

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN UKURAN
PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA PERUSAHAAN
SUBSEKTOR TEKSTIL YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA
PERIODE 2022-2024**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas
dan Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**

OLEH :

AMANDA FRIZKA

2202110014



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
BANDA ACEH
2026**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

FAKULTAS EKONOMI

JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 – 34092

BANDA ACEH 23245

Jurusan : Akuntansi
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 26 Februari 2026

TANDA PERSETUJUAN/PENGESAHAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

AMANDA FRIZKA

NPM: 2202110014

Dengan judul:

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN UKURAN
PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA
PERUSAHAAN SUBSEKTOR TEKSTIL YANG TERDAFTAR DI BURSA
EFEK INDONESIA PERIODE 2022-2024**

Yang diajukan untuk memenuhi Sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.

Menyetujui/Mengesahkan:

Pembimbing I

Pembimbing II



Elviza, S.E., M.Si.
NIK. 19840212 201112 2 001

Surva Fatma, S.E., M.Si.
NIK. 19651031 199406 2 001





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

FAKULTAS EKONOMI

JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 – 34092

BANDA ACEH 23245

Jurusan : Akuntansi
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 26 Februari 2026

TANDA PERSETUJUAN KOMISI UJIAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

AMANDA FRIZKA

NPM: 2202110014

Dengan judul:

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN
UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN
PADA PERUSAHAAN SUBSEKTOR TEKSTIL YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2022-2024**

Yang telah dipertahankan di depan komisi ujian, pada tanggal 04 Februari 2026

Menyetujui/Mengesahkan:
Komisi Ujian

Ketua

Elviza, S.E., M.Si.

NIK. 19840212 201112 2 001

Sekretaris

Surva Fatma, S.E., M.Si.

NIK. 19651031 199406 2 001

Anggota

Svamsidar, S.E., M.Si., Ak

NIK. 19711019 200405 1 001

Anggota

Emmi Suryani Nst, S.E., M.Si.

NIK. 19800301 200610 2 001



Mengetahui
Ketua Program Studi Akuntansi

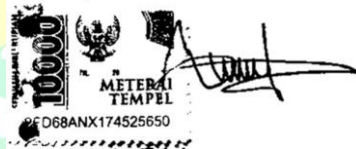
Budi Safatul Anam, S.E., M.Si.

NIK. 19740607 201709 1 001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“SAYA YANG BERTANDA TANGAN DI BAWAH INI MENYATAKAN BAHWA SKRIPSI INI TELAH DITULIS DENGAN SESUNGGUH-SUNGGUHNYA DAN TIDAK ADA BAGIAN YANG MERUPAKAN PENJIPLAKAN KARYA ORANG LAIN DI PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH, APABILA DIKEMUDIAN HARI TERBUKTI BAHWA PERNYATAAN INI TIDAK BENAR MAKA SAYA SANGGUP MENERIMA HUKUMAN/SANKSI SESUAI PERATURAN YANG BERLAKU”

Banda Aceh, 26 Februari 2026
Yang Menyatakan



AMANDA FRIZKA
NPM: 2202110014

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Amanda Frizka**
NPM : 2202110014
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh **Hak Bebas Royalty Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

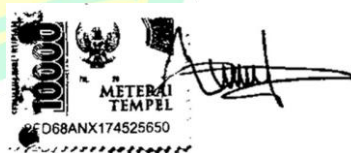
**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN UKURAN
PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA PERUSAHAAN
SUBSEKTOR TEKSTIL YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA
PERIODE 2022-2024**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan Hak Royalty Non-Eksklusif ini Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 26 Februari 2026

Banda Aceh, 26 Februari 2026
Yang Menyatakan



AMANDA FRIZKA
NPM: 2202110014

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan penuh rasa syukur, penulis memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Corporate social responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Subsektor Tekstil yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2022–2024.”** Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Aceh, Banda Aceh.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan penyelesaian penelitian tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan berbagai pihak yang dengan penuh keikhlasan telah memberikan kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung. Berkat doa, perhatian, waktu, dan kesabaran yang telah dicurahkan, penulis mampu melalui setiap tahapan penelitian hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ayah dan Bunda, serta seluruh keluarga yang tanpa henti melimpahkan doa, kasih sayang, perhatian, dan dukungan yang tulus, baik secara moral maupun material, yang senantiasa menjadi sumber kekuatan, ketenangan, dan harapan bagi penulis dalam menghadapi setiap proses dan tantangan hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

2. Bapak Dr. Marlizar, S.E., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
3. Bapak Budi Safatul Anam, SE., M.Si. selaku Ketua Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
4. Ibu Elviza, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I sekaligus Ketua Laboratorium Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang berharga dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Surya Fatma, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang konstruktif dengan penuh ketelitian dan kesabaran, sehingga membantu penulis dalam menyempurnakan penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen pengasuh mata kuliah pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
7. Teman-teman yang telah menjadi keluarga bagi penulis selama masa perkuliahan, yang dengan tulus kebersamai sejak awal perkuliahan hingga tahap akhir penyusunan skripsi, serta senantiasa memberikan dukungan dan semangat. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kesempurnaan.

Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai bahan perbaikan. Semoga skripsi ini dapat memberikan

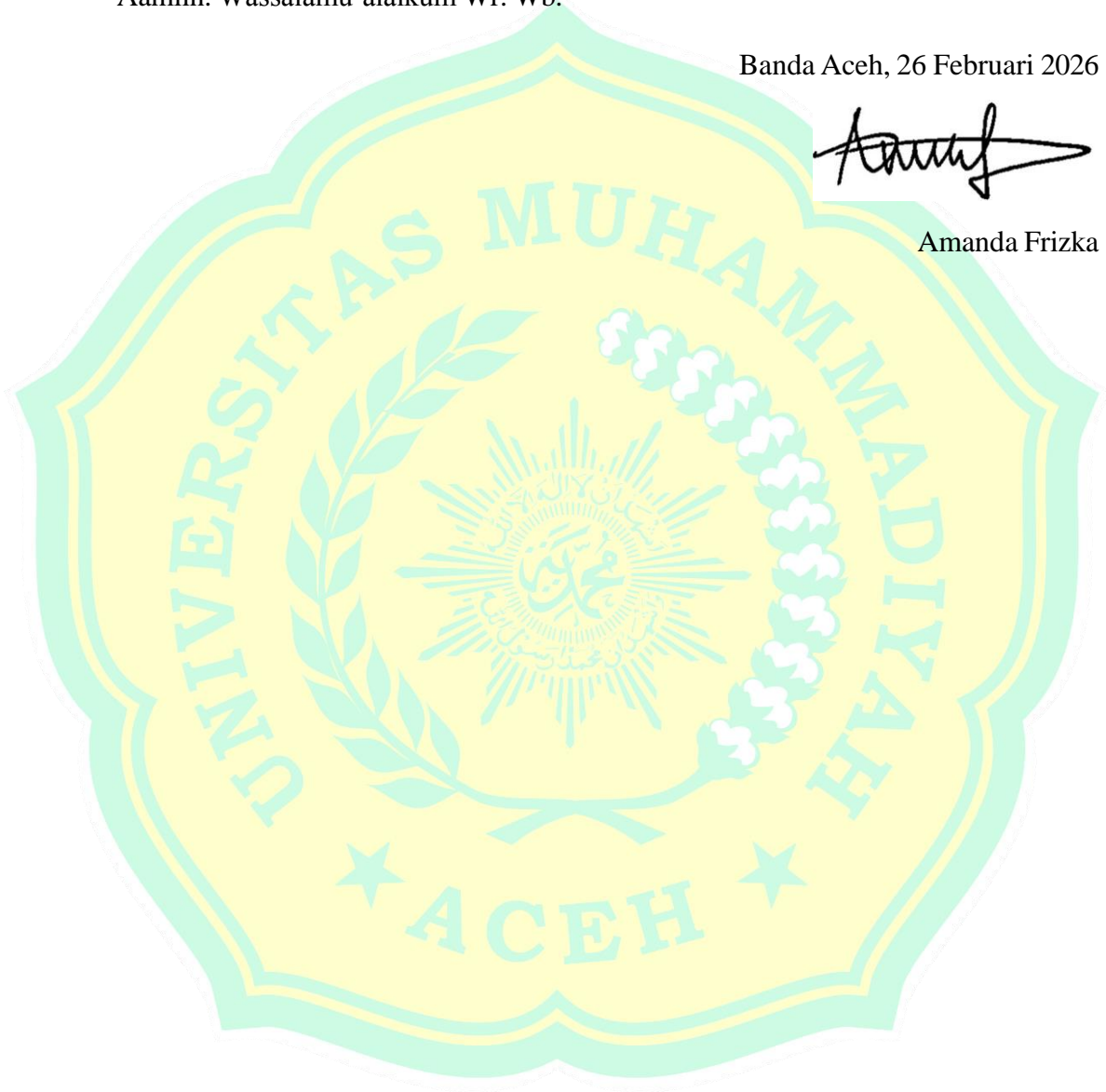
manfaat, menambah wawasan, serta menjadi kontribusi kecil yang berarti bagi pembaca dan dunia akademik. Aamiin.

Aamiin. Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Banda Aceh, 26 Februari 2026



Amanda Frizka



**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN UKURAN
PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA PERUSAHAAN
SUBSEKTOR TEKSTIL YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
PERIODE 2022-2024**

AMANDA FRIZKA

NPM: 2202110014

Pembimbing I: Elviza, S.E., M.Si.

Pembimbing II: Surya Fatma, S.E., M.Si.

ABSTRAK

Perusahaan subsektor tekstil menghadapi tekanan dalam menjaga kinerja keuangan akibat persaingan global, peningkatan biaya produksi, serta tuntutan pemangku kepentingan terhadap tanggung jawab sosial. *Corporate social responsibility* (CSR) dipandang sebagai bagian dari strategi keberlanjutan yang berpotensi memengaruhi kepercayaan investor dan persepsi publik, sementara ukuran perusahaan mencerminkan kapasitas sumber daya dan kemampuan operasional dalam mengelola aset. Namun, temuan empiris mengenai hubungan CSR, ukuran perusahaan, dan kinerja keuangan masih beragam. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh CSR dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan subsektor tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022–2024, baik secara simultan maupun parsial. Metodologi penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Sampel terdiri dari 12 perusahaan subsektor tekstil yang dipilih melalui purposive sampling sehingga diperoleh 36 data observasi. Kinerja keuangan diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA), CSR diukur berdasarkan total dana CSR yang dikeluarkan perusahaan, dan ukuran perusahaan diproksikan dengan logaritma natural total aset. Analisis data dilakukan menggunakan regresi data panel dengan bantuan perangkat lunak EViews. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR dan ukuran perusahaan secara simultan maupun parsial berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan subsektor tekstil. Kesimpulan penelitian menyatakan bahwa CSR dan ukuran perusahaan merupakan faktor yang relevan dalam menjelaskan variasi kinerja keuangan pada periode 2022–2024, dengan implikasi bagi manajemen dalam perumusan kebijakan CSR dan pengelolaan aset, serta bagi investor dan regulator dalam menilai keberlanjutan dan kondisi keuangan perusahaan subsektor tekstil.

Kata kunci: *Corporate social responsibility*, ukuran Perusahaan, kinerja keuangan.

***THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND FIRM SIZE
ON FINANCIAL PERFORMANCE IN TEXTILE SUBSECTOR COMPANIES
LISTED ON THE STOCK EXCHANGE FOR THE 2022–2024 PERIOD***

AMANDA FRIZKA

NPM: 2202110014

Pembimbing I: Elviza, S.E., M.Si.
Pembimbing II: Surya Fatma, S.E., M.Si.

ABSTRACT

Textile subsector companies face increasing pressure to maintain financial performance amid global competition, rising production costs, and growing stakeholder demands for Corporate social responsibility. Corporate social responsibility (CSR) is viewed as part of a sustainability strategy that may influence investor confidence and public perception, while Firm Size reflects a company's resource capacity and operational capability in managing assets; however, empirical evidence on the relationship between CSR, Firm Size, and financial performance remains mixed. This study aims to analyze the effect of CSR and Firm Size on the financial performance of textile subsector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2022–2024 period, both simultaneously and partially. The research employs a quantitative approach with a causal associative design using a sample of 12 companies selected through purposive sampling, resulting in 36 observations. Financial performance is proxied by Return on Assets (ROA), CSR is measured using total CSR expenditure, and Firm Size is proxied by the natural logarithm of total assets. Panel data regression analysis is conducted using EViews software. The results show that CSR and Firm Size simultaneously affect financial performance, and partially both variables are also found to affect financial performance. The study concludes that CSR and Firm Size are relevant factors in explaining variations in financial performance among textile subsector companies. The implications provide insights for corporate management in designing structured CSR policies and efficient asset management, as well as for investors and regulators in assessing corporate sustainability and financial condition in the textile subsector.

Keywords: *Corporate social responsibility, Firm Size, Financial performance*

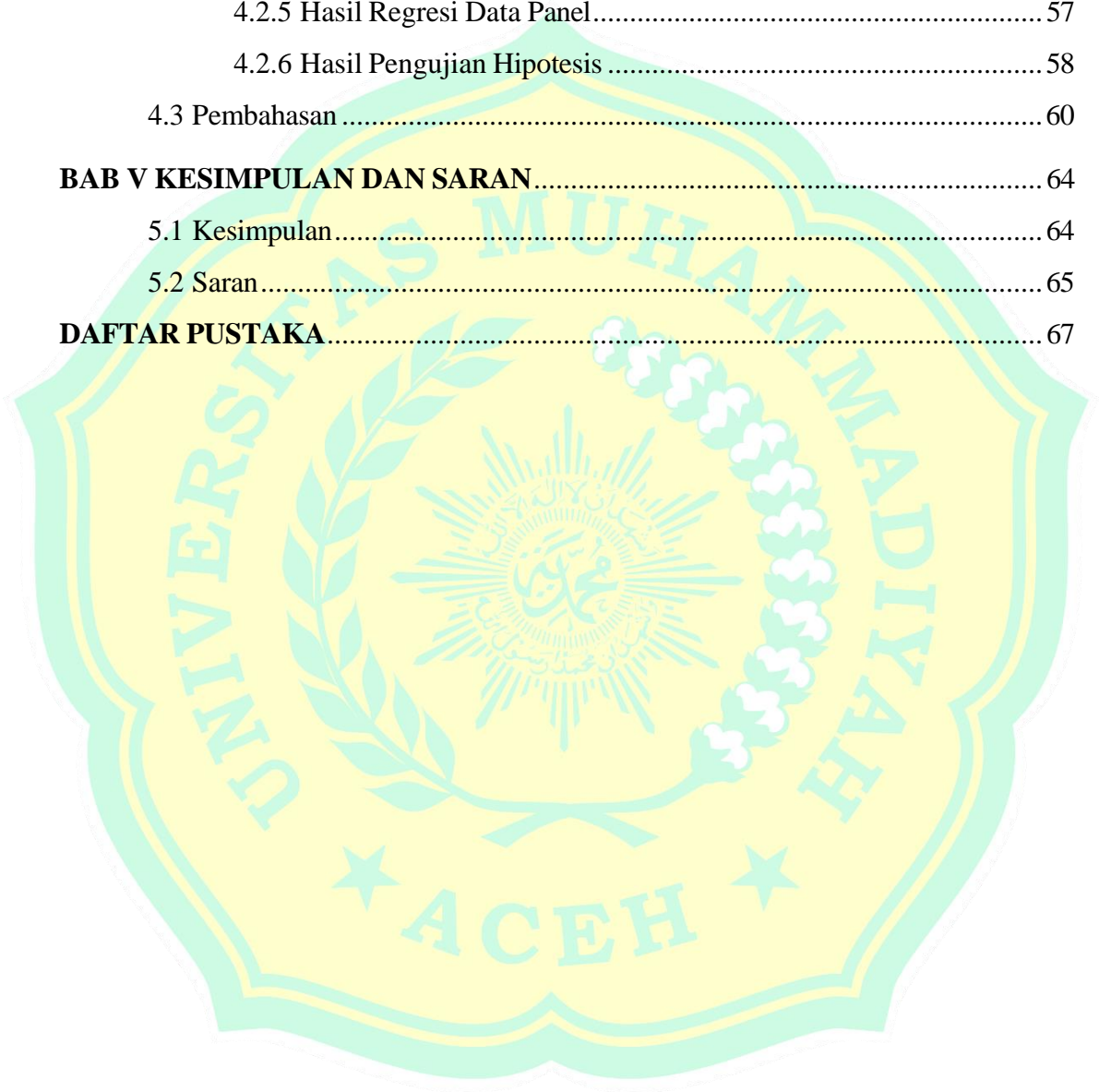
DAFTAR ISI

Halaman

TANDA PERSETUJUAN/PENGESAHAN SKRIPSI	ii
TANDA PERSETUJUAN KOMISI UJIAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Praktis.....	7
1.4.2 Manfaat Akademis.....	8
1.5 Ruang Lingkup.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teoritis.....	10
2.1.1 Teori Stakeholder.....	10
2.1.2 Teori Legitimasi.....	11
2.1.3 Kinerja Keuangan.....	12
2.1.4 <i>Corporate social responsibility</i>	15
2.1.5 Ukuran Perusahaan.....	19

