

The Effects of Stakeholder Engagement and Corporate Social Responsibility on Financial Performance of Manufacturing Companies in the Basic and Chemical Industry Sub-Sector Listed on the IDX for the 2019–2023 Period

Pengaruh Stakeholder Engagement dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Sub-Sektor Industri Dasar dan Kimia di BEI Periode 2019–2023

Daffa Haidar Mulya¹, Anita Wijayanti²

Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

¹haidar.mulya16@gmail.com, ²anita@ub.ac.id

Abstract

This quantitative study aims to analyze the effects of stakeholder engagement and Corporate Social Responsibility (CSR) on the financial performance of manufacturing companies in the basic and chemical industry sub-sector listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2019–2023 period. The population consists of manufacturing companies in the basic and chemical industry sub-sector, with a sample of 30 companies selected using a purposive sampling technique. The study uses secondary data obtained from annual reports and sustainability reports available on the official website of the Indonesia Stock Exchange and were analyzed using panel data regression with the Random Effect Model (REM). The findings show that stakeholder engagement has a positive and significant effect on financial performance, while CSR has a significant negative effect on financial performance. These findings indicate that stakeholder engagement improves financial performance, whereas CSR may place short-term pressure on financial outcomes. Therefore, companies need to manage both aspects optimally to support financial performance.
Keywords: Stakeholder Engagement, Corporate Social Responsibility, Financial Performance, ROA, Manufacturing Companies.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Stakeholder Engagement* dan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur sub-sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019–2023. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi data panel. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan yang tersedia di situs resmi Bursa Efek Indonesia. Sampel penelitian mencakup 30 perusahaan manufaktur sub-sektor industri dasar dan kimia selama periode penelitian. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Model estimasi yang digunakan berdasarkan uji pemilihan model adalah *Random Effect Model* (REM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa stakeholder engagement memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan, lalu corporate social responsibility (CSR) memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan dengan arah negatif terhadap kinerja keuangan, stakeholder engagement dan corporate social responsibility (CSR) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Temuan ini menunjukkan pentingnya mengoptimalkan strategi keterlibatan pemangku kepentingan dan pelaksanaan CSR guna meningkatkan kinerja keuangan.
Kata Kunci: Stakeholder Engagement, Corporate Social Responsibility, Kinerja Keuangan, ROA, Perusahaan Manufaktur.

1. Pendahuluan

Perusahaan pada sektor manufaktur memiliki kontribusi strategis dalam struktur perekonomian nasional. Hal ini tercermin dari kemampuannya dalam menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat, menciptakan nilai tambah melalui proses produksi, serta berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan

pertumbuhan ekonomi nasional. Dalam beberapa tahun belakangan, lanskap industri manufaktur mengalami transformasi yang kian rumit dan dinamis. Perusahaan manufaktur, terutama yang beroperasi di sektor dasar dan kimia, menghadapi tekanan yang lebih besar untuk menerapkan prinsip keberlanjutan (*sustainability*). Ini karena penggunaan sumber daya yang intensif dan kemungkinan dampak negatifnya terhadap lingkungan. Tekanan ini tidak hanya datang dari pemerintah melalui regulasi, tetapi juga dari investor, pelanggan, masyarakat, hingga lembaga internasional yang mensyaratkan transparansi dan akuntabilitas yang lebih tinggi (Kujala et al., 2022).

Perhatian terhadap aspek non-keuangan, khususnya *Stakeholder Engagement* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, semakin penting dalam mewujudkan keberlanjutan perusahaan. *Stakeholder Engagement* mencerminkan keterlibatan perusahaan dalam mengelola hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti karyawan, pelanggan, investor, pemerintah, dan masyarakat (Freeman, 1984). Sementara itu, CSR merupakan komitmen perusahaan untuk memberikan dampak positif pada aspek sosial, lingkungan, dan ekonomi melalui program yang sejalan dengan strategi bisnis jangka panjang (Lutfirrahman et al., 2024).

Secara regulatif, pelaksanaan CSR diwajibkan bagi perusahaan yang berkaitan dengan pemanfaatan sumber daya alam sebagaimana diatur dalam Pasal 74 Ayat 1 Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Undang-Undang Republik Indonesia, 2007). Selain itu, GRI (2016) menegaskan pentingnya pemahaman terhadap stakeholder sebagai dasar pelaksanaan dan pengungkapan CSR. Penelitian menunjukkan bahwa stakeholder berperan penting dalam membangun reputasi dan kinerja perusahaan (Swat et al., 2015), meskipun fokus berlebihan pada satu kelompok dapat berdampak negatif terhadap reputasi perusahaan (Lindgreen et al., 2009).

