. merupakan salah satu indikator untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan, yang merepresentasikan nilai pasar perusahaan dibandingkan dengan nilai asetnya.

2.1.3 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah kewajiban perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan, serta menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. CSR diartikan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan yang harus dipenuhi untuk menjaga hubungan baik dengan pemangku kepentingan dan lingkungan sekitarnya. Pengungkapan kegiatan CSR yang lengkap dapat meningkatkan kepercayaan investor dan pemangku kepentingan, serta memperbaiki kinerja keuangan perusahaan (Dasmaran & Fika, 2022).

2.1.4 Ukuran Perusahaan

Firm size atau ukuran perusahaan adalah skala yang menunjukkan besar atau kecilnya suatu perusahaan. Ukuran suatu perusahaan memegang peran yang sangat penting di dalam Analisa keuangan, karena dapat memberikan fakta mengenai total operasional perusahaan, posisi pasar, dan potensi suatu perusahaan dalam pemanfaatan sumber dayanya. Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk menghitung ukuran suatu perusahaan, yang bergantung pada tujuan pengukuran yang akan dilakukan. Untuk penelitian ini, ukuran perusahaan dihitung berdasarkan jumlah total aset yang dimiliki. Total aset mencakup semua nilai sumber daya yang dimiliki perusahaan, termasuk kas, pinjaman, investasi, surat berharga, dan lain-lain.

Ukuran ini penting karena memberikan informasi mengenai besarnya operasi perbankan dan kemampuannya dalam menghasilkan pendapatan, serta mencerminkan kemampuan perbankan dalam menyalurkan kredit dan layanan keuangan kepada nasabahnya.

2.1.5 Ukuran Dewan Komisaris

Menurut penelitian (Gharbi & Jarboui, 2024) ukuran dewan komisaris menilai sistem dan proses yang ada dalam perusahaan, memastikan bahwa anggota dewan dan eksekutif bertindak demi kepentingan terbaik pemegang saham dalam jangka panjang. Ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menerapkan praktik manajemen yang optimal untuk mengelola dan memantau hak serta kewajibannya, melalui penetapan insentif dan *mekanisme checks and balances*, dengan tujuan menciptakan nilai jangka panjang bagi pemegang saham.

2.1.6 Profitabilitas (K1)

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba atau keuntungan dari aktivitas operasionalnya dalam periode tertentu. Kemampuan ini menunjukkan efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk menciptakan nilai ekonomi. Tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan kinerja keuangan yang baik dan daya saing perusahaan di pasar. Profitabilitas dalam penelitian ini dapat diukur dengan ROE yang digunakan untuk mengukur kinerja manajemen perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia untuk menghasilkan laba setelah pajak pada masing-masing perusahaan.

2.1.7 Leverage

Leverage adalah kemampuan perusahaan dalam menggunakan sumber dana yang berasal dari utang untuk meningkatkan potensi keuntungan atau aset perusahaan. Leverage mencerminkan sejauh mana perusahaan bergantung pada pembiayaan eksternal dibandingkan dengan ekuitasnya sendiri. Hal ini biasanya diukur melalui rasio keuangan seperti *debt to equity ratio* (DER) atau *debt to asset ratio* (DAR), yang memberikan gambaran tentang tingkat risiko keuangan yang dihadapi perusahaan terkait kewajiban utangnya. *Leverage* diukur dengan membandingkan seluruh utang perusahaan, termasuk utang jangka pendek dan jangka panjang, dengan modal sendiri menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). Rasio total utang terhadap total ekuitas meningkat seiring dengan DER. Total ekuitas pemegang saham suatu perusahaan diukur dengan menggunakan rasio hutang terhadap ekuitas.

2.2 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Gharbi & Jarboui, 2024) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Kusumawati et al., 2022) juga mengatakan hal yang serupa bahwa penerapan CSR yang efektif dapat menjadi indikasi positif bahwa perusahaan memiliki manajemen yang bertanggung jawab dan berkomitmen pada keberlanjutan perusahaan. Hal ini dapat memperbaiki citra perusahaan dan menarik minat investor. Dengan pelaksanaan CSR yang baik, perusahaan dapat membedakan dirinya dari pesaing.

Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh (Ernawati & Santoso, 2022) dan (Olaf et al., 2022) perusahaan besar dengan kondisi keuangan yang stabil dapat menjadi daya tarik bagi banyak investor, yang berpotensi meningkatkan nilai saham di pasar modal. Pada penelitian (Elizabeth Sugiarto Dermawan, 2019) juga menjelaskan Ukuran Perusahaan yang besar sering kali diasosiasikan dengan stabilitas dan keandalan. Dengan menunjukkan komitmen terhadap praktik yang bertanggung jawab, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan investor, yang pada gilirannya dapat meningkatkan legitimasi mereka di pasar. Ketika perusahaan memiliki aset yang signifikan, hal ini dapat menarik perhatian investor, mendorong permintaan terhadap saham, dan berpotensi meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Ulfa & Citradewi, 2023) menyatakan bahwa penerapan *Ukuran dewan komisaris* dalam memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Keuangan Perusahaan adalah suatu hal yang kompleks.

Ukuran dewan komisaris dapat mendukung perusahaan dalam melaksanakan CSR dengan cara yang lebih transparan, akuntabel, dan efisien, yang pada gilirannya dapat meningkatkan reputasi serta kepercayaan dari pemangku kepentingan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Gharbi & Jarboui, 2024) dan juga menjelaskan bahwa ukuran dewan komisaris dapat memperkuat dampak positif CSR terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Siregar & Br Bukit, 2018) dan (Saputri & Setiawati, 2024) menjelaskan bahwa penerapan *Ukuran dewan komisaris* tidak mampu memoderasi hubungan antara Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan, karena efektivitasnya sering kali ditentukan oleh kualitas pengawasan, independensi, dan kompetensinya, bukan hanya oleh keberadaannya. Pada perusahaan besar, kompleksitas operasional dan tantangan manajerial biasanya lebih besar dibandingkan dengan perusahaan kecil, sehingga dalam penerapan GCG akan mengalami kesulitan dalam memberikan pengawasan yang efektif.

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

CSR dihitung memakai *Standart Global Reporting Initiative* (GRI) 2016. Penggunaan Standart GRI 2016 dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan, serta untuk melihat bagaimana ukuran perusahaan dapat memoderasi hubungan tersebut (Dasmawan & Fika, 2022). Dengan demikian, peneliti dapat mengevaluasi sejauh mana perusahaan berkomitmen terhadap tanggung jawab sosialnya, yang dapat mempengaruhi persepsi investor dan stakeholder, yang pada akhirnya akan berdampak pada kinerja keuangan perusahaan. Dalam konteks Corporate Social Responsibility (CSR), perusahaan yang secara aktif mengungkapkan komitmennya terhadap tanggung jawab sosial dapat memberikan sinyal positif kepada investor dan stakeholder tentang kualitas dan integritas manajemennya. Pengungkapan CSR yang baik dapat berfungsi sebagai sinyal positif bahwa perusahaan memiliki manajemen yang bertanggung jawab dan berkomitmen terhadap keberlanjutan. Ini dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan menarik investor, dengan melakukan CSR secara baik, perusahaan dapat membedakan diri dari kompetitor. Hal ini tidak hanya menarik perhatian konsumen yang peduli terhadap isu sosial dan lingkungan, tetapi juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Tetapi, jika perusahaan gagal dalam menjalankan CSR atau hanya melakukan pengungkapan yang minimal dan tidak konsisten, hal ini dapat menyebabkan reputasi negatif. Publik dan stakeholder mungkin menganggap perusahaan hanya mencari keuntungan tanpa mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan.