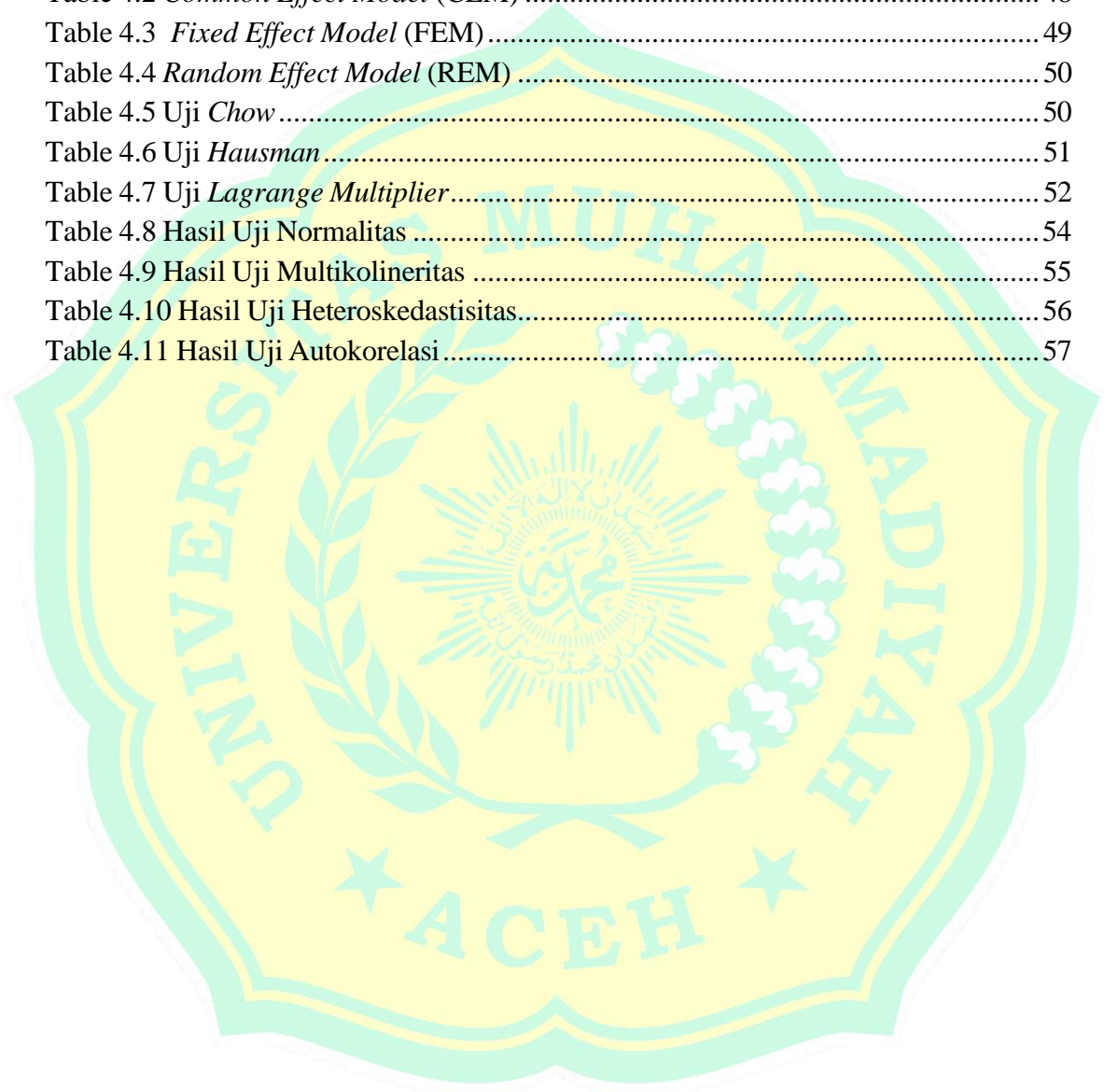
2.2 Penelitian Sebelumnya	21
2.3 Kerangka Pemikiran	26
2.1.1 Hubungan <i>Corporate social responsibility</i> dengan Kinerja Keuangan.....	26
2.1.2 Hubungan Ukuran Perusahaan dengan Kinerja Keuangan	28
2.4 Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Desain Penelitian	32
3.1.1 Tujuan Penelitian	32
3.1.2 Jenis Penelitian	33
3.1.3 Horizon Waktu	33
3.1.4 Unit Analisis	34
3.2 Populasi dan Sampel.....	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel	35
3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.4 Definisi dan Operasionlisasi Variabel	36
3.4.1 Variabel Dependen (Variabel Y)	36
3.4.2 Variabel Independen (Variabel X)	37
3.5 Teknik Analisis Data.....	39
3.5.1 Statistik Deskriptif.....	39
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	39
3.5.3 Regesi Data Panel.....	41
3.6 Pengujian Hipotesis	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Hasil Pengujian Data	46
4.1.1 Analisis Statistik Deskriptif	46
4.1.2 Regresi Model Estimasi Data Panel.....	47

4.1.2.1 <i>Common Effect Model</i> (CEM)	48
4.1.2.2 <i>Fixed Effect Model</i> (FEM)	49
4.1.2.3 <i>Random Effect Model</i> (REM)	50
4.1.3 Uji Pemilihan Model.....	50
4.2.4 Pengujian Asumsi Klasik.....	53
4.2.5 Hasil Regresi Data Panel.....	57
4.2.6 Hasil Pengujian Hipotesis	58
4.3 Pembahasan	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67



DAFTAR TABEL

Table 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	25
Table 3.1 Kriteria Penentuan Sampel Penelitian.....	35
Table 3.2 Definisi Operasionalisasi Variabel.....	38
Table 4.1. Analisis Statistik Deskriptif	46
Table 4.2 <i>Common Effect Model</i> (CEM)	48
Table 4.3 <i>Fixed Effect Model</i> (FEM).....	49
Table 4.4 <i>Random Effect Model</i> (REM)	50
Table 4.5 Uji <i>Chow</i>	50
Table 4.6 Uji <i>Hausman</i>	51
Table 4.7 Uji <i>Lagrange Multiplier</i>	52
Table 4.8 Hasil Uji Normalitas	54
Table 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	55
Table 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	56
Table 4.11 Hasil Uji Autokorelasi.....	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran Penelitian..... 30



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Perusahaan Subsektor Tekstil Yang Terdaftar Di Bursa Efek
Indonesia Periode 2022-2024 Yang Menjadi Populasi Penelitian ... 69

Lampiran 2. Data Operasional Variabel Penelitian Perusahaan Subsektor Tekstil
Periode 2022-2024..... 70



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan di seluruh dunia kini menghadapi tekanan yang semakin besar untuk tidak hanya mengejar keuntungan finansial, tetapi juga berkontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan.⁹ Fenomena ini dikenal sebagai *Corporate social responsibility*, yang mencakup berbagai inisiatif perusahaan untuk bertanggung jawab sosial dan lingkungan. Dalam konteks Indonesia, subsektor tekstil menjadi salah satu industri yang relevan, mengingat kontribusinya terhadap perekonomian dan tenaga kerja. Namun, *Corporate social responsibility* di subsektor ini masih terdapat tantangan dalam mengukur dan memahami dampaknya terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Industri manufaktur di Indonesia, khususnya subsektor tekstil menghadapi tekanan besar akibat perubahan pasar global, peningkatan biaya produksi, serta persaingan internasional yang semakin ketat (Purwanto, 2024). Kondisi tersebut mendorong perusahaan untuk memperkuat kinerja keuangannya agar tetap bertahan di tengah dinamika industri yang kompleks. Dengan demikian, kinerja keuangan menjadi isu fundamental yang memerlukan analisis mendalam, terutama dalam subsektor yang mengalami tekanan seperti tekstil.

Kinerja keuangan merupakan ukuran utama efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan aset dan modal untuk menghasilkan laba. Pada subsektor tekstil, stabilitas kinerja keuangan menjadi penting karena subsektor ini menghadapi tekanan kompetitif dan perubahan biaya produksi. Dalam beberapa penelitian sebelumnya,

profitabilitas perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal sehingga analisis kinerja keuangan membutuhkan pendekatan yang komprehensif dan kontekstual (Lathifah dan Nasution, 2025).

Menurut Dwi Damayanti dan Septiyanti (2022) *Return on Assets* (ROA) merupakan rasio yang paling banyak digunakan dalam menilai kinerja keuangan perusahaan. *Return on Assets* (ROA) menilai efektivitas penggunaan aset untuk menghasilkan laba. Penggunaan indikator ini memungkinkan evaluasi yang lebih komprehensif terhadap kondisi finansial perusahaan. Namun, efektivitas pengukuran kinerja keuangan tidak dapat dilepaskan dari pengaruh faktor lain seperti struktur perusahaan, strategi sosial, dan karakteristik operasional yang melekat pada masing-masing industri. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa perbedaan struktur perusahaan menyebabkan perbedaan dalam pencapaian kinerja keuangan.

Sebagai salah satu subsektor strategis, subsektor tekstil Indonesia memiliki kontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja dan nilai ekspor nasional (Badan Pusat Statistik, 2024). Namun, dalam beberapa tahun terakhir, kinerja keuangan perusahaan tekstil menunjukkan ketidakstabilan akibat perubahan kondisi pasar dan peningkatan biaya produksi yang terus terjadi. Persaingan yang semakin ketat, tuntutan efisiensi operasional, serta kebutuhan perusahaan untuk mempertahankan kapasitas usaha menjadikan identifikasi faktor-faktor yang dapat memperkuat kinerja keuangan secara berkelanjutan semakin penting. Oleh karena itu, penelitian empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kinerja keuangan diperlukan untuk memberikan

gambaran yang lebih menyeluruh mengenai kondisi finansial perusahaan disubsektor ini.

Menurut Juliyanti et al., (2025) salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kinerja keuangan adalah *Corporate social responsibility*. *Corporate social responsibility* tidak hanya menjadi kewajiban moral, tetapi juga dianggap sebagai strategi perusahaan untuk meningkatkan reputasi, kepercayaan pemangku kepentingan, dan keberlanjutan operasional. Menurut Natalia dan Silaban (2024) subsektor tekstil sering dikaitkan dengan isu lingkungan dan kesejahteraan pekerja, implementasi *Corporate social responsibility* menjadi semakin relevan. Namun, peran *Corporate social responsibility* dalam mendorong peningkatan kinerja keuangan masih diperdebatkan, sehingga diperlukan analisis empiris yang lebih terarah untuk menjelaskan hubungan antara *Corporate social responsibility* dan profitabilitas pada industri tekstil Indonesia.

Corporate social responsibility merupakan konsep yang menuntut perusahaan untuk bertanggung jawab terhadap dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas bisnisnya. *Corporate social responsibility* menjadi bagian penting dalam strategi keberlanjutan karena dapat meningkatkan legitimasi perusahaan serta memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan. Perusahaan yang melaksanakan *Corporate social responsibility* secara konsisten umumnya memperoleh kepercayaan publik yang lebih tinggi, sehingga mampu meningkatkan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang (Lathifah dan Nasution, 2025).

Meskipun *Corporate social responsibility* sering dipandang sebagai kewajiban moral, berbagai literatur menunjukkan bahwa program *Corporate social responsibility* yang dikelola dengan baik memiliki potensi memberikan nilai ekonomi bagi perusahaan. *Corporate social responsibility* dapat mengurangi potensi konflik sosial, meningkatkan reputasi jangka panjang, dan memperkuat daya saing Perusahaan di tengah persaingan industry (Laila dan Rahayu, 2019). Namun, kontribusi *Corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan tidak selalu langsung terlihat dan sering kali dipengaruhi oleh struktur perusahaan, kapasitas sumber daya, serta kondisi industri tempat perusahaan beroperasi (Pande et al., 2023).

Menurut Februari et al., (2025) selain *Corporate social responsibility*, ukuran perusahaan atau *company size* juga menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi kinerja keuangan. Perusahaan besar biasanya memiliki kapasitas produksi yang lebih kuat, akses pendanaan yang lebih luas, dan kemampuan menghadapi risiko bisnis yang lebih baik dibanding perusahaan kecil. Namun demikian, ukuran perusahaan tidak selalu menjamin efektivitas finansial karena potensi munculnya inefisiensi operasional. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan empiris mengenai sejauh mana ukuran perusahaan berkontribusi terhadap peningkatan kinerja keuangan. Oleh karena itu, analisis mengenai pengaruh ukuran perusahaan menjadi relevan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik terhadap struktur industri tekstil.

Ukuran perusahaan atau *company size* menggambarkan kapasitas sumber daya yang dimiliki perusahaan, termasuk total aset, pendapatan, serta besar kecilnya perusahaan. Perusahaan besar umumnya memiliki modal lebih kuat dan kemampuan

manajerial yang lebih stabil sehingga sering dianggap memiliki peluang lebih besar untuk mencapai kinerja keuangan yang lebih baik. Namun demikian, tidak semua perusahaan besar otomatis memiliki profitabilitas tinggi, sehingga ukuran perusahaan perlu dianalisis secara empiris untuk mendapatkan pemahaman yang lebih akurat (Wiandani, 2024).

Dalam subsektor tekstil, ukuran perusahaan memiliki peranan penting dalam menentukan kapasitas produksi, daya tawar terhadap pemasok, serta kemampuan beradaptasi dengan perubahan pasar. Perusahaan besar dapat memperoleh keuntungan melalui efisiensi skala, sedangkan perusahaan kecil lebih fleksibel dalam menyesuaikan strategi bisnis. Perbedaan karakteristik antar sektor industri menjadikan hubungan antara ukuran perusahaan dan kinerja keuangan relevan untuk dikaji pada subsektor tekstil yang memiliki karakteristik tersendiri.

Selain itu, hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh *Corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan menunjukkan temuan yang masih beragam. Beberapa penelitian menemukan bahwa *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap kinerja keuangan, sementara penelitian lain menunjukkan hasil yang tidak konsisten dan bergantung pada subsektor industri serta indikator pengukuran yang digunakan. Hal serupa juga terjadi pada variabel ukuran perusahaan, yang dalam sebagian studi terbukti berpengaruh dengan profitabilitas, namun pada penelitian lain tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Perbedaan hasil empiris tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara *Corporate Social Responsibility*, ukuran perusahaan, dan kinerja keuangan masih menunjukkan hasil

yang beragam. Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan pada perusahaan subsektor tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024, yaitu periode yang mencerminkan dinamika pemulihan industri dan peningkatan tekanan biaya produksi, guna memperoleh bukti empiris yang lebih relevan dan kontekstual.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji **Pengaruh *Corporate social responsibility* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaansubsektor Tekstil Yang Terdaftar di BEI periode 2022–2024**. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi manajemen perusahaan, investor, dan regulator dalam merumuskan strategi *Corporate social responsibility* yang efektif, serta memperkuat literatur akademik mengenai hubungan *Corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, dan kinerja keuangan khususnya pada industri tekstil.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari pemaparan di atas, maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan Subsektor Tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024?
2. Apakah *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada Perusahaan Subsektor Tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024?