Penelitian ini berfokus pada perusahaan manufaktur subsektor industri dasar dan kimia karena karakteristik operasionalnya yang intensif sumber daya dan memiliki dampak lingkungan yang besar. Kondisi tersebut menempatkan perusahaan pada tekanan yang tinggi untuk menerapkan praktik keberlanjutan melalui keterlibatan stakeholder dan CSR. Tantangan tersebut semakin kompleks selama pandemi Covid-19 yang menyebabkan gangguan rantai pasok, penurunan permintaan, serta penurunan profitabilitas perusahaan (Syafitri & Khalifaturofi'ah, 2023; Yusuf et al., 2024). Namun, dampak pandemi tidak dirasakan secara merata pada setiap subsektor manufaktur (Utami, 2022).

Kinerja perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan *Return on Assets (ROA)*, yaitu rasio profitabilitas yang menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dimiliki (Van Horne & Wachowicz, 2009; Brigham & Houston, 2019). ROA banyak digunakan karena mampu menggambarkan efektivitas perusahaan dalam mengelola aset untuk menghasilkan keuntungan.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa *stakeholder engagement* dan CSR dapat meningkatkan reputasi, legitimasi, dukungan stakeholder, serta kinerja perusahaan (Rowley & Berman, 2000; Mishra & Suar, 2010; Swat et al., 2015). Namun, hasil penelitian masih menunjukkan ketidakkonsistenan. Beberapa studi menemukan pengaruh positif yang signifikan (Kujala et al., 2022), sementara penelitian lain menunjukkan pengaruh yang lemah karena praktik keterlibatan stakeholder dan CSR sering kali bersifat formalitas (Nurhasanah & Afriyenti, 2024).

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan menguji *Stakeholder Engagement* dan CSR secara simultan pada perusahaan manufaktur subsektor industri dasar dan kimia di Indonesia menggunakan data longitudinal periode 2019–2023. Selain itu, penelitian memadukan *Upper Echelon Theory*, *Stakeholder Theory*, dan *Resource-Based View* (RBV) untuk menjelaskan bagaimana hubungan dengan stakeholder dan aktivitas sosial dapat menjadi sumber daya tidak berwujud yang bernilai strategis bagi perusahaan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis, praktis, dan akademis dengan mempertimbangkan berbagai elemen tersebut. Dari perspektif teoretis, penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur tentang keberlanjutan, khususnya berkaitan dengan perusahaan manufaktur dalam subsektor industri dasar dan kimia. Secara praktis, temuan penelitian ini diharapkan dapat membantu bisnis dalam mengoptimalkan keterlibatan stakeholder dan pelaksanaan CSR, yang akan meningkatkan kinerja dan legitimasi perusahaan. Dari perspektif akademis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan untuk penelitian yang akan datang tentang masalah ini. Penelitian dengan judul **“Pengaruh *Stakeholder Engagement* dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur subsektor Industri Dasar dan Kimia Periode 2019– 2023”** dirancang oleh penulis berdasarkan latar belakang tersebut.

2. Metode

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berlandaskan paradigma positivisme dan memanfaatkan data numerik yang dianalisis secara statistik. Menurut Fadilla et al. (2022), pendekatan kuantitatif memungkinkan pengukuran variabel secara objektif, sistematis, empiris, dan terukur untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat serta menghasilkan temuan yang dapat digeneralisasikan.

Penelitian diarahkan untuk menganalisis pengaruh *Stakeholder Engagement* dan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai variabel independen terhadap kinerja perusahaan sebagai variabel dependen. Melalui pengukuran yang objektif dan analisis statistik, penelitian diharapkan menghasilkan bukti empiris yang valid dan reliabel pada perusahaan manufaktur subsektor industri dasar dan kimia.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian mencakup seluruh perusahaan manufaktur subsektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019–2023. Menurut Fadilla et al. (2022), populasi merupakan keseluruhan objek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi dasar generalisasi hasil penelitian.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* karena hanya perusahaan yang memenuhi kriteria tertentu yang dipilih (Fadilla et al., 2022). Kriteria tersebut meliputi: perusahaan yang terdaftar secara konsisten di BEI selama 2019–2023, tidak mengalami *delisting*, serta menerbitkan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan yang mengungkapkan informasi CSR berdasarkan standar GRI.

Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 30 perusahaan sebagai sampel penelitian. Dengan periode observasi lima tahun (2019–2023), total observasi yang digunakan sebanyak 150 data.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) perusahaan manufaktur subsektor industri dasar dan kimia. Menurut Fadilla et al. (2022), data sekunder banyak digunakan dalam penelitian kuantitatif karena bersifat objektif, terdokumentasi, efisien, dan mendukung analisis statistik yang lebih luas.