Berdasarkan Teori Legitimasi, melalui pengungkapan dan pelaksanaan CSR yang baik, perusahaan dapat memperoleh legitimasi dari pemangku kepentingan, termasuk investor dan konsumen. Legitimasi ini dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas, yang pada akhirnya berdampak positif pada kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan yang aktif dalam CSR sering kali memiliki reputasi yang lebih baik, yang dapat menarik lebih banyak pelanggan dan investor (Kusumawati et al., 2022), karena penerapan CSR yang buruk menyebabkan menurunnya kinerja keuangan perusahaan. Penelitian dari (Melania & Tjahjono, 2022) memperkuat hasil penelitian lainnya mengenai hubungan positif *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. Berdasarkan pernyataan tersebut, hipotesisnya adalah:

H1: CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan

2.3.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Ukuran perusahaan (*firm size*) dapat ditentukan melalui total aset yang dimilikinya. Perusahaan dengan total aset yang besar memiliki kecenderungan untuk dapat mencapai tahap perkembangan yang lebih luas. Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki potensi sumber pendanaan yang lebih besar, sehingga dapat mendukung operasional bisnis dan menyediakan berbagai layanan keuangan ke nasabah.

Berdasarkan Teori Legitimasi, Perusahaan yang lebih besar sering kali memiliki lebih banyak sumber daya untuk melakukan CSR dan mendapatkan legitimasi. Ukuran perusahaan dapat berfungsi sebagai sinyal kepada pemangku kepentingan bahwa perusahaan tersebut stabil dan dapat diandalkan, yang dapat meningkatkan kinerja keuangan. Perusahaan besar umumnya juga memiliki keunggulan kompetitif dan potensi perkembangan yang lebih tinggi, yang dapat meningkatkan nilai perusahaan di pasar saham (Olaf et al., 2022). Menurut penelitian (Ernawati & Santoso, 2022) perusahaan besar yang stabil keuangannya dapat menjadi faktor yang menarik bagi sejumlah investor, sehingga dapat berpotensi meningkatkan nilai saham di pasar modal. Menurut (Elizabeth Sugiarto Dermawan, 2019), ukuran perusahaan dinilai dari jumlah total aset yang digunakan untuk operasional mereka. Ketika perusahaan mempunyai aset yang besar, maka ini berpotensi menarik minat dari para investor yang dapat mendorong permintaan atas saham, sehingga berpotensi meningkatkan nilai perusahaan. Dengan begitu diambil kesimpulan hipotesis:

H2: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan

2.3.3 Ukuran dewan komisaris memoderasi CSR terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Ukuran dewan komisaris dapat berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan kinerja keuangan perusahaan (FP). Beberapa penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris dan CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Namun, jumlah studi yang secara khusus meneliti peran ukuran dewan komisaris dalam hubungan antara CSR dan kinerja keuangan perusahaan masih relatif terbatas.

Berdasarkan Teori Legitimasi, *Ukuran dewan komisaris* dapat memperkuat legitimasi perusahaan dengan memastikan bahwa CSR dilaksanakan secara transparan dan akuntabel. Dengan demikian, ukuran dewan komisaris dapat memperkuat hubungan positif antara CSR dan kinerja keuangan karena dewan yang lebih besar dan beragam mampu memberikan pengawasan yang lebih baik, meningkatkan pengambilan keputusan strategis, serta memperkuat implementasi inisiatif CSR yang berdampak positif pada reputasi dan kinerja perusahaan. Hasil Penelitian (Ulfa & Citradewi, 2023) *Ukuran dewan komisaris* berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Hasil penelitian (Siregar & Br Bukit, 2018) juga menyatakan hal yang sama bahwa kepemilikan institusional secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Ukuran dewan komisaris memungkinkan memoderasi CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan adalah kompleks. Ukuran dewan komisaris diharapkan berfungsi sebagai variabel moderasi yang signifikan dalam hubungan antara Corporate Social Responsibility (CSR) dan kinerja keuangan perusahaan, di mana dewan komisaris yang lebih besar dan beragam dapat meningkatkan efektivitas pengawasan dan pengambilan keputusan strategis, sehingga memperkuat dampak positif dari inisiatif CSR terhadap kinerja keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan anggota dewan yang memiliki latar belakang dan keahlian yang beragam dapat memperkaya perspektif dalam merumuskan dan melaksanakan kebijakan CSR, yang pada gilirannya dapat meningkatkan reputasi perusahaan, loyalitas pelanggan, dan akhirnya kinerja keuangan yang lebih baik. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesisnya adalah:

H3: Ukuran dewan komisaris mampu memoderasi hubungan antara CSR dan Kinerja Keuangan Perusahaan

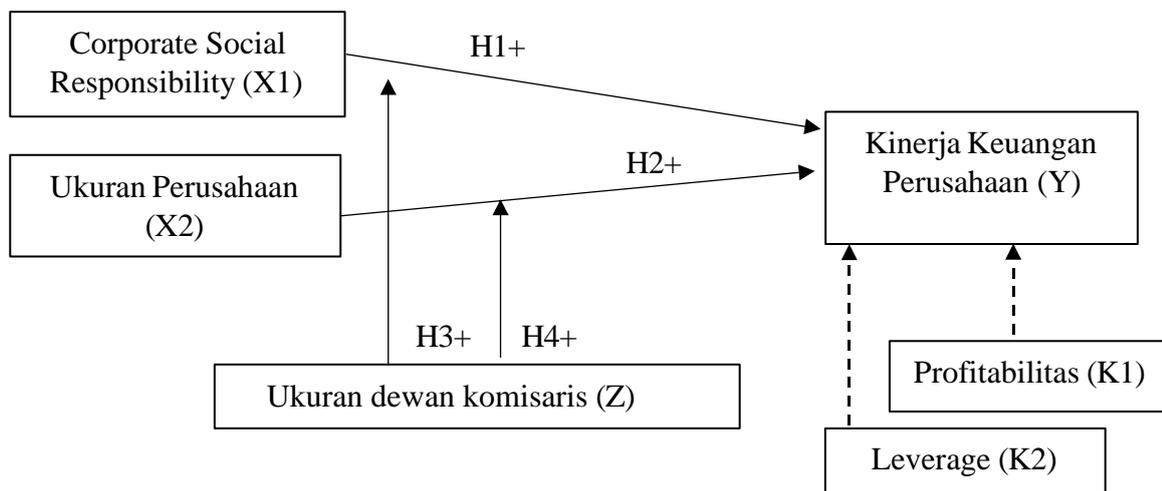
2.3.4 Ukuran dewan komisaris memoderasi Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Ukuran Perusahaan dan Hubungannya dengan Kinerja Keuangan Perusahaan telah banyak penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan. Penelitian yang berbeda memiliki pendapat yang berbeda tentang ukuran perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan

Berdasarkan Teori Legitimasi, jika penerapan *Ukuran dewan komisaris* tidak efektif, meskipun perusahaan besar memiliki potensi untuk mendapatkan legitimasi, mereka mungkin tidak dapat memanfaatkan ukuran mereka untuk meningkatkan kinerja keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan CG saja tidak cukup efektivitasnya dalam mengawasi dan mengelola perusahaan juga sangat penting. Menurut penelitian (Siregar & Br Bukit, 2018) Dewan Komisaris tidak mampu memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan dan kinerja perusahaan, karena efektivitasnya sering kali bergantung pada kualitas pengawasan, independensi, dan kompetensinya, bukan sekadar keberadaannya. Dalam perusahaan besar, kompleksitas operasional dan tantangan pengelolaan sering kali lebih besar dibandingkan perusahaan kecil, sehingga Dewan Komisaris dapat kesulitan memberikan pengawasan yang efektif. Selain itu, keberadaan Dewan Komisaris yang hanya bersifat formalitas tanpa pelaksanaan fungsi pengawasan yang optimal dapat melemahkan peran mereka dalam memastikan hubungan yang positif antara ukuran perusahaan dan kinerja perusahaan. Hal ini juga dapat diperburuk oleh potensi konflik kepentingan atau kurangnya pemahaman yang mendalam tentang operasional perusahaan. Hasil tersebut juga diperkuat oleh penelitian (Saputri & Setiawati, 2024) bahwa GCG tidak mampu memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan dengan kinerja keuangan perusahaan. Maka dari itu hipotesisnya:

H4: Ukuran dewan komisaris mampu memoderasi hubungan antara Ukuran Perusahaan dan Kinerja Keuangan Perusahaan

2.4 Model Penelitian



3. Metode Penelitian

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.1.1 Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua kelompok, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Berikut ini adalah cara untuk mengukur masing-masing variabel yang diajukan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2022), variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kinerja Keuangan Perusahaan.

2. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2022) menyatakan bahwa variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Ukuran Perusahaan.

3. Variabel Moderasi

Menurut Sugiyono (2022) menyatakan bahwa Variabel moderasi adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat atau memperlemah) hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah *Ukuran dewan komisaris* (GCG).

4. Variabel Kontrol

Menurut Sugiyono (2022) menyatakan bahwa Variabel kontrol adalah variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga pengaruh variabel independen terhadap dependen tidak dipengaruhi faktor luar yang tidak diteliti. Variabel kontrol dalam penelitian ini adalah Profitabilitas dan *Leverage*.

3.1.2 Definisi Operasional

Menurut (Sugiyono, 2022:39), definisi operasional adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang kita miliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi operasional adalah penjelasan tentang mengenai pengertian hal-hal yang akan di teliti. Definisi operasional pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.1.2.1 Kinerja Keuangan Perusahaan (Y)

Kinerja Keuangan Perusahaan diukur menggunakan *Tobin's Q*. merupakan salah satu indikator untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan, yang merepresentasikan nilai pasar perusahaan dibandingkan dengan nilai asetnya. Menurut (Gharbi & Jarboui, 2024), perhitungan Kinerja Keuangan Perusahaan dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$Tobin's Q = \frac{Nilai\ Pasar\ Ekuitas}{Nilai\ Buku\ Aset}$$

Sumber : (Gharbi & Jarboui, 2024)

3.1.2.2 Ukuran dewan komisaris (GCG) (Z)

Ukuran dewan komisaris diukur menggunakan Ukuran Dewan Komisaris. Dewan Komisaris mengevaluasi sistem dan proses perusahaan memastikan bahwa anggota dewan dan eksekutifnya bertindak demi kepentingan terbaik dalam jangka panjang pemegang saham. Menurut (Gharbi & Jarboui, 2024), perhitungan *Ukuran dewan komisaris* dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$Ukuran\ Dewan\ Komisaris = \frac{Anggota\ Dewan\ Komisaris}{Semua\ Dewan\ Komisaris}$$

Sumber : (Gharbi & Jarboui, 2024)

3.1.2.3 Corporate Social Responsibility (CSR) (X1)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah kewajiban perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan, serta menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. CSR dalam penelitian ini dapat diukur dengan *Standart Global Reporting Initiative* (GRI) 2016. Menurut (Gharbi & Jarboui, 2024), perhitungan Profitabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$CSR = \frac{\text{Total Pengungkapan Item GRI}}{\text{Total pengungkapan seluruh GRI} - 78 \text{ Item}}$$

Sumber: (Gharbi & Jarboui, 2024)

3.1.2.4 Profitabilitas (K1)

Profitabilitas dapat penelitian ini dapat dinilai dengan menggunakan ROE yang digunakan untuk mengukur seberapa baik manajemen perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia untuk menghasilkan laba setelah pajak pada setiap bisnis. Menurut (Gharbi & Jarboui, 2024), perhitungan Profitabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Sumber : (Gharbi & Jarboui, 2024)

3.1.2.5 Leverage

Leverage diukur dengan membandingkan seluruh utang perusahaan, baik utang jangka pendek maupun jangka panjang, dengan modal sendiri menggunakan Debt to Equity Ratio (DER). Rasio total utang terhadap total ekuitas meningkat seiring dengan DER. Total ekuitas pemegang saham suatu perusahaan diukur dengan menggunakan rasio hutang terhadap ekuitas. Menurut (Gharbi & Jarboui, 2024), perhitungan *Leverage* dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Sumber : (Gharbi & Jarboui, 2024)