3. Apakah ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada Perusahaan Subsektor Tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan secara simultan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan Subsektor Tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan pada Perusahaan Subsektor Tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan pada Perusahaan Subsektor Tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan Tekstil : Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam mengelola dan melaksanakan *Corporate social responsibility* secara efektif, sehingga dapat mendukung peningkatan kinerja keuangan.
2. Bagi Investor dan Pemegang Saham : Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan bagi investor dan pemegang saham dalam

menilai prospek perusahaan, khususnya terkait pengaruh *Corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan.

3. Bagi Pemerintah dan Regulator Pasar Modal : Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai penerapan *Corporate social responsibility* pada perusahaan subsektor tekstil serta implikasinya terhadap kondisi keuangan perusahaan, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam penyusunan kebijakan dan regulasi yang lebih efektif.
4. Bagi Masyarakat dan Lingkungan : Penelitian ini diharapkan dapat mendorong perusahaan untuk melaksanakan program *Corporate social responsibility* secara lebih konsisten dan berkelanjutan, sehingga manfaatnya dapat dirasakan oleh masyarakat dan lingkungan sekitar.

1.4.2 Manfaat Akademis

Berdasarkan variabel dan objek penelitian yang digunakan, maka manfaat akademis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi serta sumber informasi bagi penelitian selanjutnya, sekaligus memperkaya wawasan dan khazanah kepustakaan bagi pihak-pihak yang berkepentingan di bidang akademik.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan literatur mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kinerja keuangan perusahaan.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman penulis mengenai pengaruh *Corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan.

1.5 Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini difokuskan pada perusahaan subsektor tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022–2024 dengan menggunakan data sekunder dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan. Penelitian menilai kinerja keuangan melalui rasio *Return On Asset* (ROA) sebagai variabel dependen, sementara variabel independen terdiri dari *Corporate social responsibility* yang diukur melalui total dana *Corporate social responsibility* yang dikeluarkan oleh perusahaan, serta ukuran perusahaan yang diproksikan dengan total aset. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui regresi data panel, dengan cakupan penelitian terbatas pada perusahaan *go public* sehingga hasilnya tidak digeneralisasikan ke seluruh industri tekstil di Indonesia.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teoritis

Teori yang menjadi dasar dalam penelitian ini meliputi Teori *Stakeholder* dan Teori Legitimasi. Kedua teori ini dipilih karena memiliki relevansi langsung terhadap variabel *Corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, serta kinerja keuangan.

2.1.1 Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa kinerja dan keberlanjutan perusahaan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan laba bagi pemegang saham, tetapi juga oleh kemampuannya dalam memenuhi kepentingan berbagai pihak yang terkait dengan perusahaan. Freeman (1984) dalam *Strategic Management: A Stakeholder Approach* menekankan pentingnya hubungan yang seimbang antara perusahaan dan *stakeholder* untuk memperoleh legitimasi operasional.

Selanjutnya, Harrison & Wicks (2013) dalam *Stakeholder Theory, Value, and Firm Performance* menyatakan bahwa perusahaan yang memperhatikan kepentingan *stakeholder* seperti karyawan, masyarakat, dan lingkungan melalui pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, hal ini dapat membangun kepercayaan dan reputasi perusahaan, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap kinerja keuangan. Temuan ini diperkuat oleh Saputra (2022) yang menunjukkan bahwa penerapan *Corporate social responsibility* berbasis teori *stakeholder* berperan dalam mendukung keberlanjutan kinerja perusahaan.

2.1.2 Teori Legitimasi

Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan memerlukan pengakuan dan dukungan dari masyarakat agar dapat mempertahankan keberlangsungan operasionalnya. Oleh karena itu, aktivitas perusahaan harus dijalankan sesuai dengan nilai, norma, dan harapan sosial yang berlaku.

Dowling dan Pfeffer (1975) dalam jurnal *Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behavior* menyatakan bahwa perusahaan berupaya menyesuaikan kebijakan serta kegiatan operasionalnya agar sejalan dengan nilai sosial masyarakat. Selanjutnya, Suchman (1995) melalui jurnal *Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches* menjelaskan bahwa legitimasi merupakan bentuk pengakuan masyarakat yang bersifat penting dan strategis bagi kelangsungan perusahaan.

Sejalan dengan pendapat tersebut, Deegan dan Unerman (2011) dalam buku *Financial Accounting Theory: Critical Perspectives* menegaskan bahwa perusahaan membutuhkan legitimasi publik untuk dapat terus beroperasi, salah satunya melalui pengungkapan *Corporate social responsibility*. Pengungkapan *Corporate social responsibility* dilakukan untuk menunjukkan bahwa perusahaan telah menjalankan aktivitasnya secara bertanggung jawab, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan mendukung kinerja keuangan perusahaan.

2.1.3 Kinerja Keuangan

2.1.3.1 Pengertian Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan menunjukkan gambaran hasil ekonomi yang diperoleh perusahaan dalam periode waktu tertentu melalui upaya-upaya yang dilakukan untuk mencapai keuntungan maksimal secara efisien dan efektif. Ini meliputi penilaian terhadap kemampuan perusahaan dalam mengelola dana keuangan untuk menghasilkan laba, yang menjadi tolak ukur utama kesehatan bisnis. Dalam hal ini, kinerja keuangan tidak hanya menekankan pada profitabilitas, tetapi juga mencakup analisis risiko dan efisiensi operasional. Evaluasi kinerja keuangan membantu para pemangku kepentingan, seperti investor dan pemberi pinjaman, dalam mengambil keputusan investasi atau kredit (Lathifah dan Nasution, 2025).

Lebih lanjut, Kinerja keuangan mencerminkan efektivitas manajemen perusahaan melalui laporan keuangan periode tertentu. Penilaian umumnya berdasarkan kecukupan modal, likuiditas, dan profitabilitas. Likuiditas menunjukkan kemampuan memenuhi kewajiban jangka pendek, sedangkan profitabilitas mencerminkan kemampuan menghasilkan laba. Kinerja keuangan yang baik meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan dan mendukung pertumbuhan jangka panjang. Sebaliknya, kinerja lemah dapat menyulitkan perusahaan memperoleh modal eksternal (Huda dan Pratiwi, 2024).

Kinerja keuangan juga merupakan evaluasi yang dilakukan untuk menilai sejauh mana perusahaan telah menerapkan prinsip-prinsip dalam pengelolaan keuangan dengan benar dan baik (Mahendra dan Arif, 2024). Evaluasi ini melibatkan

perbandingan data keuangan historis dengan standar industri untuk menilai efisiensi. Kemampuan perusahaan dalam menjaga kinerja keuangan berperan dalam mempertahankan stabilitas usaha saat menghadapi perubahan pasar. Oleh karena itu, pemantauan kinerja keuangan secara rutin sangat penting untuk mencegah risiko kebangkrutan.

Secara umum, definisi kinerja keuangan mencakup penilaian menyeluruh terhadap berbagai aspek keuangan perusahaan, yang tidak hanya berdasarkan angka-angka laporan keuangan tetapi juga konteks operasional dan lingkungan bisnis (Saputra, 2022). Kinerja keuangan yang optimal akan memberikan sinyal positif ke pasar, meningkatkan nilai perusahaan, dan mendukung tujuan jangka panjang. Dengan demikian, pemahaman mendalam tentang kinerja keuangan menjadi fondasi bagi manajemen untuk membuat keputusan strategis yang tepat.

2.1.3.2 Pengukuran Kinerja Keuangan

Perusahaan mengelola sumber daya yang dimilikinya dalam menghasilkan keuntungan dan memberikan informasi bagi pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan. Indikator kinerja yang sering digunakan adalah rasio profitabilitas karena rasio ini secara langsung mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan laba dari kegiatan operasionalnya, yang sangat penting untuk mengevaluasi stabilitas dan performa keuangan perusahaan dalam jangka panjang. Rasio-rasio ini juga bermanfaat bagi investor, kreditor, dan manajemen dalam mengevaluasi efektivitas strategi bisnis dan daya saing perusahaan di pasar modal Indonesia (Nur et al., 2025).

Return on Assets (ROA) merupakan rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari seluruh aset yang dimilikinya. Rasio ini menunjukkan tingkat efektivitas manajemen dalam mengelola aset perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Menurut Kasmir (2019), ROA menggambarkan seberapa besar laba bersih yang diperoleh perusahaan dibandingkan dengan total aset yang digunakan dalam operasional. Semakin tinggi nilai ROA, semakin efisien perusahaan dalam memanfaatkan asetnya untuk menghasilkan laba. ROA sering digunakan dalam penelitian keuangan karena mampu mencerminkan kinerja operasional perusahaan secara menyeluruh.

Return on Equity (ROE) merupakan rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian atas modal yang ditanamkan oleh pemegang saham. Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari ekuitas yang dimilikinya. Menurut Fahmi (2020), ROE mencerminkan efektivitas perusahaan dalam menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan. Semakin tinggi nilai ROE, semakin baik kinerja perusahaan dalam memberikan imbal hasil kepada pemegang saham. Oleh karena itu, ROE sering dijadikan indikator penting oleh investor dalam menilai tingkat profitabilitas Perusahaan.

Net Profit Margin (NPM) merupakan rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari setiap rupiah penjualan. Rasio ini menunjukkan seberapa besar laba bersih yang diperoleh setelah dikurangi seluruh biaya operasional, bunga, dan pajak. Menurut Hery (2021), NPM mencerminkan efisiensi perusahaan dalam mengendalikan biaya serta kemampuan

perusahaan dalam menetapkan harga jual yang menguntungkan. Semakin tinggi nilai NPM, semakin besar laba bersih yang dapat dihasilkan dari penjualan. Rasio ini penting digunakan untuk menilai tingkat efisiensi operasional dan kinerja profitabilitas perusahaan secara keseluruhan.

2.1.4 Corporate social responsibility

2.1.4.1 Pengertian Corporate social responsibility

Corporate social responsibility adalah konsep di mana perusahaan bertanggung jawab kepada *stakeholder* dan lingkungan dalam setiap aspek kegiatannya, didasarkan pada triple bottom line yang meliputi *profit*, *people*, dan *planet* (Lathifah dan Nasution, 2025). Konsep ini menekankan bahwa perusahaan tidak hanya bertujuan mencari keuntungan, tetapi juga harus memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari operasinya. Triple bottom line menjadi landasan bagi perusahaan untuk menyeimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam kegiatannya.

Corporate social responsibility merupakan kewajiban perusahaan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74, dengan tujuan memberikan pertanggungjawaban atas dampak negatif yang dihasilkan oleh kegiatan perusahaan. Undang-undang ini mewajibkan perusahaan yang beroperasi di bidang sumber daya alam untuk menjalankan *Corporate social responsibility*, termasuk pengungkapan laporan keberlanjutan. Hal ini bertujuan untuk meminimalkan dampak buruk terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar.

Corporate social responsibility adalah komitmen perusahaan terhadap konsekuensi dari kegiatan bisnisnya pada lingkungan dan masyarakat yang dilakukan

secara transparan dan etis, sesuai dengan ekspektasi *stakeholder* dan regulasi internasional (Mahendra dan Arif, 2024). Komitmen ini melibatkan transparansi dalam pelaporan, seperti melalui laporan keberlanjutan yang mengungkapkan upaya perusahaan dalam aspek sosial dan lingkungan. Perusahaan yang menerapkan *Corporate social responsibility* dengan baik akan mendapatkan kepercayaan dari *stakeholder*, yang akhirnya dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan.

Secara keseluruhan, definisi *Corporate social responsibility* mencakup tanggung jawab perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan, yang melampaui kewajiban hukum (Saputra, 2022). Dengan menerapkan *Corporate social responsibility*, perusahaan dapat membangun hubungan harmonis dengan masyarakat dan lingkungan, yang mendukung kelangsungan bisnis jangka panjang. Oleh karena itu, *Corporate social responsibility* menjadi bagian integral dari strategi perusahaan modern.

2.1.4.2 Komponen *Corporate social responsibility*

Penerapan *Corporate social responsibility* mencerminkan komitmen perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan keberlanjutan ekonomi, kelestarian lingkungan, serta kesejahteraan sosial. Mengacu pada pedoman *Global Reporting Initiative* (GRI), pengungkapan *Corporate social responsibility* terdiri atas 9 item ekonomi, 34 item lingkungan, dan 48 item sosial (Wulansari, dkk., 2021). Ketiga dimensi tersebut menjadi dasar perusahaan dalam menunjukkan tanggung jawabnya terhadap berbagai kelompok pemangku kepentingan.

Implementasi *Corporate social responsibility* yang berkualitas memberikan berbagai dampak positif yang dapat memengaruhi kondisi internal maupun eksternal perusahaan. Pada dimensi ekonomi, pengungkapan aktivitas seperti peran ekonomi perusahaan, kinerja pasar, serta kebijakan pengadaan yang bertanggung jawab dapat meningkatkan kepercayaan investor. Kepercayaan ini berdampak pada kemudahan perusahaan dalam memperoleh modal, stabilitas pendanaan, serta peningkatan nilai perusahaan di mata pasar.

Pada dimensi lingkungan, penerapan program pengelolaan energi, pengurangan emisi, pengolahan limbah, dan efisiensi sumber daya mendorong terciptanya proses operasional yang lebih efektif. Efisiensi ini bukan hanya menurunkan biaya produksi, tetapi juga mengurangi risiko lingkungan yang dapat menyebabkan kerugian finansial. Perusahaan dengan komitmen lingkungan yang tinggi cenderung memiliki risiko operasional yang lebih rendah dan memperoleh penilaian positif dari regulator maupun masyarakat.

Sementara itu, pada dimensi sosial, pelaksanaan tanggung jawab terhadap tenaga kerja, keselamatan kerja, hak asasi manusia, dan hubungan dengan masyarakat dapat meningkatkan loyalitas karyawan serta persepsi publik. Perusahaan yang dianggap peduli terhadap kesejahteraan sosial lebih mudah memperoleh dukungan masyarakat dan menciptakan citra positif. Dampak reputasional ini berpotensi meningkatkan penjualan, memperluas jaringan bisnis, dan memperkuat posisi perusahaan di pasar.

Secara keseluruhan, penerapan *Corporate social responsibility* yang baik berpotensi meningkatkan kinerja keuangan perusahaan melalui peningkatan reputasi, efisiensi operasional, keunggulan kompetitif, serta kepercayaan investor. Semakin luas dan konsisten pengungkapan *Corporate social responsibility* sesuai dengan pedoman *Global Reporting Initiative* (GRI), semakin besar kemungkinan perusahaan memperoleh manfaat ekonomi jangka panjang. Oleh karena itu, CSR menjadi salah satu strategi penting yang dapat memengaruhi kinerja perusahaan, khususnya dalam industri yang sensitif terhadap isu lingkungan dan sosial seperti subsektor tekstil.

2.1.4.3 Pengukuran *Corporate social responsibility*

Dalam penelitian ini, *Corporate social responsibility* diukur menggunakan biaya *Corporate social responsibility* (CSR Cost), yaitu jumlah dana yang dikeluarkan perusahaan untuk kegiatan *Corporate social responsibility*. Besarnya biaya ini dapat diperoleh dari laporan keberlanjutan (sustainability report) atau bagian beban administrasi dan umum pada laporan tahunan perusahaan (annual report).

Menurut Rahayu dan Sumarta (2025), Indeks Biaya *Corporate social responsibility* (BCSR) dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{BCSR} = \frac{\text{Total Biaya CSR}}{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}$$

Dimana:

- Total Biaya CSR = total dana yang dialokasikan perusahaan untuk kegiatan CSR selama periode laporan.

- Laba Bersih Setelah Pajak = laba bersih perusahaan setelah dikurangi pajak, sebagai pembanding untuk melihat proporsi dana *Corporate social responsibility* terhadap keuntungan perusahaan.

Indikator ini menunjukkan seberapa besar proporsi laba bersih perusahaan yang dialokasikan untuk kegiatan *Corporate social responsibility*, sehingga memungkinkan perbandingan antar perusahaan maupun antar periode. Semakin tinggi nilai indeks, semakin besar komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan, serta semakin potensial dampaknya terhadap kinerja keuangan perusahaansubsektor tekstil (Rahayu & Sumarta, 2025).

2.1.5 Ukuran Perusahaan

2.1.5.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah indikator yang menjelaskan seberapa besar atau kecil suatu perusahaan, sering kali ditentukan oleh total aset atau pendapatannya (Mahendra dan Arif, 2024). Ukuran ini mencerminkan besar kecilnya perusahaan, di mana perusahaan besar memiliki aset lebih banyak dibandingkan perusahaan kecil. Penentuan ukuran berdasarkan total aset membantu mengklasifikasikan perusahaan dalam kategori skala kecil, menengah, atau besar.