Data tersebut digunakan untuk mengukur *Stakeholder Engagement*, pengungkapan CSR, dan kinerja perusahaan, serta diperoleh dari sumber resmi perusahaan dan Bursa Efek Indonesia sehingga dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data utama yang digunakan adalah studi dokumentasi dan studi pustaka. Studi dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis laporan tahunan serta laporan keberlanjutan perusahaan manufaktur subsektor industri dasar dan kimia periode 2019–2023. Menurut Fadilla et al. (2022), metode ini umum digunakan dalam penelitian kuantitatif karena memanfaatkan sumber sekunder yang mudah diverifikasi dan relevan dengan tujuan penelitian.

Selain itu, studi pustaka dilakukan melalui penelaahan buku, jurnal ilmiah, dan publikasi akademik yang berkaitan dengan *Stakeholder Engagement*, CSR, dan kinerja perusahaan. Fadilla et al. (2022) menegaskan bahwa studi pustaka berperan penting dalam memperkuat landasan teori, menyusun variabel penelitian, serta membangun kerangka konseptual dan hipotesis penelitian secara sistematis.

3. Hasil dan Pembahasan

Penyajian Hasil Pengujian Data

Analisis Statistik Deskriptif

Gambaran umum mengenai karakteristik data numerik dalam penelitian ini disajikan melalui analisis statistik deskriptif, yang merangkum berbagai ukuran seperti nilai rata-rata, median, maksimum, minimum, serta standar deviasi untuk setiap variabel yang diamati. Hasil dari pengujian ini dipaparkan sebagaimana berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	ROA	SE	CSR
Mean	3,026467	0,816000	0,881333
Median	3,095000	0,900000	0,933333
Maximum	22,00000	1,000000	1,000000
Minimum	-49,92000	0,300000	0,200000
Std. Dev.	8,142484	0,206303	0,153093
Skewness	-2,607228	-0,689465	-1,909082
Kurtosis	17,304,55	2,166256	7,463144
Jarque-Bera	1448,817	16,22862	215,6127
Probability	0,000000	0,000299	0,000000
Sum	453,9700	122,4000	132,2000
Sum Sq. Dev.	9878,708	6,341600	3,492178
Observations	150	150	150

Sumber: Output EViews 12, Data telah diolah peneliti (2026)

Merujuk pada uji statistik deskriptif yang tersaji dalam Tabel 4.2, diketahui bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki jumlah observasi atau sampel data (N) yang seragam, yakni sebanyak 150 unit, yakni kinerja keuangan (Y), stakeholder engagement (X1), corporate social responsibility (X2). Berikut ini merupakan analisis statistik deskriptif dari masing-masing variabel berdasarkan parameter yang ditampilkan sebagai berikut:

1. Kinerja Keuangan (Y)

Kinerja keuangan yang diproksikan dengan Return on Assets (ROA) mencatatkan nilai rata-rata sebesar 3,026467 dengan median 3,095000. Kedekatan antara dua nilai tersebut mengindikasikan bahwa mayoritas perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang berkonsentrasi di sekitar angka rata-rata. Nilai ROA tertinggi tercatat sebesar 22,00000, sementara nilai terendahnya mencapai - 49,92000. Rentang yang cukup lebar ini memperlihatkan adanya disparitas kinerja yang cukup tajam antar perusahaan, termasuk di antaranya perusahaan yang menanggung kerugian substansial selama periode pengamatan. Standar deviasi sebesar 8,142484 semakin mempertegas bahwa variasi profitabilitas antar perusahaan dalam sampel tergolong tinggi.

2. Stakeholder Engagement (X1)

Stakeholder Engagement memiliki nilai rata-rata sebesar 0,816000 dan median sebesar 0,900000. Angka tersebut menunjukkan bahwa secara umum perusahaan dalam sampel telah melakukan pengungkapan stakeholder engagement pada tingkat yang relatif baik. Nilai maksimum sebesar 1,000000 dan nilai minimum sebesar 0,300000 mengindikasikan adanya variasi intensitas pengungkapan yang beragam di antara perusahaan-perusahaan yang diteliti, meskipun tidak terlalu ekstrem. Standar deviasi sebesar 0,206303 mengindikasikan bahwa penyebaran data relatif rendah, sehingga tingkat keterlibatan pemangku kepentingan antar perusahaan cenderung tidak terlalu jauh berbeda.

3. Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,881333 dengan median sebesar 0,933333. Hal ini mencerminkan bahwa mayoritas perusahaan telah mengungkapkan sebagian besar indikator CSR yang menjadi acuan dalam penelitian. Nilai tertinggi CSR sebesar 1,000000 dan nilai terendah Nilai maksimum sebesar 0,200000 mengindikasikan bahwa terdapat kesenjangan dalam tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial di antara perusahaan-perusahaan yang diteliti. Meski demikian, nilai standar deviasi yang hanya mencapai 0,153093 mencerminkan bahwa distribusi data cenderung terpusat dan tidak terlalu menyebar jauh dari rata-ratanya., sehingga secara umum tingkat pengungkapan CSR dalam sampel penelitian dapat dikatakan cukup konsisten.