3.1.2.6 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat diukur dengan melalui total aset yang dimiliki perusahaan, meliputi jumlah keseluruhan aset dimana berbagai nilai tersebut bisa menjadi penentu ukuran perusahaan apakah termasuk perusahaan kecil, menengah atau perusahaan besar. Ukuran perusahaan dapat dilihat melalui total aset yang dimiliki perusahaan. Menurut (Gharbi & Jarboui, 2024), perhitungan ukuran perusahaan dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$SIZE = Ln (\text{Total Aset})$$

Sumber : (Gharbi & Jarboui, 2024)

3.2 Objek Penelitian, Populasi, dan Sampel

3.2.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah bahan atau objek yang akan diteliti pada sebuah penelitian. objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan makanan dan minuman. Unit sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder. Data sekunder tersebut diambil dari perusahaan Makanan Dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2023 dalam bentuk laporan keuangan.

3.2.2 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2022:126). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan Makanan Dan Minuman yang mengeluarkan laporan keuangan dari tahun 2020 – 2023.

3.2.3 Pengambilan Sampel

Sampel adalah wakil atau sebagian dari populasi yang memiliki sifat dan karakteristik yang sama yang menggambarkan dan dapat mewakili seluruh populasi yang diteliti (Sugiyono, 2022:133). Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, dimana anggota sampel akan dipilih sedemikian rupa sehingga sampel yang dibentuk tersebut dapat mewakili sifat-sifat populasi. Adapun kriteria yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020-2023.
2. Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang menyajikan laporan keuangan audited secara lengkap, berturut-turut dan berakhir pada 31 Desember selama tahun 2020-2023.
3. Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang menyajikan laporan keuangan dalam mata uang Rupiah selama tahun 2020-2023.
4. Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang menghasilkan nilai saldo laba yang bernilai positif selama tahun 2020-2023.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini termasuk kedalam jenis data sekunder yaitu data yang sudah tersedia dan berupa data kuantitatif, sehingga peneliti hanya perlu untuk mencari dan mengumpulkan data-data tersebut. Dimana data yang digunakan adalah laporan keuangan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020-2023.

3.3.2 Sumber Data

Data sekunder merupakan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini. Data sekunder adalah informasi yang telah dicatat dan diperoleh dari sumber lain, baik secara langsung maupun tidak langsung. Jenis data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data eksternal merupakan. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020–2023 dijadikan sebagai sumber data penelitian. Data laporan keuangan diperoleh dari website www.idnfinancials.com.

3.4 Metode Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan dengan uji statistik menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program *Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 22. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif untuk melihat atau memperkirakan secara kuantitatif pengaruh dari beberapa variabel secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama terhadap variabel terikat.

Untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini layak atau tidak digunakan, maka terlebih dahulu dilakukan pengujian Analisis Statistik Deskriptif, Uji Asumsi Klasik terdiri dari Uji Normalitas; Uji Multikolinearitas; Uji Autokorelasi; dan Uji Heteroskedastisitas. Apabila data-data yang ada telah lolos uji asumsi klasik, selanjutnya data dapat dianalisis dengan menggunakan uji model penelitian, uji regresi linear berganda, uji moderasi (MRA) dan uji hipotesis.

3.4.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif menurut Ghozali (2018) merupakan alat statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum dari data tersebut. Statistik deskriptif memberikan gambaran tentang variabel-variabel dalam penelitian ini yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), nilai standar deviasi, nilai minimum dan nilai maksimum.

3.4.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah suatu pengujian hipotesis yang digunakan dalam suatu penelitian yang menunjukkan bahwa model regresi tersebut layak atau tidak untuk dilakukan ke pengujian selanjutnya menurut Ghozali (2018). Adapun penyimpangan asumsi klasik ada empat: uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heterokedastisitas.

3.4.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018). Data yang baik dan layak dalam penelitian adalah yang memiliki distribusi normal. Untuk mengetahui apakah suatu data terdistribusi secara normal atau tidak, dapat dilakukan dengan melihat *One Sampel Kolmogorov- Smirnov Test*, dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Angka Signifikansi (sig) $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
2. Angka Signifikansi (sig) $< 0,05$, maka data tidak didistribusikan normal.