Ukuran perusahaan merupakan tolak ukur yang dapat mengoptimalkan performa perusahaan, di mana perusahaan dengan ukuran yang lebih besar cenderung memiliki profitabilitas yang lebih tinggi (Lathifah dan Nasution, 2025). Perusahaan besar memiliki akses lebih mudah ke sumber daya, seperti modal dan teknologi, yang

mendukung efisiensi operasional. Hal ini memungkinkan perusahaan besar untuk mencapai skala ekonomi, sehingga meningkatkan profitabilitas.

Ukuran perusahaan adalah skala besar kecilnya suatu usaha yang dapat ditentukan dengan melihat seluruh aset yang dimilikinya, yang mempengaruhi kapasitas perusahaan untuk bersaing dan mendapatkan manfaat dari skala ekonomi (Diana dan Osesoga, 2020). Perusahaan dengan aset besar memiliki kapasitas produksi lebih tinggi, yang memungkinkan diversifikasi produk dan ekspansi pasar. Namun, ukuran besar juga membawa risiko lebih tinggi, seperti kompleksitas manajemen.

Secara keseluruhan, definisi ukuran perusahaan mencakup aspek skala dan kapasitas, yang mempengaruhi strategi dan performa perusahaan (Saputra, 2022). Perusahaan besar cenderung lebih stabil, tetapi perusahaan kecil lebih fleksibel. Pemahaman ukuran perusahaan penting untuk analisis risiko dan potensi pertumbuhan.

2.1.5.2 Pengukuran Ukuran Perusahaan

Menurut Lathifah dan Nasution (2025) ukuran perusahaan dinilai menggunakan logaritma natural dari total aset, dengan formula:

$$Firm\ Size = \ln (Total\ Aset)$$

Penggunaan logaritma natural bertujuan untuk menyeragamkan nilai dan mengurangi variasi data, sehingga analisis regresi lebih akurat. Formula ini mengubah skala total aset menjadi nilai yang lebih stabil untuk perbandingan.

Penggunaan logaritma natural bertujuan untuk menyeragamkan nilai dan mengurangi variasi data, sehingga proporsi nilai tetap terjaga (Mahendra dan Arif,

2024). Dengan logaritma, data total aset yang bervariasi besar dapat dinormalisasi, memudahkan interpretasi dalam model statistik. Hal ini penting untuk menghindari bias dalam analisis performa perusahaan.

Ukuran perusahaan juga bisa dinilai berdasarkan total aset, dengan kriteria seperti perusahaan skala kecil (< Rp50 miliar), menengah (Rp50-250 miliar), dan besar (> Rp250 miliar) sesuai Peraturan OJK (Diana dan Osesoga, 2020). Kriteria ini berdasarkan peraturan otoritas jasa keuangan, yang membantu klasifikasi perusahaan untuk keperluan regulasi. Pengukuran ini mempertimbangkan konteks ekonomi Indonesia.

Secara keseluruhan, pengukuran ukuran perusahaan melalui logaritma natural atau kriteria aset memberikan dasar objektif untuk analisis (Saputra, 2022). Pengukuran ini mendukung evaluasi hubungan antara ukuran dan performa, serta membantu dalam pengambilan keputusan strategis.

2.2 Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang dilakukan oleh Lathifah dan Nasution (2025) mengkaji dampak simultan dari *Good Corporate Governance (GCG)*, *Corporate social responsibility*, serta ukuran perusahaan terhadap performa keuangan di sektor manufaktur *consumer non-cyclicals* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018-2022. Secara simultan, variabel-variabel tersebut berkaitan dengan performa keuangan. Namun, secara parsial, *Corporate social responsibility* berperan dalam performa keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa implementasi *Corporate social responsibility* dapat meningkatkan efisiensi operasional dan daya tarik investor, yang pada akhirnya

mendukung peningkatan laba perusahaan. Penelitian ini relevan dengan fokus pada subsektor manufaktur, meskipun periode dan subsektor berbeda, namun memberikan wawasan tentang bagaimana *Corporate social responsibility* dapat mempengaruhi kinerja keuangan di industri terkait tekstil.

Huda dan Pratiwi (2024) melakukan penelitian terhadap pengaruh *Corporate social responsibility* pada performa keuangan perusahaan manufaktur subsektor kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate social responsibility* tidak memberikan dampak terhadap performa keuangan, dengan kontribusi hanya sebesar 0,1% terhadap *Return on Asset* (ROA). Temuan ini mengindikasikan bahwa pengungkapan *Corporate social responsibility* mungkin belum sepenuhnya diintegrasikan ke dalam strategi bisnis perusahaan, sehingga tidak langsung meningkatkan profitabilitas. Penelitian ini memberikan perspektif kritis tentang keterbatasan *Corporate social responsibility* dalam konteks industri kimia, yang dapat dibandingkan dengan subsektor tekstil yang memiliki tantangan serupa dalam pengelolaan lingkungan. Meskipun demikian, penelitian ini menekankan pentingnya evaluasi kualitas implementasi *Corporate social responsibility* untuk hasil yang lebih optimal.

Mahendra dan Arif (2024) meneliti pengaruh *Corporate social responsibility* terhadap performa finansial perusahaan *consumer non-cyclicals* di Bursa Efek Indonesia selama 2020-2022. Penelitian menemukan bahwa *Corporate social responsibility* memberikan dampak positif terhadap performa finansial, sementara performa lingkungan dan skala perusahaan tidak menunjukkan pengaruh. Ini

menunjukkan bahwa komitmen sosial perusahaan dapat membangun reputasi yang lebih baik, yang kemudian meningkatkan kepercayaan investor dan penjualan. Penelitian ini relevan dengan subsektor tekstil karena keduanya termasuk dalam kategori *consumer goods*, di mana *Corporate social responsibility* dapat menjadi diferensiasi kompetitif. Namun, periode penelitian yang lebih awal memberikan peluang untuk eksplorasi lebih lanjut pada 2022-2024.

Saputra (2022) menganalisis dampak *Corporate social responsibility* pada performa keuangan perusahaan manufaktur subsektor tekstil dan garmen yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate social responsibility* memiliki pengaruh terhadap performa keuangan, dengan kontribusi sebesar 28,3%. Temuan ini menekankan bahwa pengungkapan *Corporate social responsibility* yang transparan dapat meningkatkan loyalitas *stakeholder* dan efisiensi operasional, yang berdampak pada peningkatan laba. Penelitian ini sangat relevan dengan judul penelitian saat ini karena fokus pada subsektor tekstil, meskipun periode sedikit berbeda. Ini memberikan dasar empiris untuk menguji hubungan serupa pada periode 2022-2024.

Putri dan Prasetiono (2024) meneliti pengaruh tiga komponen *Corporate social responsibility* yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial terhadap kinerja perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018–2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komponen ekonomi dan lingkungan berpengaruh terhadap profitabilitas, sedangkan komponen sosial justru memberikan pengaruh negatif. Selain itu, ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol juga terbukti

berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Temuan ini menegaskan bahwa dimensi CSR tidak selalu berdampak sama terhadap profitabilitas, sehingga kualitas implementasi dan fokus program *Corporate social responsibility* dapat mempengaruhi hasil yang diterima perusahaan.

Penelitian lain yang relevan dilakukan oleh Widiyanti (2023), yang meneliti pengaruh *Corporate social responsibility*, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap profitabilitas, mencerminkan bahwa pengungkapan sosial dapat meningkatkan kepercayaan *stakeholder* dan citra perusahaan. Di sisi lain, leverage berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan, sedangkan ukuran perusahaan tidak memberikan pengaruh. Temuan ini mengindikasikan bahwa beban utang dapat menjadi faktor yang membatasi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, sementara ukuran perusahaan belum tentu menjadi penentu langsung dari profitabilitas.

Keseluruhan penelitian terdahulu menunjukkan adanya bukti empiris bahwa *Corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan, meskipun hasilnya bervariasi tergantung pada industri, indikator pengukuran, dan kualitas implementasi *Corporate social responsibility*. Variasi hasil tersebut menjadi dasar penting untuk melakukan penelitian pada perusahaansubsektor tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024. Penelitian sebelumnya dapat dilihat pada table 2.2.

Table 2.2 Penelitian Sebelumnya

No	Penulis dan Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Huda dan Pratiwi (2024) – Pengaruh CSR Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Subsektor Kimia	Kuantitatif, regresi linier, subsektor kimia	CSR tidak berpengaruh, kontribusi hanya 0,1% terhadap ROA	Sama-sama menggunakan CSR sebagai variabel	sektor kimia
2.	Lathifah dan Nasution (2025) – Pengaruh GCG, CSR, dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan	Kuantitatif, regresi linier berganda, subsektor <i>consumer non-cyclicals</i> 2018–2022	CSR berpengaruh; GCG dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan	Meneliti CSR dan ukuran perusahaan	Fokus subsektor berbeda (<i>consumer non-cyclicals</i>)
3.	Mahendra dan Arif (2024) – Pengaruh CSR dan Faktor Lingkungan terhadap Kinerja Finansial	Kuantitatif, regresi linier 2020–2022	CSR berpengaruh; performa lingkungan dan ukuran tidak berpengaruh	CSR sebagai variabel utama	Ukuran perusahaan tidak berpengaruh
4.	Putri dan Prasetiono (2024) – Analisis CSR Ekonomi, Lingkungan, Sosial terhadap Kinerja Perusahaan	Kuantitatif, regresi linier, <i>consumer goods</i> 2018–2022	CSR ekonomi dan lingkungan berpengaruh; ukuran perusahaan berpengaruh	Menggunakan CSR dan ukuran perusahaan	Dimensi CSR dibagi menjadi tiga komponen
5.	Saputra (2022) – Pengaruh CSR terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Subsektor Tekstil dan Garmen	Kuantitatif, regresi linier, tekstil dan garmen 2017–2021	CSR berpengaruh (28,3%)	Paling relevan dengan penelitianmu (sama-sama tekstil)	Periode penelitian berbeda
6.	Widiyanti (2023) – CSR, Leverage, Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas	Kuantitatif, regresi linier, manufaktur	CSR berpengaruh; leverage negatif; ukuran perusahaan tidak berpengaruh	CSR sebagai variabel utama	Ukuran perusahaan tidak berpengaruh

2.3 Kerangka Pemikiran

2.1.1 Hubungan *Corporate social responsibility* dengan Kinerja Keuangan

Corporate social responsibility pada dasarnya menggambarkan bagaimana perusahaan berperan secara aktif dalam menjaga keseimbangan antara kepentingan bisnis dan kebutuhan lingkungan serta masyarakat. Dalam konteks perusahaan modern, *Corporate social responsibility* tidak lagi dipandang hanya sebagai aktivitas tambahan, tetapi sebagai bagian dari strategi jangka panjang untuk membangun citra positif dan mempertahankan keberlanjutan usaha. Perusahaan yang konsisten menjalankan *Corporate social responsibility* umumnya berupaya menciptakan hubungan yang lebih baik dengan masyarakat, yang pada akhirnya dapat memberikan kontribusi pada peningkatan performa keuangan perusahaan.

CSR berperan sebagai sarana perusahaan dalam memperlihatkan perhatian terhadap kebutuhan kelompok-kelompok yang berkepentingan dengan aktivitasnya, sehingga mampu memperkuat hubungan dan membangun persepsi positif masyarakat. Praktik ini dapat meningkatkan dukungan dari konsumen maupun komunitas lokal, yang pada akhirnya menjadi modal penting bagi keberlanjutan perusahaan (Adisaputra, dkk., 2023). Ketika perusahaan menunjukkan akuntabilitas sosial, respons positif dari lingkungan sekitar cenderung meningkat.

Pengungkapan *Corporate social responsibility* juga dapat dilihat dari perspektif teori sinyal. Melalui laporan *Corporate social responsibility*, perusahaan memberikan sinyal bahwa mereka memiliki komitmen terhadap praktik bisnis yang etis dan berkelanjutan. Sinyal positif ini dapat meningkatkan kepercayaan investor dan

mempengaruhi penilaian mereka terhadap prospek perusahaan (Noor dan Srimindarti, 2022). Dengan demikian, *Corporate social responsibility* menjadi alat komunikasi penting untuk menunjukkan keseriusan perusahaan dalam menjaga tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Pelaksanaan *Corporate social responsibility* yang tepat sasaran juga dapat membawa manfaat finansial, karena semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat, semakin besar pula peluang peningkatan permintaan atas produk perusahaan. Dampak reputasional dari *Corporate social responsibility* mampu mendorong loyalitas pembeli dan memperluas jangkauan pasar, yang secara tidak langsung mendukung tercapainya laba perusahaan (Noor dan Srimindarti, 2022). Aktivitas ini menjadi bagian dari strategi jangka panjang dalam mempertahankan kompetitifitas perusahaan.

Penelitian mengenai hubungan CSR dan kinerja keuangan menunjukkan adanya variasi hasil. Beberapa studi menemukan bahwa pengungkapan *Corporate social responsibility* mampu memperkuat persepsi positif *stakeholder* sehingga memberikan kontribusi pada peningkatan profitabilitas perusahaan. Di sisi lain, ada pula penelitian yang mencatat bahwa pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan tidak selalu konsisten karena setiap perusahaan memiliki karakteristik, strategi, serta tingkat keterlibatan *stakeholder* yang berbeda dalam menilai aktivitas *Corporate social responsibility* tersebut (Noor dan Srimindarti, 2022). Perbedaan temuan ini menggambarkan bahwa dampak CSR bisa beragam dan sangat dipengaruhi oleh konteks penerapannya.

Dalam konteks industri tekstil, penerapan *Corporate social responsibility* menjadi aspek yang semakin penting karena subsektor ini berpotensi menimbulkan

dampak lingkungan seperti limbah produksi dan penggunaan bahan kimia. Oleh sebab itu, perusahaan tekstil perlu menunjukkan tanggung jawab sosial dan kepedulian lingkungan untuk memperkuat legitimasi publik. Dengan strategi *Corporate social responsibility* yang terarah, perusahaan dapat meminimalkan risiko reputasi sekaligus meningkatkan daya saing.

Dengan dasar teori dan hasil penelitian sebelumnya, *Corporate social responsibility* diperkirakan memiliki hubungan dengan kinerja keuangan melalui mekanisme peningkatan reputasi, persepsi pasar, dan dukungan pemangku kepentingan. Pelaksanaan *Corporate social responsibility* yang komprehensif dapat menjadi salah satu sumber nilai tambah bagi perusahaan.

2.1.2 Hubungan Ukuran Perusahaan dengan Kinerja Keuangan

Ukuran perusahaan mencerminkan skala aktivitas bisnis dan kapasitas sumber daya yang dimiliki suatu perusahaan. Perusahaan besar umumnya mempunyai kemampuan manajerial yang lebih kuat, aset yang lebih besar, serta akses yang lebih mudah ke sumber pendanaan. Faktor-faktor ini membuat perusahaan dengan ukuran besar cenderung lebih stabil dan mampu menghadapi persaingan serta tekanan ekonomi dibanding perusahaan kecil.

Ukuran perusahaan sering dijadikan indikator stabilitas finansial karena perusahaan yang lebih besar biasanya memiliki cadangan aset yang memadai untuk mendukung kegiatan operasional. Aset yang besar memungkinkan perusahaan beroperasi lebih efisien dan menghasilkan laba yang lebih konsisten dibanding

perusahaan berukuran kecil (Hendrawan dan Handayani, 2023). Dengan demikian, ukuran perusahaan dapat menjadi penentu tingkat kekuatan finansial.