Model regresi Data Panel

Model regresi data panel memiliki tiga pendekatan utama, yaitu *common effect model*, *fixed effect model*, dan *random effect model*. Untuk menentukan model yang paling tepat dalam merepresentasikan data penelitian, diperlukan serangkaian pengujian, yaitu uji Chow, uji Hausman, dan uji *Lagrange Multiplier* (LM)

Tabel 2. Hasil Uji Chow

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

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	3.522497	(29,118)	0.0000
Cross-section Chi-square	93.545311	29	0.0000

Sumber: Output EViews 12, Data telah diolah peneliti (2026)

Merujuk pada hasil uji Chow yang telah dilakukan, kedua nilai probabilitas — baik *cross-section F* maupun *cross-section chi-square* — tercatat lebih kecil dari nilai alpha, yaitu $0,0000 < 0,05$. Kondisi ini mengindikasikan bahwa *fixed effect model* merupakan pilihan model regresi data panel yang paling sesuai untuk penelitian ini. Tahap pengujian kemudian dilanjutkan dengan pelaksanaan uji Hausman. .

Uji Hausman

Tabel 3. 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	0.602243	2	0.7400

Sumber: Output EViews 12, Data telah diolah peneliti (2026)

Dapat diketahui dari hasil uji Hausman di atas menunjukkan *nilai probability cross-section random* lebih besar dari alpha yakni sebesar $0,7400 > 0,05$ maka model regresi data panel terbaik dalam penelitian ini adalah *random effect model*. dengan Selanjutnya pengujian data berlanjut ke uji Lagrange Multiplier.

Uji Lagrange Multiplier

Tabel 4. 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	31.88580 (0.0000)	1.034016 (0.3092)	32.91982 (0.0000)
Honda	5.646752 (0.0000)	-1.016866 (0.8454)	3.273824 (0.0005)
King-Wu	5.646752 (0.0000)	-1.016866 (0.8454)	1.012699 (0.1556)
Standardized Honda	6.053292 (0.0000)	-0.772143 (0.7800)	-0.580638 (0.7193)
Standardized King-Wu	6.053292 (0.0000)	-0.772143 (0.7800)	-1.842514 (0.9673)
Gourieroux, et al.	--	--	31.88580 (0.0000)

Sumber: Output EViews 12, Data telah diolah peneliti (2026)

Berdasarkan output uji Lagrange Multiplier yang diperoleh, nilai Prob. Breusch-Pagan menunjukkan angka yang lebih rendah dari batas alpha, yaitu $0,0000 < 0,05$. Hasil tersebut menegaskan bahwa random effect model adalah model regresi data panel yang paling tepat digunakan dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Data Panel

Setelah melalui serangkaian proses seleksi model yang sistematis, ditetapkan bahwa random effect model menjadi model regresi data panel yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun hasil analisis regresi data panel disajikan sebagai berikut.:

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Data Panel

Dependent Variable: Y
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)
Date: 02/19/26 Time: 00:06
Sample: 2019 2023
Periods included: 5
Cross-sections included: 30
Total panel (balanced) observations: 150
Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	7.683992	4.606050	1.668239	0.0974
X1	15.30768	4.933771	3.102634	0.0023
X2	-19.45756	6.875975	-2.829789	0.0053

Effects Specification		S.D.	Rho
Cross-section random		4.825946	0.3532
Idiosyncratic random		6.531182	0.6468

Weighted Statistics			
R-squared	0.068096	Mean dependent var	1.567060
Adjusted R-squared	0.055417	S.D. dependent var	6.688014
S.E. of regression	6.500057	Sum squared resid	6210.859
F-statistic	5.370800	Durbin-Watson stat	2.158964
Prob(F-statistic)	0.005608		

Unweighted Statistics			
R-squared	0.047366	Mean dependent var	3.026467
Sum squared resid	9410.795	Durbin-Watson stat	1.424855

Sumber: Output EViews 12, Data telah diolah peneliti (2026)

Berdasarkan output estimasi yang dihasilkan dari random effect model, persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = 7,683 + 15,307 X1 + -19,457 X2$$

Berikut merupakan interpretasi persamaan regresi di atas:

- Nilai konstanta (C) yang diperoleh sebesar 7,683992 mengandung makna bahwa ketika seluruh variabel independen (X1 dan X2) diasumsikan tetap atau sama dengan nol, variabel dependen (Y) akan berada pada angka 7,683992. Nilai ini mencerminkan besaran awal variabel dependen yang terbentuk secara independen, tanpa kontribusi apapun dari variabel-variabel prediktor dalam model.
- Nilai Koefisien beta variabel stakeholder engagement (X1) sebesar 15,30768. Koefisien ini bernilai positif, yang berarti setiap kenaikan 1% pada variabel X1 akan meningkatkan nilai variabel Y sebesar 15,30768, dengan asumsi variabel lain tetap.