3.4.2.2 Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghozali, 2018) Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Pengujian multikolonieritas dapat dilakukan dengan melihat dari nilai tolerance dan lawannya variance inflation factor (VIF), jika nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , maka menunjukkan tidak adanya multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi. Dan jika nilai tolerance $< 0,10$ dan nilai VIF > 10 , maka menunjukkan adanya multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi.

3.4.2.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi terjadi kesamaan atau ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Pengujian heteroskedastisitas dengan penjelasan sebagai berikut:

Uji statistik yang digunakan dalam uji heteroskedastisitas adalah uji *Glejser* dan uji *Park* yaitu dengan meregresi variabel independen dengan *absolute residual* terhadap variabel dependen. Jika nilai sig. pada uji *Glejser* dan uji *Park* untuk setiap variabel bebas lebih besar dari $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau disebut varians residual yang sama (homoskedastisitas). Jika nilai sig. pada uji *Glejser* dan uji *Park* untuk setiap variabel bebas lebih kecil dari $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas atau disebut varians residual tidak sama.

3.4.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu $t-1$ (sebelumnya) dinilai dengan menggunakan uji durbin Watson menurut Ghozali (2018). Dengan dasar pengambilan keputusan, sebagai berikut:

Tabel 3.1 Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No desicison</i>	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negative	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada korelasi negative	No desicison	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negative	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

3.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi linear berganda adalah model yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dari beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen (Ghozali, 2018). Tujuan adanya analisis regresi adalah untuk mengetahui tiap-tiap variabel independen yang ada apakah berhubungan positif atau negatif dan untuk memperkirakan nilai dari variabel dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan, maka analisis regresi linier berganda ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

Metode ini berguna untuk mengetahui seberapa pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, dan *Ukuran dewan komisaris* sebagai variabel moderasi terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. Adapun persamaan regresinya adalah :

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.Z + e$$

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.(X_1.Z) + \beta_4.(X_2.Z) + \beta_5.K_1 + \beta_6.K_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kinerja Keuangan Perusahaan

α = Konstanta

β_1 - β_6 = Koefisien Variabel Independen

X_1 = *Corporate Social Responsibility*

X_2 = Ukuran Perusahaan

K_1 = Profitabilitas

K_2 = *Leverage*

Z = *Ukuran dewan komisaris*

e = Variabel pengganggu (*disturbance's error*)

3.4.4 Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis yang diajukan maka dilakukan pengujian secara parsial Uji T dan pengujian secara simultan Uji F serta analisis koefisien determinasi (R²). Dapat di jelaskan dibawah ini:

3.4.4.1 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh masing-masing suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen dan digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikansi 0.05 menurut Ghozali (2018). Cara pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas lebih besar dari > 0.05 , maka H₀ diterima atau H₁ ditolak. Ini berarti bahwa variabel independen tidak mempunyai pengaruh individual terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai probabilitas lebih kecil dari < 0.05 , maka H₀ ditolak dan H₁ diterima. Ini berarti bahwa variabel independen mempunyai pengaruh secara individual terhadap variabel dependen.

3.4.4.2 Uji Layak Model (Uji F)

Menurut (Ghozali, 2018) menyatakan bahwa pada dasarnya uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan melihat nilai signifikansi 0,05 dengan cara sebagai berikut: Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara bersama-sama signifikan terhadap variabel dependen.

2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama signifikan terhadap variabel dependen.

3.4.4.3 Ketepatan Perkiraan Model atau Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya mengukur seberapa jauh pengaruh variabel independen (*Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, *Ukuran dewan komisaris*, Profitabilitas dan Leverage) dalam menjabarkan variasi variabel dependen (Kinerja Keuangan Perusahaan). Beberapa nilai koefisien determinasi antara nol (0) dan satu

(1). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (bebas) dalam menjalankan variabel-variabel dependen yang sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menganalisa variabel-variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Ghozali, 2018)