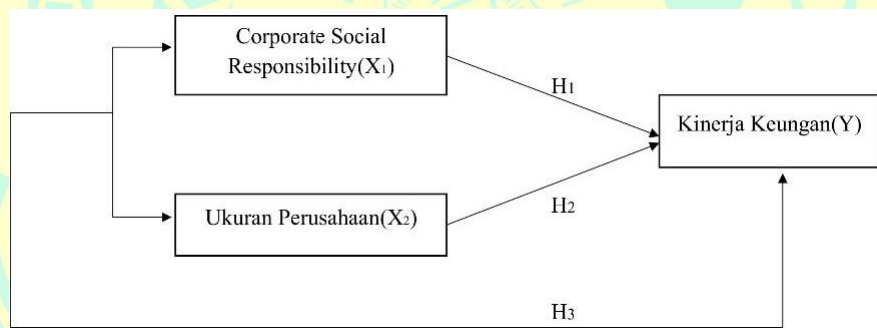
Jika dilihat dari teori sinyal, ukuran perusahaan dapat memberi indikasi kepada investor bahwa perusahaan memiliki kapabilitas pengelolaan yang kuat. Perusahaan dengan aset besar dianggap lebih mampu mengendalikan risiko dan menjaga stabilitas usaha, sehingga investor cenderung mempercayai perusahaan tersebut sebagai tempat investasi yang lebih aman (Afridayani dan Putren, 2025). Sinyal ini dapat memengaruhi keputusan investor yang pada akhirnya berdampak terhadap kinerja keuangan.

Perusahaan besar juga memiliki peluang lebih besar dalam menekan biaya produksi karena skala ekonominya lebih luas. Kapasitas pembelian yang besar membuat perusahaan mendapatkan harga bahan baku lebih rendah, sehingga biaya operasional dapat ditekan dan margin keuntungan meningkat. Kondisi ini memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan besar dalam meningkatkan laba (Noor dan Srimindarti, 2022). Dengan demikian, ukuran perusahaan dapat mendorong peningkatan performa keuangan melalui efisiensi biaya.

Walaupun banyak penelitian menemukan hubungan positif antara ukuran perusahaan dan profitabilitas, terdapat pula studi yang menunjukkan bahwa ukuran tidak selalu menjadi faktor penentu. Beberapa penelitian mengungkapkan adanya hubungan negatif atau tidak, yang menunjukkan bahwa perusahaan besar juga menghadapi tantangan berupa kompleksitas manajerial dan beban operasional yang tinggi (Hendrawan & Handayani, 2023).

Dalam industri tekstil, ukuran perusahaan sangat berperan karena subsektor ini membutuhkan modal besar, teknologi produksi yang memadai, serta struktur manajemen yang terorganisasi. Perusahaan berukuran besar dapat lebih mudah beradaptasi dengan perubahan pasar dan mengelola fluktuasi biaya bahan baku dibanding perusahaan kecil. Keunggulan tersebut dapat menciptakan peluang untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan aset dan memperkuat kinerja keuangan.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, ukuran perusahaan diperkirakan memiliki hubungan terhadap kinerja keuangan karena besarnya kapasitas yang dimiliki perusahaan dalam mengoperasikan aset secara optimal. Dengan demikian, ukuran perusahaan menjadi variabel penting dalam memahami kemampuan perusahaan tekstil dalam meningkatkan profitabilitas.



Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran Penelitian

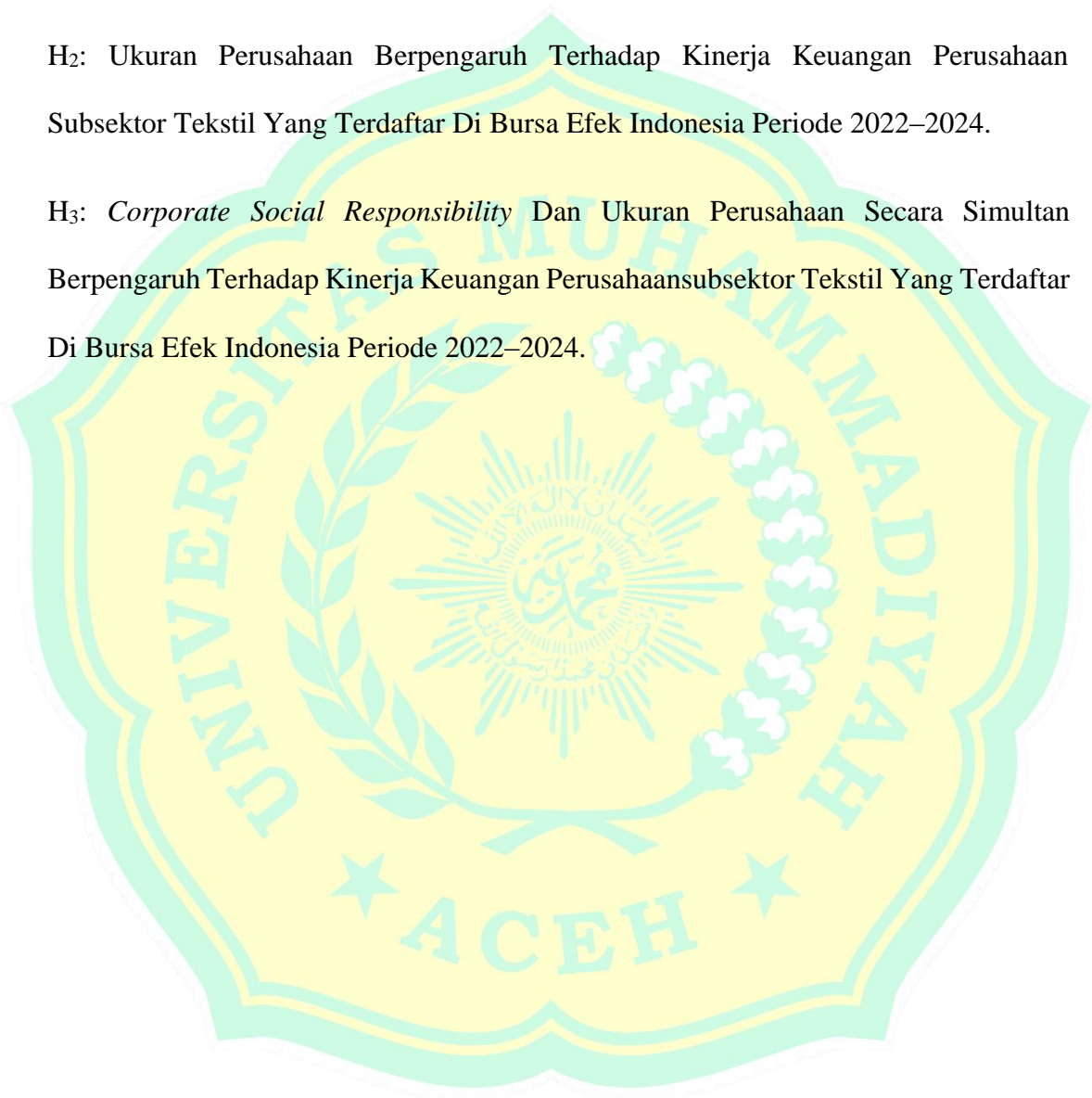
2.4 Hipotesis

Berdasarkan uraian mengenai keterkaitan antar variabel yang telah dijelaskan sebelumnya, maka pernyataan dugaan atau hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H₁: *Corporate Social Responsibility* Berpengaruh Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Subsektor Tekstil Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2022–2024.

H₂: Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Subsektor Tekstil Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2022–2024.

H₃: *Corporate Social Responsibility* Dan Ukuran Perusahaan Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan subsektor Tekstil Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2022–2024.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rancangan sistematis yang menjelaskan langkah-langkah dalam melaksanakan penelitian agar sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Desain ini berfungsi sebagai panduan bagi peneliti dalam mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data yang relevan dengan variabel yang diteliti, yaitu *Corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, dan kinerja keuangan pada perusahaansubsektor tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022–2024. Tujuan Penelitian.

3.1.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji secara empiris pengaruh *Corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan pada perusahaansubsektor tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022–2024. Secara lebih spesifik, tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaansubsektor tekstil di BEI.
- b. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaansubsektor tekstil di BEI.
- c. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan secara simultan terhadap kinerja keuangan perusahaansubsektor tekstil di BEI.

3.1.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif asosiatif kausal. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan sebelumnya menggunakan data numerik yang dapat diukur secara statistik.

Sifat asosiatif kausal berarti penelitian ini ingin mengetahui hubungan sebab-akibat antara dua atau lebih variabel, yaitu pengaruh *Corporate social responsibility* (X_1) dan ukuran perusahaan (X_2) sebagai variabel independen terhadap kinerja keuangan (Y) sebagai variabel dependen. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis seberapa besar pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan bantuan alat analisis statistik berupa Eviews 13.

3.1.3 Horizon Waktu

Penelitian ini menggunakan desain studi time series *cross-sectional* atau yang dikenal sebagai panel data, karena data dikumpulkan dari beberapa perusahaan dalam rentang waktu tertentu, yaitu periode tahun 2022–2024. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk melihat perubahan dan kecenderungan pengaruh variabel-variabel penelitian dari waktu ke waktu, sehingga hasilnya lebih akurat dan representatif terhadap kondisi perusahaan tekstil di Indonesia. Dengan horizon waktu tersebut, penelitian ini bersifat *longitudinal*, yaitu pengamatan dilakukan secara berkelanjutan selama tiga tahun berturut-turut untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara *Corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, dan kinerja keuangan.

3.1.4 Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah perusahaan, yaitu perusahaan subsektor tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022–2024. Setiap perusahaan menjadi satu unit analisis yang diamati melalui data laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keberlanjutan (*sustainability report*).

Data yang diambil dari masing-masing perusahaan meliputi informasi tentang:

1. Total dana yang dikeluarkan Perusahaan untuk *Corporate social responsibility*.
2. Total aset sebagai ukuran perusahaan.
3. Rasio keuangan (ROA) sebagai indikator kinerja keuangan.

Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada analisis antar perusahaan dalam satusubsektor industri dengan periode pengamatan tertentu, sehingga hasilnya dapat menggambarkan hubungan antar variabel secara lebih objektif dan empiris.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan subsektor tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022–2024. Berdasarkan data yang diperoleh dari situs resmi BEI, terdapat 21 perusahaan subsektor tekstil yang secara konsisten terdaftar selama periode penelitian.

Populasi ini dipilih karena subsektor tekstil merupakan salah satusubsektor industri manufaktur yang berperan penting dalam perekonomian nasional dan memiliki

karakteristik padat karya, intensif modal, serta terdampak oleh kebijakan lingkungan dan sosial perusahaan.

3.2.2 Sampel

Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan peneliti agar data yang diperoleh relevan dengan tujuan penelitian.

Kriteria pemilihan sampel penelitian dapat dilihat pada tabel 3.2 kriteria penentuan sampel penelitian berikut:

Table 3.2 Kriteria Penentuan Sampel Penelitian

No	Kriteria	2022	2023	2024	Jumlah
1	Perusahaan subsektor tekstil yang terdaftar di BEI	21	21	21	63
2	Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keuangan secara lengkap dan tidak mengungkapkan <i>informasi Corporate social responsibility</i> .	(9)	(9)	(9)	(27)
3	Perusahaan dengan laporan keuangan lengkap dan memenuhi kriteria penelitian	12	12	12	36

Berdasarkan tabel 3.2, perusahaan subsektor tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022–2024 dan memenuhi kriteria penelitian berjumlah 12 perusahaan. Dengan periode pengamatan selama tiga tahun, total sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 36 (12 perusahaan x 3 tahun) perusahaan. Seluruh perusahaan tersebut memenuhi persyaratan sebagai sampel penelitian karena

memiliki laporan keuangan yang lengkap serta mengungkapkan informasi *Corporate social responsibility* sesuai dengan kriteria yang ditetapkan.

3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau pihak lain yang telah mengolah data tersebut sebelumnya. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari laporan tahunan (annual report), laporan keberlanjutan (*sustainability report*), serta laporan keuangan yang dipublikasikan oleh masing-masing perusahaan sampel pada situs resmi Bursa Efek Indonesia maupun situs resmi perusahaan terkait.

3.4 Definisi dan Operasionlisasi Variabel

Pada penelitian ini, variabel yang dianalisis terdiri dari dua variabel independen, yaitu *Corporate social responsibility* dan Ukuran Perusahaan, serta satu variabel dependen, yaitu Kinerja Keuangan. Setiap variabel dirumuskan melalui indikator yang relevan dan metode pengukuran yang telah diakui dalam penelitian sebelumnya, sehingga memungkinkan proses analisis dilakukan secara objektif, terstruktur, dan dapat diuji kebenarannya.

3.4.1 Variabel Dependen (Variabel Y)

Kinerja keuangan diukur menggunakan indikator *Return on Assets* (ROA) untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan baik dari aset maupun modal sendiri. ROA menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih melalui pemanfaatan total aset yang dimilikinya. Rasio ini banyak digunakan sebagai indikator kinerja karena

menunjukkan seberapa efisien perusahaan mengelola aset untuk memperoleh laba (Adisaputra, dkk.,2023) .

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

3.4.2 Variabel Independen (Variabel X)

a. *Corporate social responsibility* – X₁

Dalam penelitian ini, *Corporate social responsibility* diukur menggunakan biaya *Corporate social responsibility* (CSR Expenditure/Cost), yaitu jumlah dana yang dikeluarkan perusahaan untuk kegiatan *Corporate social responsibility*. Besarnya biaya ini diperoleh dari laporan keberlanjutan (sustainability report) atau bagian beban administrasi dan umum pada laporan tahunan perusahaan (annual report). Menurut Rahayu dan Sumarta (2025), Indeks Biaya *Corporate social responsibility* (BCSR) dihitung dengan rumus:

$$BCSR = \frac{\text{Total Biaya CSR}}{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}$$

b. Ukuran Perusahaan – X₂

Ukuran perusahaan diukur menggunakan total aset yang telah ditransformasikan ke dalam logaritma natural (Ln Total Aset). Transformasi ini digunakan untuk menstabilkan perbedaan skala antar perusahaan dan mengurangi skewness data. Penggunaan total aset sebagai proksi ukuran perusahaan juga didukung oleh penelitian terdahulu (Hendrawan dan Handayani, 2023) .

Rumus Ukuran Perusahaan:

$$Firm Size = \ln (\text{Total Aset})$$

Definisi operasional variable secara ringkas dapat dilihat pada Tabel 3.4.2

Table 3.4.2 Definisi Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Pengukuran Variabel	Skala
Variabel Dependent				
1.	Kinerja Keuangan (Y)	Kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan efektivitas penggunaan aset dan modal sendiri (Adisaputra, dkk.,2023).	$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$	Rasio
Variabel Independent				
2.	<i>Corporate social responsibility</i> (X ₁)	Tingkat komitmen perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang diukur melalui dana yang dialokasikan untuk kegiatan CSR (Rahayu & Sumarta, 2025).	$\text{Indeks BCSR} = \frac{\text{Total Biaya CSR}}{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}} \times 100\%$	Rasio
3.	Ukuran Perusahaan (X ₂)	Ukuran perusahaan merupakan indikator yang menggambarkan kapasitas finansial perusahaan, yang diukur berdasarkan jumlah aset yang dimiliki (Hendrawan dan Handayani, 2023).	$\text{Firm Size} = \ln(\text{Total Aset})$	Rasio

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini digunakan untuk mengolah dan menganalisis data kuantitatif guna menguji pengaruh *Corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan pada perusahaansubsektor tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022–2024. Analisis data dilakukan dengan bantuan alat analisis statistik berupa EViews 13. Tahapan analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.5.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data penelitian. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian, yaitu kinerja keuangan (ROA), *Corporate social responsibility*, dan ukuran perusahaan. Statistik deskriptif membantu peneliti memahami pola distribusi data serta kondisi umum perusahaansubsektor tekstil selama periode penelitian (Ghozali, 2021).

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi, data diuji terlebih dahulu melalui uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi kriteria *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE). Uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual terdistribusi secara normal. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai probabilitas *Jarque-Bera*. Data

dikatakan berdistribusi normal apabila nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 (Ghozali, 2021).

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antar variabel independen. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai korelasi antar variabel bebas. Apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) <10 maka model regresi dinyatakan tidak mengalami multikolinearitas (Ghozali, 2021).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual antar pengamatan. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji Glejser. Model regresi dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas apabila nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 (Ghozali, 2021).

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu (error term) pada periode tertentu dengan periode sebelumnya. Autokorelasi umumnya terjadi pada data runtut waktu dan dapat menyebabkan hasil estimasi menjadi tidak efisien.