Begitu juga sebaliknya, apabila terjadi penurunan 1%, maka potensi kecurangan juga akan menurun sebesar 15,30768.

- c. Nilai Koefisien beta variabel corporate social responsibility (X2) sebesar -19,45756. Koefisien ini bernilai negatif, yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% pada variabel X2 akan menurunkan nilai variabel Y sebesar 19,45756, dengan asumsi variabel lain tetap. Begitu juga sebaliknya, apabila terjadi penurunan 1%, maka potensi kecurangan juga akan menurun sebesar 19,45756.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji- t)

Tabel 6. Hasil Uji T

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	7.683992	4.606050	1.668239	0.0974
X1	15.30768	4.933771	3.102634	0.0023
X2	-19.45756	6.875975	-2.829789	0.0053

Effects Specification		S.D.	Rho
Cross-section random		4.825946	0.3532
Idiosyncratic random		6.531182	0.6468

Sumber: Output EViews 12, Data telah diolah peneliti (2026)

Berdasarkan hasil uji-t yang ditampilkan pada tabel di atas, interpretasi pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Hipotesis pertama (H1) pengaruh *stakeholder engagement* terhadap kinerja perusahaan menghasilkan nilai probabilitas sebesar $0,0023 < 0,05$ dengan nilai *t-statistic* sebesar $3,102634 > t-table$ yaitu 2,048407 dan nilai Coefficient sebesar 15,30768. Temuan ini membuktikan adanya pengaruh yang positif sekaligus signifikan dari stakeholder engagement terhadap kinerja keuangan, sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini dinyatakan terdukung secara empiris (H1 diterima).
- b. Hipotesis kedua (H2) pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja perusahaan menghasilkan nilai probabilitas sebesar $0,0053 < 0,05$ dengan nilai *t-statistic* sebesar $2,829789 > t-table$ yaitu 2,048407 dan nilai Coefficient sebesar -19,45756. Temuan ini mempertegas bahwa corporate social responsibility berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, namun dengan arah negatif. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan tidak dapat diterima. (H2 ditolak).

Uji Koefisiensi Determinasi (R²)

Tabel 7. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R²)

Weighted Statistics			
R-squared	0.068096	Mean dependent var	1.567060
Adjusted R-squared	0.055417	S.D. dependent var	6.688014
S.E. of regression	6.500057	Sum squared resid	6210.859
F-statistic	5.370800	Durbin-Watson stat	2.158964
Prob(F-statistic)	0.005608		
Unweighted Statistics			
R-squared	0.047366	Mean dependent var	3.026467
Sum squared resid	9410.795	Durbin-Watson stat	1.424855

Sumber: Output EViews 12, Data telah diolah peneliti (2026)

Berdasarkan hasil uji r-squared yang ditampilkan pada tabel di atas, diperoleh nilai *adjusted r-squared* sebesar 0,055417 atau 5,5%. Nilai tersebut menunjukkan variabel independen yaitu stakeholder engagement dan corporate social responsibility mampu menjelaskan potensi kecurangan keuangan sebesar 5,5%. Sedangkan 94,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

Peneliti hanya memakai dua uji asumsi klasik yaitu uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

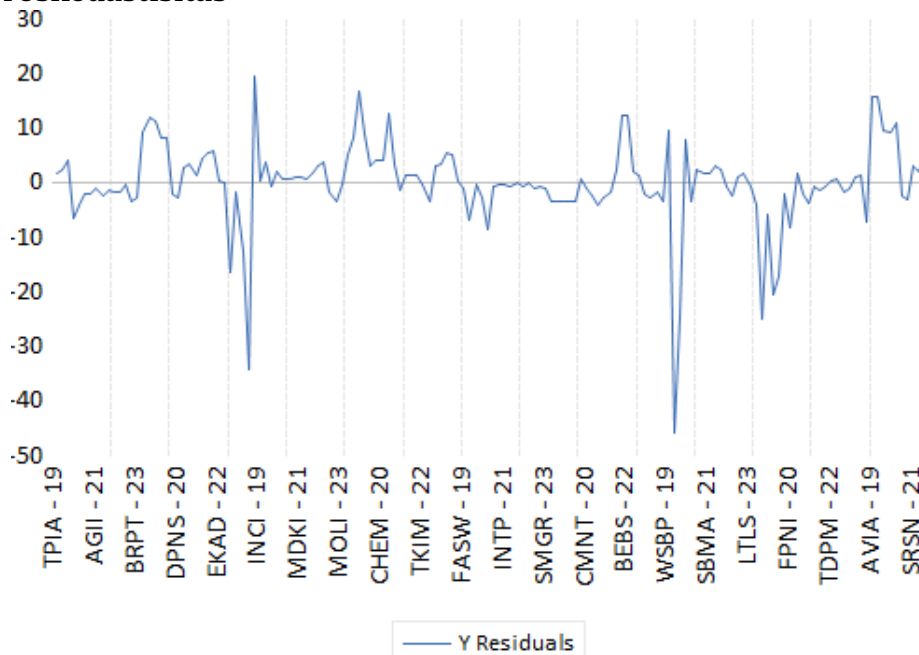
Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