Dalam penelitian ini, uji autokorelasi dilakukan menggunakan uji Durbin-Watson (DW). Menurut Ghozali (2021), kriteria pengambilan keputusan dalam uji Durbin-Watson adalah sebagai berikut:

- Nilai Durbin-Watson mendekati 2 menunjukkan tidak terjadi autokorelasi
- Nilai Durbin-Watson < 2 menunjukkan autokorelasi positif

- Nilai Durbin-Watson > 2 menunjukkan autokorelasi negatif

Model regresi dinyatakan layak digunakan apabila tidak terdapat gejala autokorelasi, yaitu ketika nilai Durbin-Watson berada di sekitar angka 2.

3.5.3 Regesi Data Panel

Penelitian ini menggunakan analisis regresi data panel karena data yang digunakan merupakan gabungan antara data lintas perusahaan dan data runtut waktu. Analisis regresi data panel mampu memberikan hasil estimasi yang lebih efisien serta mampu menangkap perbedaan karakteristik antar perusahaan dan antar periode waktu (Ghozali, 2021). Persamaan yang digunakan adalah:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Kinerja keuangan
- a = Konstanta
- b_1 & b_2 = Koefisien Regresi
- X_1 = *Corporate social responsibility*
- X_2 = Ukuran Perusahaan
- e = *error term*

Untuk menentukan model regresi data panel yang paling tepat, penelitian ini menggunakan tiga pendekatan, yaitu:

1. *Common Effect Model* (CEM) merupakan model regresi data panel yang mengasumsikan bahwa seluruh data pengamatan bersifat homogen, baik antar perusahaan maupun antar waktu.

2. *Fixed Effect Model* (FEM) merupakan model regresi data panel yang mengakomodasi adanya perbedaan karakteristik spesifik pada masing-masing perusahaan yang bersifat tetap (time-invariant) selama periode pengamatan. Perbedaan tersebut ditangkap melalui perbedaan nilai konstanta (intercept) pada setiap unit cross-section.
3. *Random Effect Model* (REM) merupakan model regresi data panel yang mengasumsikan bahwa perbedaan karakteristik antar perusahaan bersifat acak dan menjadi bagian dari komponen error term.

Untuk menentukan model yang paling sesuai, dilakukan beberapa pengujian, yaitu:

1. Uji *Chow* digunakan untuk menentukan model regresi data panel yang paling tepat antara *Common Effect Model* (CEM) dan *Fixed Effect Model* (FEM). Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan karakteristik individual antar perusahaan yang secara signifikan memengaruhi variabel dependen. Menurut Ghazali (2021), Uji *Chow* dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas dari statistik F atau *Chi-square*. Hipotesis dalam Uji *Chow* dirumuskan sebagai berikut:
 - Jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak, maka model yang digunakan adalah FEM.
 - Jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka H_0 diterima, maka model yang digunakan adalah CEM.

2. Uji *Hausman* digunakan untuk menentukan model terbaik antara *Fixed Effect Model* (FEM) dan *Random Effect Model* (REM). Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah efek individual berkorelasi dengan variabel independen dalam model regresi data panel. Menurut Ghozali (2021), apabila terdapat korelasi antara efek individual dan variabel independen, maka FEM lebih tepat digunakan dibandingkan REM. Hipotesis dalam Uji *Hausman* adalah sebagai berikut:
 - Jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak, maka model yang digunakan adalah FEM.
 - Jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka H_0 diterima, maka model yang digunakan adalah REM.
3. Uji *Lagrange Multiplier* (LM) digunakan untuk menentukan model terbaik antara *Common Effect Model* (CEM) dan *Random Effect Model* (REM). Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah model dengan efek acak lebih tepat digunakan dibandingkan model tanpa efek individual. Menurut Ghozali (2021), Uji LM dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas statistik Breusch-Pagan.
 - Jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan REM lebih tepat digunakan.
 - Jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka H_0 diterima dan CEM lebih tepat digunakan.

3.6 Pengujian Hipotesis

Menurut Sugiyono (2022) dalam buku *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R dan D*, pengujian hipotesis merupakan tahapan penting dalam penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk membuktikan secara empiris dugaan yang telah dirumuskan

sebelumnya melalui data dan analisis statistik. Pengujian ini dilakukan untuk menentukan apakah hipotesis akan ditolak atau diterima berdasarkan hasil perhitungan statistik yang diperoleh. Dengan demikian, pengujian hipotesis menjadi dasar dalam menarik kesimpulan mengenai hubungan antarvariabel yang diteliti.

Hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan ke dalam dua bentuk, yaitu hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) sebagai berikut:

1. Hipotesis Pertama

- Jika koefisien regresi variable X_1 sama dengan nol ($\beta_1=0$), maka H_{a1} ditolak. Artinya *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.
- Jika koefisien regresi variable X_1 tidak sama dengan nol ($\beta_1\neq 0$), maka H_{a1} diterima. Artinya *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

2. Hipotesis Kedua

- Jika koefisien regresi variable X_2 sama dengan nol ($\beta_2=0$), maka H_{a2} ditolak. Artinya ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.
- Jika koefisien regresi variable X_2 tidak sama dengan nol ($\beta_2\neq 0$), maka H_{a2} diterima. Artinya ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

3. Hipotesis Ketiga

- Jika koefisien regresi variable X_1 dan X_2 sama dengan nol ($\beta_1=\beta_2=0$), maka H_{a3} ditolak. Artinya *Corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan secara simultan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

- Jika minimal 1 koefisien regresi variable X tidak sama dengan nol ($\beta_1 \neq 0$ atau $\beta_2 \neq 0$), maka H_{a3} diterima. Artinya *Corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap kinerja keuangan.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pengujian Data

4.1.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi data dari setiap variabel penelitian. Melalui analisis ini dapat diketahui nilai rata-rata, nilai terendah, nilai tertinggi, serta standar deviasi dari masing-masing variabel. Hasil analisis statistik deskriptif secara rinci disajikan pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1
Analisis Statistik Deskriptif

Uraian	N	Rata-rata	Minimum	Maksimum	Std. Dev
Kinerja Keuangan (ROA)	36	0.0876	0.0064	0.3542	0.0962
CSR	36	0.0821	0.0012	0.2384	0.0773
Ukuran Perusahaan	36	10.457	7.6739	12.214	1.3237
Valid N (listwise)	36	—	—	—	—

Sumber : Hasil Olah Data EViews 13, 2025.

Berdasarkan Tabel 4.1, variabel kinerja keuangan yang diukur menggunakan *Return on Assets* (ROA) memiliki nilai rata-rata sebesar 0.0876. Nilai ini menunjukkan bahwa secara rata-rata perusahaansubsektor tekstil mampu memperoleh laba dengan memanfaatkan aset yang dimilikinya. Nilai minimum kinerja keuangan sebesar 0.0064 menunjukkan bahwa adanya perusahaan dengan kemampuan menghasilkan laba yang sangat rendah. Sementara itu, nilai maksimum kinerja keuangan sebesar 0.3542 menunjukkan adanya perusahaan yang memiliki kemampuan menghasilkan laba paling tinggi selama periode pengamatan. Nilai standar deviasi sebesar 0.0962 menunjukkan adanya perbedaan tingkat kinerja keuangan antar perusahaansubsektor tekstil.

Variabel *Corporate social responsibility* yang diukur berdasarkan dana *Corporate social responsibility* yang dikeluarkan Perusahaan terhadap laba bersih memiliki nilai rata-rata sebesar 0.0821. Nilai ini menunjukkan bahwa secara umum perusahaansubsektor tekstil telah mengeluarkan dana untuk kegiatan *Corporate social responsibility* dari laba bersih yang diperolehnya selama periode penelitian. Nilai minimum sebesar 0.0012 dana *Corporate social responsibility* dalam jumlah yang sangat kecil. Di sisi lain, nilai maksimum *Corporate social responsibility* sebesar 0.2384 menunjukkan adanya perusahaan yang mengalokasikan dana *Corporate social responsibility* paling besar. Nilai standar deviasi sebesar 0.0773 menunjukkan adanya perbedaan alokasi dana *Corporate social responsibility* antar perusahaan.

Selanjutnya, variabel ukuran perusahaan yang diukur menggunakan logaritma natural total aset memiliki nilai rata-rata sebesar 10.457. Nilai ini menunjukkan bahwa secara rata-rata perusahaansubsektor tekstil memiliki jumlah aset yang cukup besar. Nilai minimum sebesar 7.6739 mengindikasikan adanya perusahaan dengan jumlah aset paling kecil dalam sampel penelitian. Sementara itu, nilai maksimum sebesar 12.214 menunjukkan adanya perusahaan dengan jumlah aset paling besar. Nilai standar deviasi sebesar 1.3237 menunjukkan bahwa perbedaan ukuran perusahaan antar sampel tidak terlalu jauh.

4.1.2 Regresi Model Estimasi Data Panel

Regresi data panel digunakan sebagai metode analisis untuk menguji hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dengan menggunakan data perusahaan yang diamati selama beberapa periode waktu. Dalam penelitian ini, regresi

data panel diterapkan untuk menganalisis pengaruh *Corporate social responsibility* (CSR) dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan pada perusahaansubsektor tekstil periode 2022–2024. Pemilihan model regresi dilakukan dengan membandingkan tiga pendekatan, yaitu *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM). Hasil pengujian dari ketiga model tersebut disajikan sebagai dasar penentuan model terbaik. Berikut hasil pengujian regresi data panel dengan pendekatan CEM, FEM, dan REM.

4.1.2.1 *Common Effect Model* (CEM)

Dependent Variable: Y
 Method: Panel Least Squares
 Date: 01/19/26 Time: 01:43
 Sample: 2022 2024
 Periods included: 3
 Cross-sections included: 12
 Total panel (balanced) observations: 36

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.711228	0.126566	5.619407	0.0000
X1	-0.500809	0.191503	-2.615149	0.0133
X2	-0.055698	0.011194	-4.975872	0.0000
R-squared	0.428677	Mean dependent var		0.087600
Adjusted R-squared	0.394052	S.D. dependent var		0.096249
S.E. of regression	0.074923	Akaike info criterion		-2.265058
Sum squared resid	0.185244	Schwarz criterion		-2.133098
Log likelihood	43.77105	Hannan-Quinn criter.		-2.219001
F-statistic	12.38036	Durbin-Watson stat		1.001576
Prob(F-statistic)	0.000097			

Sumber : Hasil Olah Data EViews 13, 2026.

4.1.2.2 Fixed Effect Model (FEM)

Dependent Variable: Y
 Method: Panel Least Squares
 Date: 01/19/26 Time: 01:45
 Sample: 2022 2024
 Periods included: 3
 Cross-sections included: 12
 Total panel (balanced) observations: 36

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.163404	0.558746	3.871895	0.0008
X1	-0.562032	0.170360	-3.299084	0.0033
X2	-0.194078	0.053282	-3.642456	0.0014

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.831275	Mean dependent var	0.087600
Adjusted R-squared	0.731575	S.D. dependent var	0.096249
S.E. of regression	0.049866	Akaike info criterion	-2.873634
Sum squared resid	0.054707	Schwarz criterion	-2.257821
Log likelihood	65.72541	Hannan-Quinn criter.	-2.658699
F-statistic	8.337695	Durbin-Watson stat	2.155432
Prob(F-statistic)	0.000009		

Sumber : Hasil Olah Data EViews 13, 2026.

4.1.2.3 Random Effect Model (REM)

Dependent Variable: Y
 Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)
 Date: 01/19/26 Time: 01:46
 Sample: 2022 2024
 Periods included: 3
 Cross-sections included: 12
 Total panel (balanced) observations: 36
 Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.807459	0.159707	5.055894	0.0000
X1	-0.544574	0.158469	-3.436469	0.0016
X2	-0.064556	0.014715	-4.387058	0.0001

Effects Specification		S.D.	Rho
Cross-section random		0.057950	0.5746
Idiosyncratic random		0.049866	0.4254

Sumber : Hasil Olah Data EViews 13, 2026.

4.1.3 Uji Pemilihan Model

4.1.3.1 Uji Chow

Tabel 4.5
Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests
 Equation: Untitled
 Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	4.772252	(11,22)	0.0009
Cross-section Chi-square	43.908714	11	0.0000

Sumber : Hasil Olah Data EViews 13, 2026.

Berdasarkan Tabel 4.5, diperoleh nilai *Cross-section Chi-square* sebesar 43.9087 dengan nilai *Probability* 0.0000. Dalam pemilihan model regresi data panel, apabila nilai *Probability* lebih besar dari 0,05 maka model yang digunakan adalah

Common Effect Model (CEM), sedangkan apabila nilai Probability lebih kecil dari 0,05 maka model yang dipilih adalah *Fixed Effect Model* (FEM). Karena nilai Probability yang diperoleh lebih kecil dari 0,05, maka hasil uji Chow menunjukkan bahwa ***Fixed Effect Model* (FEM)** merupakan model yang tepat untuk digunakan dalam penelitian ini.

4.1.3.2 Uji Hausman

Tabel 4.6
Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: Untitled
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	6.443548	2	0.0399

Sumber : Hasil Olah Data EViews 13, 2026.

Berdasarkan Tabel 4.6, diketahui bahwa nilai Statistik *Cross-section Random* sebesar 6.4435 dengan nilai *Probability* 0.0399. Dalam ketentuan pengambilan keputusan, apabila nilai *Probability* $> 0,05$ maka model yang dipilih adalah *Random Effect Model* (REM), sedangkan apabila nilai *Probability* $< 0,05$ maka model yang dipilih adalah *Fixed Effect Model* (FEM). Dengan demikian, pada uji *Hausman* ini model yang dipilih adalah ***Fixed Effect Model* (FEM)**.

4.1.3.3 Uji Lagrange Multiplier

Tabel 4.7
Hasil Uji Lagrange Multiplier

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects
Null hypotheses: No effects
Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	6.378075 (0.0116)	0.936424 (0.3332)	7.314499 (0.0068)

Sumber : Hasil Olah Data EViews 13, 2026.

Berdasarkan tabel 4.7, diketahui bahwa nilai probability *Cross-section Breusch-Pagan* sebesar 0.0116. Ketentuan pengambilan keputusan menyatakan bahwa jika nilai *Probability* > 0,05 maka model yang dipilih adalah *Common Effect Model* (CEM), sedangkan apabila nilai *Probability* < 0,05 maka model yang dipilih adalah *Random Effect Model* (REM). Karena nilai *Probability* yang diperoleh lebih besar dari 0,05, maka dalam uji *Lagrange Multiplier* ini model yang dipilih adalah ***Common Effect Model* (CEM)**.

Berdasarkan hasil ketiga uji pemilihan model yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Fixed Effect Model* (FEM). Hasil Uji Chow menunjukkan nilai probability lebih kecil dari 0,05 sehingga model *Fixed Effect Model* lebih tepat dibandingkan *Common Effect Model* (CEM). Selanjutnya, Uji Hausman juga menghasilkan nilai probability di bawah 0,05 yang menunjukkan bahwa *Fixed Effect Model* lebih sesuai dibandingkan *Random Effect Model*. Meskipun hasil Uji Lagrange Multiplier menunjukkan bahwa *Common*

Effect Model lebih sesuai dibandingkan Random Effect Model, hasil tersebut tidak mengubah keputusan akhir. Dengan demikian, berdasarkan hasil Uji Chow dan Uji Hausman, *Fixed Effect Model (FEM)* dipilih sebagai model regresi data panel yang digunakan dalam penelitian ini.

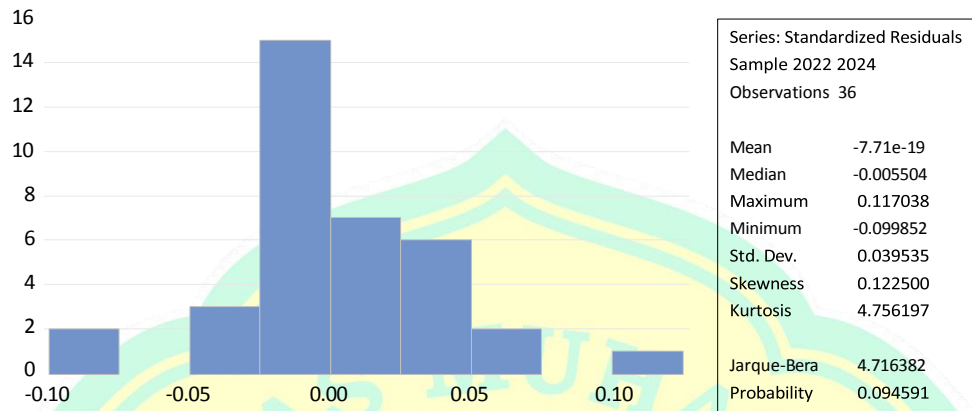
4.2.4 Pengujian Asumsi Klasik

Pengujian regresi pada model penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan *Fixed Effect Model (FEM)*. Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan sudah layak. Pengujian asumsi klasik yang dilakukan meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Adapun hasil pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan program EViews 13.

4.2.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah residual dalam model regresi mengikuti distribusi normal. Pada penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan statistik Jarque-Bera (JB) dan grafik histogram residual terstandarisasi melalui EViews. Residual dikatakan berdistribusi normal apabila nilai probabilitas Jarque-Bera lebih besar dari 0,05. Dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas Jarque-Bera



Sumber : Hasil Olah Data EViews 13, 2026.

Berdasarkan hasil pengujian pada Gambar 4.8, residual menunjukkan distribusi yang mendekati distribusi normal meskipun tidak sepenuhnya simetris. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai Jarque-Bera sebesar 4.7163 dengan nilai probabilitas sebesar 0.0945. Karena nilai probabilitas tersebut lebih besar dari 0,05, maka residual pada model regresi berdistribusi normal. Nilai skewness sebesar 0.1225 menunjukkan bahwa distribusi residual sedikit condong ke kanan, sedangkan nilai kurtosis sebesar 4.7561 menunjukkan bahwa bentuk distribusi residual masih mendekati distribusi normal. Selain itu, nilai rata-rata residual sebesar $-7.71e-19$ dan standar deviasi sebesar 0,0395 menunjukkan bahwa penyebaran residual berada dalam batas yang wajar. Bentuk histogram residual juga memperlihatkan pola penyebaran yang mendekati distribusi normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi dan model regresi dapat dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya.

4.2.4.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang kuat antar variabel independen dalam model regresi. Adanya multikolinieritas dapat memengaruhi keakuratan dan kestabilan koefisien regresi. Dalam penelitian ini, pengujian multikolinieritas dilakukan dengan menggunakan nilai Variance Inflation Factor (VIF). Model regresi dinyatakan bebas dari multikolinieritas apabila nilai VIF masing-masing variabel independen berada di bawah angka 10.

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinieritas

Variable	Coefficient	Uncentered	Centered
	Variance	VIF	VIF
C	0.0160	102.7430	NA
X1	0.0366	2.9571	1.3690
X2	2311112.	29.35515	1.3690

Sumber : Hasil Olah Data EViews 13, 2026.

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.9, nilai centered VIF untuk variabel *Corporate social responsibility* (X1) sebesar 1.3690, sedangkan nilai centered VIF untuk variabel Ukuran Perusahaan (X2) juga sebesar 1.3690. Seluruh nilai tersebut berada di bawah angka 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel independen dalam model penelitian. Dengan demikian, variabel bebas dalam penelitian ini dapat digunakan secara bersama-sama dalam analisis regresi tanpa menimbulkan masalah pada hasil pengujian.

4.2.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varians residual dalam model regresi panel. Apabila varians residual tidak sama, maka model mengalami heteroskedastisitas yang dapat memengaruhi hasil analisis. Dalam penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas dilakukan menggunakan Uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan yaitu apabila nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, maka model dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas atau memenuhi asumsi homoskedastisitas.

Tabel 4.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Glejser			
Null hypothesis: Homoskedasticity			
F-statistic	0.309948	Prob. F(2,33)	0.7356
Obs*R-squared	0.663781	Prob. Chi-Square(2)	0.7176
Scaled explained SS	0.582886	Prob. Chi-Square(2)	0.7472

Sumber : Hasil Olah Data EViews 13, 2026.

Berdasarkan hasil Uji Glejser pada table 4.10, menunjukkan bahwa nilai Prob. F sebesar 0.7356 dan nilai Prob. Chi-Square (Obs*R-squared) sebesar 0.7176. Nilai probabilitas tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan varians residual dalam model regresi. Hal ini berarti residual memiliki sebaran yang relatif sama pada setiap nilai variabel independen. Dengan demikian, model regresi pada penelitian ini dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas dan memenuhi asumsi homoskedastisitas, sehingga analisis regresi dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

4.2.4.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk melihat apakah sisa kesalahan (residual) dalam model saling berkaitan antar periode waktu. Jika residual pada satu periode berkaitan dengan periode sebelumnya, maka kondisi tersebut menunjukkan adanya autokorelasi yang dapat memengaruhi ketepatan hasil analisis regresi. Dalam penelitian ini, pengujian autokorelasi menggunakan metode Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test. Model dinyatakan tidak mengalami autokorelasi apabila nilai probabilitas pada F-statistic atau Chi-Square lebih besar dari 0,05.

Tabel 4.11 Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:
Null hypothesis: No serial correlation at up to 2 lags

F-statistic	0.158974	Prob. F(2,31)	0.8537
Obs*R-squared	0.365482	Prob. Chi-Square(2)	0.8330

Sumber : Hasil Olah Data EViews 13, 2026.

Berdasarkan Tabel 4.11, hasil pengujian lanjutan, diperoleh nilai probabilitas F-statistic sebesar 0,8537 dan nilai probabilitas Chi-Square sebesar 0,8330. Kedua nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi telah terbebas dari autokorelasi. Residual tidak menunjukkan pola tertentu antar waktu sehingga hasil pendugaan parameter regresi dapat dikatakan lebih stabil dan layak digunakan untuk pengujian hipotesis pada tahap selanjutnya.

4.2.5 Hasil Regresi Data Panel

Berdasarkan rangkaian pengujian pemilihan model yang meliputi uji Chow, uji Hausman, dan uji Lagrange Multiplier, pendekatan regresi data panel yang digunakan

dalam penelitian ini Adalah *Fixed Effect Model* (FEM). Dengan demikian, FEM dinilai mampu memberikan hasil estimasi yang lebih tepat dan dapat mewakili kondisi data penelitian secara lebih menyeluruh. Hasil perhitungan regresi data panel dengan menggunakan *Fixed Effect Model* (FEM) ditampilkan pada Tabel 4.3 Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut, maka dapat dirumuskan persamaan regresi dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 2.1634 - 0.5620 X_1 - 0.1940 X_2 + e$$

Berdasarkan hasil analisis regresi data panel tersebut dapat diketahui bahwa:

1. Konstanta sebesar 2.1634, artinya jika *Corporate social responsibility* (X_1) dan Ukuran Perusahaan (X_2) dianggap konstan (atau bernilai nol), maka nilai kinerja keuangan (Y) adalah sebesar 2.1634.
2. Koefisien regresi *Corporate social responsibility* (X_1) sebesar -0.5620 , artinya apabila *Corporate social responsibility* meningkat 1 satuan, maka kinerja keuangan akan menurun sebesar 0.5620 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Koefisien regresi Ukuran Perusahaan (X_2) sebesar -0.1940 , artinya apabila Ukuran Perusahaan meningkat 1 satuan, maka kinerja keuangan akan menurun sebesar 0.1940 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.

4.2.6 Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab apakah *Corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap

kinerja keuangan perusahaan Tekstil yang terdaftar di bursa efek Indonesia dalam periode 2022-2024.

- Hipotesis 1: Pengaruh *Corporate social responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan.

Berdasarkan Tabel Coefficients, nilai koefisien beta (β_1) untuk variabel *Corporate social responsibility* (X_1) sebesar -0.5620 . Nilai beta tersebut menunjukkan bahwa $\beta_1 \neq 0$, yang berarti bahwa secara statistik *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Dengan demikian, H_{a1} diterima dan H_0 ditolak, artinya *Corporate social responsibility* memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan Tekstil yang terdaftar di bursa efek Indonesia dalam periode 2022-2024.

- Hipotesis 2: Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan.

Nilai koefisien beta (β_2) untuk variabel Ukuran Perusahaan (X_2) adalah -0.1940 . Nilai beta tersebut menunjukkan bahwa $\beta_2 \neq 0$. Dengan demikian, H_{a2} diterima dan H_0 ditolak, artinya Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan Tekstil yang terdaftar di bursa efek Indonesia dalam periode 2022-2024.

- Hipotesis 3: Pengaruh *Corporate social responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan.

Berdasarkan hasil uji *coefficients*, nilai koefisien beta (β_1) untuk variabel *Corporate social responsibility* (X_1) sebesar -0.5620 dan nilai koefisien beta (β_2)

untuk variabel *ukuran perusahaan* (X_2) adalah -0.1940. Nilai beta tersebut menunjukkan bahwa $\beta_1 \neq 0$ dan $\beta_2 \neq 0$, yang berarti bahwa *Corporate social responsibility* dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Dengan demikian, H_{a3} diterima dan H_0 ditolak, artinya *Corporate social responsibility* dan Ukuran Perusahaan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan Tekstil yang terdaftar di bursa efek Indonesia dalam periode 2022-2024.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh *Corporate social responsibility* dan Ukuran Perusahaan secara Bersama-sama secara Bersama-sama terhadap Kinerja Keuangan

Berdasarkan hasil uji *coefficients*, diperoleh nilai koefisien beta (β_1) untuk variabel *Corporate social responsibility* (CSR) sebesar - 0.5620 dan nilai koefisien beta (β_2) untuk variabel ukuran perusahaan sebesar -0.1940. Nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa $\beta_1 \neq 0$ dan $\beta_2 \neq 0$, sehingga kedua variabel independen tidak bernilai nol. Selanjutnya, nilai tersebut dimasukkan ke dalam kriteria pengambilan keputusan hipotesis. Dengan demikian, H_{a3} diterima dan H_0 ditolak, yang berarti bahwa *Corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaansubsektor tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2022–2024.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori stakeholder yang dikemukakan oleh Freeman (1984) dalam bukunya *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, serta legitimacy theory yang dijelaskan oleh Suchman (1995) dalam artikel *Managing*

Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches, yang menyatakan bahwa aktivitas *Corporate social responsibility* serta karakteristik perusahaan, termasuk ukuran perusahaan, dapat memengaruhi kinerja keuangan melalui kepercayaan pemangku kepentingan dan efisiensi pengelolaan sumber daya. Dalam temuan ini juga didukung oleh penelitian Saputra (2022) yang menyatakan bahwa pelaksanaan *Corporate social responsibility* dapat memengaruhi kinerja keuangan perusahaan karena aktivitas *Corporate social responsibility* mampu membangun kepercayaan pemangku kepentingan serta memperkuat citra perusahaan. Selain itu, temuan ini juga didukung oleh penelitian Mahendra dan Arif (2024) yang menjelaskan bahwa ukuran perusahaan yang diukur melalui total aset berkaitan dengan kinerja keuangan, karena perusahaan dengan ukuran yang lebih besar umumnya memiliki sumber daya dan kemampuan yang lebih baik dalam menjalankan aktivitas usahanya. Penelitian Lathifah dan Nasution (2025) juga menyebutkan bahwa perusahaan dengan ukuran lebih besar cenderung memiliki kondisi keuangan yang lebih baik dibandingkan perusahaan kecil. Dengan demikian, dana *Corporate social responsibility* yang dikeluarkan serta besarnya ukuran perusahaan dapat menjadi faktor yang memengaruhi kinerja keuangan perusahaan tekstil.

4.3.2 Pengaruh *Corporate social responsibility* terhadap Kinerja Keuangan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama, *Corporate social responsibility* terbukti memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaansubsektor tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024. Nilai koefisien beta CSR sebesar -0.5620 menunjukkan bahwa besarnya dana *Corporate social responsibility*

yang dikeluarkan perusahaan berkaitan dengan perubahan kinerja keuangan perusahaan. Hasil pengujian ini mengindikasikan bahwa pengeluaran *Corporate social responsibility* berperan dalam memengaruhi kondisi keuangan perusahaan, khususnya dalam jangka pendek, sehingga H_{a1} diterima dan H_0 ditolak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Saputra (2022) dalam jurnalnya Pengaruh *Corporate social responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Subsubsektor Tekstil Dan Garmen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia, yang menyatakan bahwa *Corporate social responsibility* yang diukur berdasarkan besarnya biaya *Corporate social responsibility* memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa pengeluaran dana *Corporate social responsibility* dapat meningkatkan citra dan penerimaan perusahaan di mata masyarakat, namun di sisi lain juga menambah beban biaya perusahaan. Kondisi ini menyebabkan dampak *Corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan tidak selalu bersifat positif, terutama apabila pengelolaan dana *Corporate social responsibility* belum dilakukan secara optimal. Temuan tersebut mendukung hasil penelitian ini bahwa besarnya dana *Corporate social responsibility* yang dikeluarkan perusahaan perlu disesuaikan dengan kondisi keuangan agar tetap mendukung kinerja perusahaan.

4.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua, ukuran perusahaan terbukti memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaansubsektor tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024. Nilai koefisien beta (β_2) sebesar

-0.1940 menunjukkan bahwa β_2 tidak sama dengan nol ($\beta_2 \neq 0$), sehingga H_{a_2} diterima dan H_0 ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa besar kecilnya perusahaan, yang diukur melalui total aset, berkaitan dengan perubahan kinerja keuangan perusahaan selama periode penelitian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Mahendra & Arif (2024) dalam jurnal Pengaruh *Corporate social responsibility*, Kinerja Lingkungan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Terhadap Perusahaan Consumer Non-Cyclicals Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2020 – 2022, yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa perusahaan dengan aset yang lebih besar cenderung memiliki beban biaya yang lebih tinggi, sehingga dapat memengaruhi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Temuan tersebut mendukung hasil penelitian ini bahwa ukuran perusahaan menjadi salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam menilai kinerja keuangan perusahaan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. *Corporate social responsibility* (CSR) dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja keuangan Perusahaan subsektor tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2022–2024. Hal ini tercermin dari hasil pengujian hipotesis pertama, di mana kedua variabel independen memiliki nilai koefisien beta yang tidak sama dengan nol dan secara simultan memengaruhi variabel dependen. Temuan ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan dan ukuran perusahaan memiliki peran dalam menjelaskan kinerja keuangan perusahaan.
2. *Corporate social responsibility* (CSR) secara parsial berpengaruh terhadap kinerja keuangan Perusahaan subsektor tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2022–2024. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien beta CSR yang bernilai tidak sama dengan nol. Temuan ini mengindikasikan bahwa aktivitas dan pengeluaran CSR yang dilakukan perusahaan memiliki keterkaitan dengan perubahan kinerja keuangan perusahaan.
3. Ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan subsektor tekstil. Hal ini menunjukkan bahwa besar kecilnya perusahaan, yang diukur melalui total aset, berkaitan dengan kemampuan

perusahaan dalam menghasilkan laba, karena perusahaan dengan ukuran lebih besar cenderung memiliki sumber daya dan kapasitas yang lebih baik dalam menjalankan operasionalnya.