	X1	X2
X1	1,000000	0,750425
X2	0,750425	1,000000

Sumber: Output EViews 12, Data telah diolah peneliti (2026)

Uji Multikolinearitas yang telah dilakukan menghasilkan nilai korelasi antara X1 dan X2 sebesar 0,750425, angka ini masih berada di bawah batas toleransi 0,80, sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak ditemukan gejala multikolinearitas di antara variabel independen yang digunakan.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Output EViews 12, Data telah diolah peneliti (2026)

Hasil uji heteroskedastisitas yang divisualisasikan melalui grafik residual (ditandai warna biru) memperlihatkan bahwa seluruh titik residual masih berada dalam rentang batas toleransi (500 dan -500), yang mengindikasikan keseragaman varian residual. Dengan demikian, model dinyatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas, atau dengan kata lain, berhasil lolos uji heteroskedastisitas. (Napitupulu et al., 2021: 143).

Pembahasan

Pengaruh Stakeholder Engagement terhadap Kinerja Keuangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Stakeholder Engagement berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Artinya, semakin tinggi tingkat keterlibatan perusahaan dalam mengelola hubungan dengan para pemangku kepentingan, maka semakin baik pula kinerja keuangan yang dihasilkan. Temuan ini sejalan dengan kerangka Stakeholder Theory (Freeman, 1984) yang menegaskan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak terbatas pada pemegang saham, melainkan mencakup seluruh pihak yang terdampak oleh aktivitas perusahaan. Ketika perusahaan mampu mengelola keseimbangan ekspektasi dan kepentingan para stakeholder dengan baik, risiko konflik dapat diminimalkan dan dukungan terhadap aktivitas bisnis akan semakin kuat. Dukungan tersebut dapat berupa loyalitas pelanggan, kemudahan akses pembiayaan, stabilitas hubungan industrial, hingga penerimaan sosial yang lebih luas. Selain itu, berdasarkan perspektif Resource-Based View, stakeholder engagement merupakan sumber daya strategis yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif apabila dikelola secara efektif. Hubungan dengan stakeholder seperti kepercayaan, reputasi, dan jaringan relasi merupakan aset tidak berwujud yang memenuhi karakteristik *valuable*, *rare*, *inimitable*, dan *non-*

substitutable (VRIN), sehingga mampu meningkatkan informasi, legitimasi, dan posisi perusahaan di pasar.

Hasil penelitian ini juga konsisten dengan temuan Singh & Rahman (2022) yang menunjukkan bahwa adopsi SDGs sebagai bentuk stakeholder engagement berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan, lingkungan, dan sosial perusahaan. Selain itu, Lyulyov et al. (2023) menjelaskan bahwa keterlibatan stakeholder merupakan faktor strategis yang mendorong daya saing perusahaan dalam jangka panjang. Dengan demikian, penelitian ini berhasil menjawab research gap yang sebelumnya menunjukkan masih terbatasnya penelitian yang menguji stakeholder engagement secara langsung terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur di Indonesia. Temuan ini semakin diperkuat oleh distribusi peringkat PROPER perusahaan sampel yang didominasi kategori Biru, yang berarti perusahaan telah memenuhi seluruh ketentuan peraturan lingkungan yang berlaku. Selain itu, terdapat perusahaan yang memperoleh peringkat Hijau dan Emas, yang menunjukkan kinerja lingkungan melebihi standar kepatuhan (*beyond compliance*) dan pengelolaan yang berkelanjutan, serta tidak ditemukan peringkat Merah maupun Hitam yang merepresentasikan ketidakpatuhan atau pelanggaran serius terhadap peraturan lingkungan (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, 2021). Kondisi tersebut merefleksikan komitmen perusahaan dalam menjaga hubungan dengan stakeholder, khususnya pemerintah dan masyarakat, sehingga mempertegas bahwa stakeholder engagement bukan hanya praktik etis, tetapi juga strategi bisnis yang berkontribusi nyata terhadap profitabilitas dan keberlanjutan perusahaan.

Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan

Penelitian ini mengungkap bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan, namun dengan arah negatif. Artinya, semakin tinggi intensitas pelaksanaan dan pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan, justru diikuti dengan penurunan kinerja keuangan dalam jangka pendek. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pelaksanaan CSR belum memberikan dampak finansial secara langsung, karena implementasi program CSR pada sektor industri dasar dan kimia umumnya membutuhkan biaya yang besar, seperti pengelolaan lingkungan, pengolahan limbah, serta kepatuhan terhadap regulasi keberlanjutan.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui perspektif Stakeholder Theory yang dikemukakan oleh Freeman (1984), yang menyatakan bahwa perusahaan harus memenuhi kepentingan berbagai stakeholder. Namun, pemenuhan tersebut sering menimbulkan biaya tambahan sehingga dalam jangka pendek dapat menekan profitabilitas. Ditinjau dari juga perspektif *Resource-Based View* (RBV), perusahaan akan memperoleh keunggulan kompetitif jika mampu mengelola sumber daya yang memenuhi kriteria *valuable, rare, inimitable, dan non-substitutable* (VRIN). Namun, hasil penelitian yang menunjukkan arah negatif mengindikasikan bahwa implementasi CSR belum memenuhi kriteria tersebut, sehingga belum mampu menciptakan keunggulan kompetitif dan justru menjadi beban biaya.

Pada sektor industri dasar dan kimia, implementasi CSR umumnya terkait dengan biaya besar untuk pengelolaan lingkungan, pengolahan limbah, dan kepatuhan regulasi. Dalam jangka pendek, biaya tersebut dapat menekan laba perusahaan, sehingga berdampak negatif terhadap ROA. Namun, dalam jangka panjang, CSR berpotensi meningkatkan legitimasi sosial dan keberlanjutan usaha. Dengan

demikian, meskipun CSR terbukti berpengaruh signifikan, arah pengaruh yang negatif menunjukkan bahwa manfaat finansial CSR belum sepenuhnya tercermin dalam kinerja keuangan jangka pendek.

4. Kesimpulan

Dari tahun 2019 hingga 2023, studi ini akan meneliti bagaimana kinerja keuangan perusahaan industri dasar dan manufaktur kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam kaitannya dengan keterlibatan pemangku kepentingan dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, kami mengumpulkan 150 titik data observasi selama lima tahun dari 30 perusahaan yang berbeda. Salah satu cara evaluasi CSR dan keterlibatan pemangku kepentingan adalah dengan melihat return on assets (ROA). Keberlanjutan perusahaan dan laporan tahunan juga menjadi dasar indeks pengungkapan informasi. Hasil pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

- a. Temuan menunjukkan bahwa keterlibatan pemangku kepentingan memengaruhi kinerja bisnis, dengan keterlibatan yang lebih tinggi dikaitkan dengan peningkatan hasil keuangan.
- b. Temuan ini menunjukkan bahwa Peningkatan pengungkapan CSR justru menurunkan profitabilitas karena pada sektor industri dasar dan kimia pelaksanaannya membutuhkan biaya besar, sehingga dalam jangka pendek meningkatkan beban operasional.
- c. Keterlibatan pemangku kepentingan dan CSR (tanggung jawab sosial perusahaan) dapat meningkatkan kinerja perusahaan secara bersamaan, menurut hasil penelitian. Pada intinya, kinerja keuangan suatu perusahaan dapat ditingkatkan melalui keterlibatan pemangku kepentingan yang aktif dan implementasi CSR yang berkelanjutan