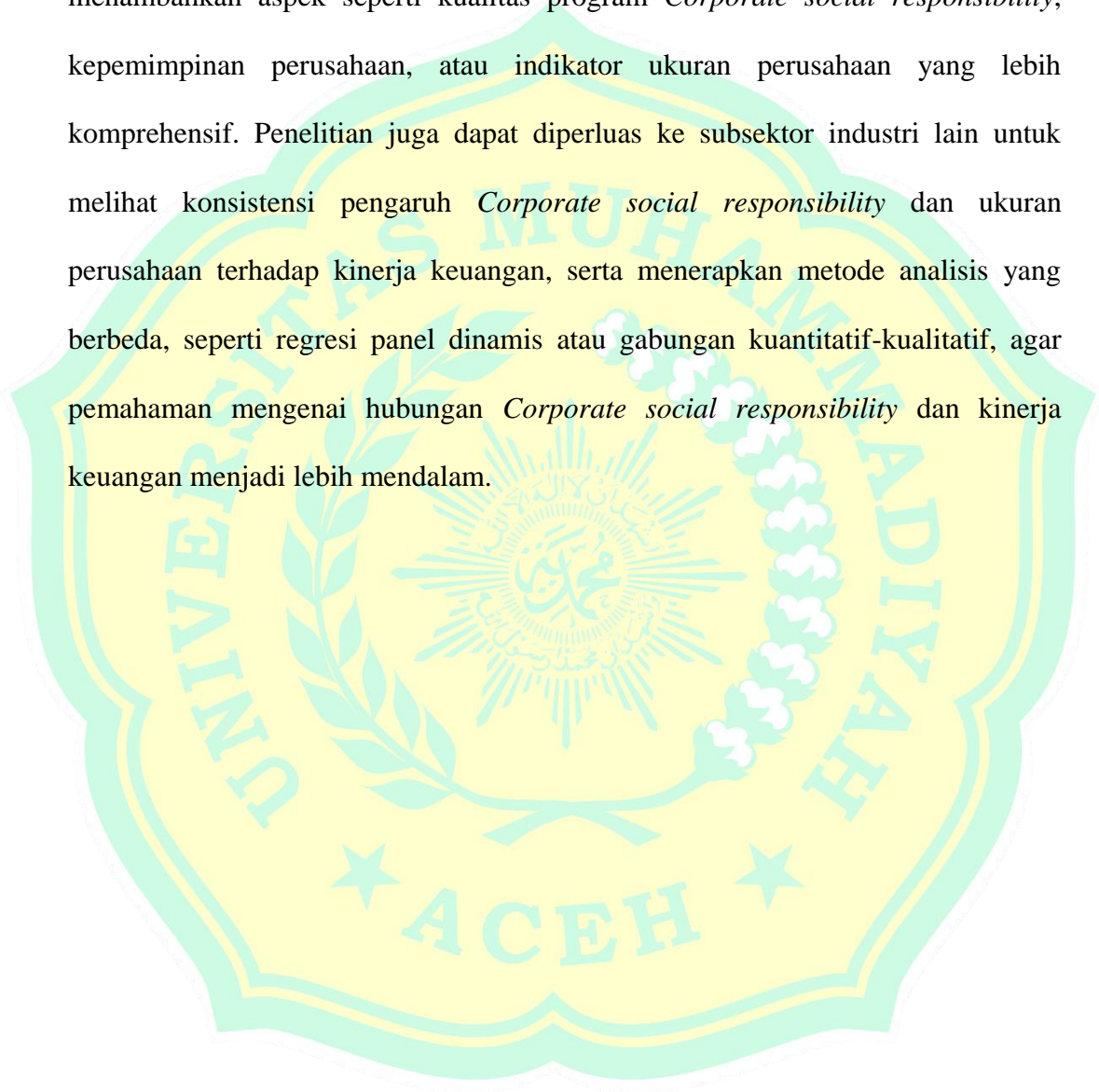
5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *Corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan subsektor tekstil, saran diberikan untuk beberapa pihak:

1. Bagi Manajemen Perusahaan : Perusahaan subsektor tekstil disarankan untuk meningkatkan kualitas dan konsistensi pelaksanaan program *Corporate social responsibility* (CSR) agar manfaatnya tidak hanya dirasakan oleh masyarakat dan lingkungan, tetapi juga berdampak positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Manajemen perlu memastikan bahwa alokasi dana CSR digunakan secara efektif dan selaras dengan strategi bisnis perusahaan. Selain itu, pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan yang dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia perlu dilakukan secara lebih lengkap dan sistematis guna meningkatkan transparansi serta kepercayaan investor.
2. Bagi Pemegang Saham dan Investor : Pemegang saham dan investor sebaiknya memperhatikan bagaimana perusahaan mengelola *Corporate social responsibility* karena hal ini dapat memengaruhi citra perusahaan dan potensi keuntungan jangka panjang. Selain itu, menilai jumlah aset dan besarnya operasi perusahaan penting sebagai indikator kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, serta

melakukan pemantauan rutin terhadap laporan keuangan untuk mengevaluasi dampak strategi CSR dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan.

3. Peneliti selanjutnya dianjurkan untuk mengembangkan variabel penelitian dengan menambahkan aspek seperti kualitas program *Corporate social responsibility*, kepemimpinan perusahaan, atau indikator ukuran perusahaan yang lebih komprehensif. Penelitian juga dapat diperluas ke subsektor industri lain untuk melihat konsistensi pengaruh *Corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan, serta menerapkan metode analisis yang berbeda, seperti regresi panel dinamis atau gabungan kuantitatif-kualitatif, agar pemahaman mengenai hubungan *Corporate social responsibility* dan kinerja keuangan menjadi lebih mendalam.



DAFTAR PUSTAKA

- Afridayani, & Putren, I. (2025). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan. *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS*, 10(1), 117–130.
<https://doi.org/10.57235/mantap.v2i2.3552>
- Dwi Damayanti, P. M., & Septiyanti, R. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Good Corporate Governance (GCG), dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di BEI. *E-Journal Field of Economics, Business and Entrepreneurship*, 1(1), 71–83. <https://doi.org/10.23960/efebe.v1i1.19>
- Februari, E., Murtaib, A., Aristi, M. D., Samsiah, S., & Murtaib, A. (2025). *PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, UKURAN PERUSAHAAN DAN KINERJA LINGKUNGAN TERHADAP KINERJA*. 11(1), 1–21.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge University Press.
<https://www.cambridge.org/sc/universitypress/subjects/management/business-ethics/strategic-management-stakeholder-approach>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Universitas Diponegoro.
- Harrison, J. S., & Wicks, A. C. (2013). *Stakeholder Theory, Value, and Firm Performance*. 1(1), 97–124.
- Hendrawan, I. M. D., & Handayani, N. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Struktur Modal Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(12), 1–17.
- Huda, N., & Pratiwi, A. (2024). *PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PENDAHULUAN Perkembangan bisnis yang semakin moderen juga ilmu pengetahuan dan teknologi yang ditandai dengan adan*. 5(2).
- Juliyanti, D. R., Koto, A., Arlita, R., Jl, A., Malik, A., Gading, K. M., & Kota, C. (2025). *Corporate Social Responsibility and Kinerja Keuangan Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup . mendorong perusahaan mengenai pengelolaan lingkungan hidup melalui instrument infformasi masyarakat melalui transaksi di pasar primer maupun di pasar sekunder . Indonesia termasuk*. 27–44.
- Laila, F. Z., & Rahayu, Y. (2019). *l Ilmu dan Riset Akuntansi e-ISSN: 2461-0585 PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN Fitria*.
- Lathifah, A., & Nasution, Y. (2025). *PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG), CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)*

- DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Consumer Non-Cyclicals Yang Terdaftar di BEI Pada Tahun 2018-2022). *Jurnal Manajemen USNI*, 10(1), 43–45.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbe.co.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Mahendra, M. T., & Arif, A. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Kinerja Lingkungan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Terhadap Perusahaan Consumer Non-Cyclicals Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2020-2022. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(22), 809–825.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.14576310>
- Natalia, N., & Silaban, A. (2024). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA PERUSAHAAN FARMASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (Pada Tahun 2017-2020). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 4(5). <https://doi.org/10.24903/obor.v3i1.1204>
- Noor, A. I., & Srimindarti, C. (2022). Dampak Implementasi CSR dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Infrastruktur. *AKTSAR: Jurnal Akuntansi Syariah*, 5(1), 88.
<https://doi.org/10.21043/aktsar.v5i1.15682>
- Nur, F., Kristian, M., Gulo, P., Salsabilla, E., & Yani, F. (2025). Analisis Kinerja Keuangan Pada PT . Gudang Garam TBK Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2020-2024. 03(02), 174–184.
- Pande, K., Septiani, R., & Wahyuni, M. A. (2023). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY , UKURAN PERUSAHAAN , DAN SOLVABILITAS TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2018-2021. 12(2), 65–73.
- Purwanto, N. P. (2024). *Masa depan industri tekstil indonesia*. XVI(14).
- Rahayu, E. P. R., & Sumarta, N. H. (2025). Pengaruh Pengungkapan dan Biaya Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur (Studi Empiris pada Perusahaan Sub Sektor Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023). *Indonesian Journal of Economics, Management, and Accounting*, 2(6), 1906–1914. <https://jurnal.intekom.id/index.php/ijema>
- Saputra, R. (2022). Pengaruh CSR terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Tekstil dan Garmen di BEI. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 10(2), 40–48.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Trian Fisman Adisaputra, Suherwin, Nurarsy, M., Mariska, L., Syam, S., Azzahra, A., Huda, N., & Agriyaningsih, P. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *BALANCA : Jurnal*

Ekonomi Dan Bisnis Islam, 5(2), 63–73.

<https://doi.org/10.35905/balanca.v5i2.5318>

Wiandani, H. D. (2024). *Hanstiene Dwiaz Wiandani 1 Universitas Terbuka 1. 1(1)*, 51–63.

Wulansari, R., Djuanta, K., & Kurnaeli. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan pada PT. Indocement Tungal Prakarsa Tbk. Jakarta. *Jurnal Wahana Akuntansi*, 06(01), 001–010.



Lampiran 1. Daftar Perusahaan Subsektor Tekstil Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2022-2024 Yang Menjadi Populasi Penelitian

No	Kode	Nama Perusahaan	Tanggal Berdiri	Tanggal IPO
1.	ARGO	PT Argo Pantas Tbk	12-07-1977	07-01-1991
2.	BELL	PT Trisula Tekstile Industries Tbk	11-01-1971	03-10-2017
3.	CNTX	PT Century Tekstile Industry Tbk	22-05-1970	22-05-1979
4.	ERTX	PT Eratex Djaja Tbk	12-10-1972	21-08-1990
5.	ESTI	PT Ever Shine Tekstile Industry Tbk	11-12-1973	13-10-1992
6.	HDTX	PT Pansia Indo Resources Tbk	06-04-1973	06-06-1990
7.	INDR	PT Indo-Rama Synthetics Tbk	03-04-1974	03-08-1990
8.	INOV	PT Inocycle Technology Group Tbk	17-07-2001	10-07-2019
9.	MYTX	PT Asia Pacific Investama Tbk	10-02-1987	10-10-1989
10.	PBRX	PT Pan Brothers Tbk	21-08-1980	16-08-1990
11.	POLU	PT Golden Flower Tbk	28-02-2019	26-06-2019
12.	POLY	PT Asia Pacific Fibers Tbk	15-02-1984	12-03-1991
13.	RICY	PT Ricky Putra Globalindo Tbk (2024?)	22-12-1987	12-01-1998
14.	SBAT	PT Sejahtera Bintang Abadi Tekstile Tbk	17-07-2003	08-04-2020
15.	SRIL	PT Sri Rejeki Isman Tbk	22-05-1978	17-06-2013
16.	SSTM	PT Sunson Tekstile Manufacturer Tbk	18-11-1972	20-08-1997
17.	STAR	PT Buana Artha Anugerah Tbk	19-05-2008	13-07-2011
18.	TFCO	PT Tifico Fiber Indonesia Tbk	25-10-1973	26-02-1980
19.	TRIS	PT Trisula International Tbk	13-12-2004	28-06-2012
20.	UCID	PT Uni-Charm Indonesia Tbk	05-06-1997	20-12-2019
21.	ZONE	PT Mega Perintis Tbk	21-10-2005	12-12-2018

**Lampiran 2. Data Operasional Variabel Penelitian Perusahaan Subsektor Tekstil
Periode 2022-2024**

No	Kode PT	Tahun	Data			Variabel		
			Laba bersih setelah pajak (LBSP)	Total Aset (TA)	Dana CSR (DCSR)	Kinerja Keuangan	CSR	Ukuran Perusahaan
						LBSP / TA	TDCSR/LBSP	Log Aset
			(Per 31 Des)			Y	X1	X2
			(Dalam Rupiah)			(Rasio)	(Rasio)	(Rasio)
1	BELL	2022	Rp 4,462,174,046	Rp 525,780,962,665	Rp 966,793,794	0.0085	0.2167	11.7208
		2023	Rp 11,472,790,689	Rp 530,041,342,956	Rp 21,345,600	0.0216	0.0019	11.7243
		2024	Rp 11,535,362,450	Rp 530,041,342,956	Rp 512,540,000	0.0218	0.0444	11.7243
2	CNTX	2022	Rp 155,116,700	Rp 4,144,029,800	Rp 20,025,000	0.0374	0.1291	9.6174
		2023	Rp 404,253,700	Rp 3,315,875,700	Rp 17,110,000	0.1219	0.0423	9.5206
		2024	Rp 478,323,800	Rp 2,932,736,200	Rp 15,025,000	0.1631	0.0314	9.4673
3	ESTI	2022	Rp 16,746,280	Rp 48,714,670	Rp 2,000,000	0.3438	0.1194	7.6877
		2023	Rp 13,034,100	Rp 48,714,670	Rp 2,100,000	0.2676	0.1611	7.6877
		2024	Rp 16,631,900	Rp 47,190,269	Rp 2,000,000	0.3524	0.1203	7.6739
4	INDR	2022	Rp 42,534,663	Rp 869,800,216	Rp 5,950,000	0.0489	0.1399	8.9394
		2023	Rp 40,810,864	Rp 821,100,204	Rp 9,260,000	0.0497	0.2269	8.9144
		2024	Rp 18,803,521	Rp 777,594,299	Rp 3,660,000	0.0242	0.1946	8.8908
5	MYTX	2022	Rp 14,536,000,000	Rp 41,028,960,000	Rp 116,250,000	0.3543	0.0080	10.6131
		2023	Rp 3,505,550,000	Rp 372,850,000,000	Rp 182,000,000	0.0094	0.0519	11.5715
		2024	Rp 864,180,000	Rp 33,032,980,000	Rp 206,000,000	0.0262	0.2384	10.5189
6	PBRX	2022	Rp 2,336,379,000	Rp 72,464,509,900	Rp 70,600,000	0.0322	0.0302	10.8601
		2023	Rp 4,336,274,000	Rp 69,676,662,900	Rp 25,800,000	0.0622	0.0059	10.8431
		2024	Rp 4,559,877,330	Rp 25,760,859,500	Rp 43,953,000	0.1770	0.0096	10.4110
7	POLU	2022	Rp 6,264,038,341	Rp 209,337,963,370	Rp 38,000,000	0.0299	0.0061	11.3208
		2023	Rp 14,967,102,605	Rp 190,163,052,910	Rp 36,000,000	0.0787	0.0024	11.2791
		2024	Rp 1,316,347,210	Rp 204,681,517,169	Rp 41,000,000	0.0064	0.0311	11.3111
8	POLY	2022	Rp 123,137,790	Rp 2,280,764,780	Rp 16,599,200	0.0540	0.1348	9.3581
		2023	Rp 112,134,070	Rp 2,112,155,670	Rp 20,564,300	0.0531	0.1834	9.3247
		2024	Rp 48,500,634	Rp 1,117,260,430	Rp 1,789,600	0.0434	0.0369	9.0482
9	RICY	2022	Rp 68,546,889,467	Rp 1,639,882,069,759	Rp 1,226,523,200	0.0418	0.0179	12.2148
		2023	Rp 60,669,854,764	Rp 1,547,052,331,875	Rp 885,341,000	0.0392	0.0146	12.1895
		2024	Rp 116,479,337,774	Rp 1,479,209,393,792	Rp 880,567,000	0.0787	0.0076	12.1700
10	TFCO	2022	Rp 3,415,772,000	Rp 33,410,230,700	Rp 431,152,000	0.1022	0.1262	10.5239
		2023	Rp 3,297,472,000	Rp 33,537,939,900	Rp 544,718,000	0.0983	0.1652	10.5255
		2024	Rp 2,941,385,000	Rp 33,713,027,200	Rp 569,910,000	0.0872	0.1938	10.5278
11	UCID	2022	Rp 3,136,480,000	Rp 83,825,380,000	Rp 219,049,397	0.0374	0.0698	10.9234
		2023	Rp 4,345,320,000	Rp 80,487,854,000	Rp 142,068,400	0.0540	0.0327	10.9057
		2024	Rp 3,504,410,000	Rp 80,658,345,000	Rp 467,000,000	0.0434	0.1333	10.9066
12	ZONE	2022	Rp 72,940,513,980	Rp 651,781,230,000	Rp 85,025,000	0.1119	0.0012	11.8141
		2023	Rp 46,972,766,472	Rp 752,956,580,142	Rp 143,000,000	0.0624	0.0030	11.8768
		2024	Rp 7,044,347,423	Rp 748,744,072,128	Rp 182,000,000	0.0094	0.0258	11.8743