5. Daftar Pustaka

- Apriliyani, N. S., & Riswan. (2025). *pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), ukuran perusahaan, dan leverage terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia*.
- Arian, A., Sands, J., & Tooley, S. (2023). Industry and Stakeholder Impacts on Corporate Social Responsibility (CSR) and Financial Performance: Consumer vs. Industrial Sectors. *Sustainability (Switzerland)*, 15(16). <https://doi.org/10.3390/su151612254>
- Atriani, E., & Nasrun, M. (2025). *Jurnal Kreasi Ekonomi Nusantara Pengaruh biaya produksi dan biaya operasional terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Kreasi Ekonomi Nusantara (Vol. 6, Issue 2)*.
- Basuki, A. T. (2021). *Analisis Data Panel dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis (Dilengkapi dengan Penggunaan Eviews) (1st ed.)*.
- Bekos, G., & Chari, S. (2025). Upper echelons theory: A review. In S. Papagiannidis (Ed.), *TheoryHub Book*. Alliance Manchester Business School. Cengage.
- Fadilla, Z., Ketut Ngurah Ardiawan, M., Eka Sari Karimuddin Abdullah, M., Jannah Ummul Aiman, M., & Hasda, S. (n.d.). *Metodologi penelitian kuantitatif*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Bdan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Grant, R. M. (1991). *The resource based theory of competitive advantage Implications for strategy formulation*. *California Management Review*, 33(3), 114–135. <https://doi.org/10.2307/41166664>
- Greenwood, M. (2007). Stakeholder engagement: Beyond the myth of corporate responsibility. *Journal of Business Ethics*, 74(4), 315–327. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9509-y>
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics*. In N. Fox (Ed.), *Introductory Econometrics: A Practical Approach (5th ed.)*. Douglas Reiner.
- Hambrick, D. C., & Mason, P. A. (1984). Upper echelons: The organization as a reflection of its top managers. *Academy of Management Review*, 9(2), 193–206. <https://doi.org/10.5465/amr.1984.4277628>
- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. (2021). *Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan (PROPER)*.
- Kujala, J., Sachs, S., Leinonen, H., Heikkinen, A., & Laude, D. (2022). *Stakeholder Engagement: Past, Present, and Future*. *Business and Society*, 61(5), 1136–1196. <https://doi.org/10.1177/000765032111066595>
- Lindgreen, A., Swaen, V., & Johnston, W. J. (2009). Corporate Social Responsibility: an empirical investigation of U.S. organizations. In *Journal of Business Ethics* (Vol. 85). <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9738-8>
- Lyulyov, O., Chygryn, O., Pimonenko, T., & Kwilinski, A. (2023). Stakeholders' Engagement in the Company's Management as a Driver of Green Competitiveness within Sustainable Development. *Sustainability (Switzerland)*, 15(9). <https://doi.org/10.3390/su15097249>
- Madhani, P. M. (2010). *Resource Based View (RBV) of Competitive Advantage An Overview*. ICFAI University Press
- Mishra, S., & Suar, D. (2010). Does Corporate Social Responsibility influence firm performance of Indian companies? *Journal of Business Ethics*, 95(4), 571–601. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0441-1>
- Napitupulu, R. B., Simanjuntak, T. P., Hutabarat, L., Damanik, H., Harianja, H., Sirait, R. T. M., Tobing, L., & Ria, C. E. (2021). *Business Research, Techniques, and Analysis with SPSS - STATA - Eviews*. 1st Edition. Madenatera.
- Neuendorf, K. A. (2017). *The content analysis guidebook* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Nurhasanah, D., & Afriyenti, M. (2024). Pengaruh *Stakeholder Engagement*, Media Exposure dan Tekanan Pemegang Saham terhadap Kualitas *Sustainability Report*. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 6(4), 1512–1525. <https://doi.org/10.24036/jea.v6i4.1962>
- Octaviani, R., & Dharma, F. (2024). *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure on Financial Performance in Manufacturing Companies on the Indonesia Stock Exchange*. <https://doi.org/10.4108/eai.4-9-2024.2353825>
- Rinawiyanti, E. D., Huang, X., & As-Saber, S. (2022). Integration of Corporate Social Responsibility for improved company performance: Evidence from the Indonesian manufacturing industry. *AIP Conference Proceedings*, 2470. <https://doi.org/10.1063/5.0080731>
- Rowley, T., & Berman, S. (2000). A Brand New Brand of Corporate Social Performance. *Business & Society*, 39(4), 397–418. <https://doi.org/10.1177/000765030003900404>
- Septiani, K. P. 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.
- Swat, A., Lindawati, L., & Puspita, M. E. (2015). Corporate Social Responsibility Implikasi stakeholder dan legitimacy gap dalam peningkatan kinerja perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(1), 157– 174.
- Syafitri, E. D., & Khalifaturofi'ah, S. O. (2023). Dampak pandemi Covid-19 terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. *Journal of Business & Banking*, 13(1), 33–53. <https://doi.org/10.14414/jbb.v13i1.3734>
- Tarumingkeng, R. C. (2025). *Upper echelon theory (UET)*. Bogor: RudyCT e-Press.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. (2007). *Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4756*.
- Utami, N. W. (2022). *Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, ini datanya*. Ajaib.
- Van Horne, J. C., & Wachowicz, J. M. (2009). *Fundamentals of Financial Management (13th ed.)*. Pearson Education.
- Velnampy, T. (2024). Corporate Social Responsibility and Stakeholder Engagement Impact on organizational performance. In *Journal of Advanced Management Studies* (Vol. 1, Issue 3).
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-Based View of the Firm. In *Strategic Management Journal* (Vol. 5, Issue 2).
- Yusuf, S., Monoarfa, M. A. S., & Pakaya, S. I. (2024). Rasio pasar, profitabilitas dan nilai perusahaan manufaktur periode 2019–2022. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(3), 1364–1377.