

Pengaruh Etika Bisnis, Corporate Social Responsibility (Csr), Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2019 - 2023

Naina Yulia Hafni^{1*}, Rahima Br Purba²⁾

^{1,2} Program Studi Akuntansi, Universitas Pembangunan Pancabudi

Abstrak

This study was conducted to analyze the influence of Business Ethics, *Corporate Social Responsibility* (CSR) on Financial Performance. The location of this study is a Consumer Goods Manufacturing Company listed on the Indonesia Stock Exchange. This type of research is Associative research with a quantitative approach. Until this study, there were 27 companies with a time period of 5 years, namely 2019 to 2023, resulting in 135 financial reports. The method used is panel data regression analysis with the help of IBM SPSS Statistics 23 software. The results of this study indicate that partially Business Ethics has no effect on *Return On Asset*, *Corporate Social Responsibility* partially has a positive effect on *Return On Asset*. While simultaneously all variables of Business Ethics and *Corporate Social Responsibility*, simultaneously affect *Return On Asset*. The contribution of the influence of the variables is 7.6%.

Kata kunci : *Return On Asset, Etika Bisnis, Corporate Social Responsibility*

Copyright (c) 2025 Angelique Leticia Liliputra

✉Corresponding author :

Email Address : nainayuliahafni@gmail.com

PENDAHULUAN

Penilaian prestasi atau kinerja suatu perusahaan diukur sebab bisa dipakai sebagai dasar pengambilan keputusan baik pihak internal maupun eksternal. Kinerja keuangan merupakan ilustrasi yang berasal dari pencapaian keberhasilan perusahaan yang dapat diartikan sebagai akibat banyak sekali aktivitas yang sudah dilakukan. Bursa efek sebagai tempat terjadinya jual beli sekuritas serta menjadi bagian primer dari pasar kapital. Jasa utama yang dilakukan pada bursa efek artinya menyelenggarakan kegiatan perdagangan sekuritas di pasar sekunder. Bursa efeklah yang menjembatani antara perusahaan dengan investor. Investor melihat informasi perihal kinerja keuangan melalui Bursa Efek Indonesia.

Analisis rasio keuangan adalah indeks yang menghubungkan dua angka akuntansi serta diperoleh menggunakan untuk membagi satu angka dengan angka lainnya (Van Horne, 2002; Kasmir, 2019). Rasio keuangan dipergunakan untuk mengevaluasi syarat kondisi keuangan dan kinerja perusahaan. Dari hasil yang akan terjadi, rasio keuangan ini akan kelihatan kondisi kesehatan perusahaan yang bersangkutan. Salah satu cara menilai kinerja keuangan berasal dari suatu usaha pada manajemen keuangan yang artinya menggunakan analisis rasio profitabilitas.

Penelitian ini fokus pada laporan kinerja keuangan perusahaan yang menggunakan *Return On Asset* (ROA). ROA atau (*Return On Asset*) ialah perbandingan antara laba bersih dengan total asset (Raiyan, et.al, 2020). Semakin tinggi *Return On Asset* (ROA), maka semakin baik kinerja perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Nilai *Return On Asset* yang paling rendah ada pada perusahaan emiten HOKI tahun 2019 sebesar 12,2 lalu turun di 2020 menjadi 4,19 lalu di 2021 turun lagi menjadi 1.20 lalu di 2022 0.01 lalu di 2023 turun menjadi minus -0.22 pada tahun 2023 minus dikarenakan

pada tahun 2023 perusahaan mengalami kerugian bukan keuntungan, hal ini terlihat dari penjualan yang sedikit tetapi beban administrasi dan umum yang dikeluarkan lebih besar maka terjadilah kerugian. Nilai *Return On Asset* (ROA) yang rendah bisa mempengaruhi perusahaan kurang produktif dan efisien. Nilai ROA yang rendah akan mempengaruhi pengambilan keputusan investor dalam menginvestasikan uangnya keperusahaan.

Pengaruh etika bisnis dan perilaku perusahaan yang baik pada kinerja keuangan perusahaan, jika dilihat dari sudut pandang secara teoritis akan ada kontroversi (Hartyanti, 2017). Perusahaan yang dikelola memperoleh laba besar, semakin besar juga manfaat yang diperoleh agen (Reftisyah, 2020). Prinsip etika bisnis bisa jadi berbeda-beda jumlahnya tergantung pada standar moral yang digunakan. Prinsip etika bisnis diterapkan dengan baik bisa membantu perusahaan membangun reputasi yang kuat, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan memastikan operasi yang berkelanjutan. Namun pada perusahaan ADES pada tahun 2020 tidak melakukan pelatihan etika bisnis yang karena kondisi Covid -19 hal ini bisa mempengaruhi pengetahuan dan kepatuhan pada karyawan perusahaan tentang penerapan etika bisnis terlebih jika karyawan tersebut merupakan karyawan baru pada perusahaan emiten ADES. Jika Etika bisnis yang baik bisa membantu perusahaan meningkatkan *Return On Asset* (ROA) atau pengembalian atas aset, sehingga dapat menarik minat investor. Perusahaan jika menerapkan etika bisnis yang baik maka akan mendapatkan kepercayaan dari investor, sehingga akan lebih mudah untuk mendapatkan modal. Namun sebaliknya jika etika bisnis tidak dijalankan dengan baik maka perusahaan akan kesulitan untuk menerapkan perilaku yang baik sehingga itu akan berdampak pada hasil kinerja karyawan, hasil kinerja karyawan berpengaruh pada laba yang mereka dapatkan sehingga etika bisnis juga menjadi salah satu alasan tolak ukur investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

Profesi akuntan tidak lepas dari potensi terjadinya pelanggaran etika, kecurangan, dan manipulasi. Realitas ini menempatkan para auditor dan akuntan publik dalam posisi yang menuntut mereka untuk senantiasa menjaga dan menegakkan prinsip-prinsip etika dalam menjalankan tugasnya, terutama Ketika berhadapan dengan praktik penyimpangan dalam laporan keuangan. Seperti yang disampaikan oleh (Hartyanti, 2017) etika dalam dunia bisnis kini menjadi perhatian utama bagi para pemangku kepentingan Perusahaan. Perusahaan yang berkualitas dituntut untuk tidak hanya memiliki standar etika yang baik, namun juga mengimplementasikannya dalam kegiatan operasional serta melaporkannya secara terbuka.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah bentuk komitmen perusahaan (korporasi) dalam mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan tetap memperhatikan tanggung jawab sosial dan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, serta lingkungan (Irham Fahmi, 2013). Perusahaan yang sudah melakukan kegiatan CSR percaya bahwa tidak ada perusahaan yang dapat berdiri sendiri dan berkelanjutan tanpa menjadi bagian dari masyarakat yang lebih luas melakukan aktivitas usahanya. Implementasi tanggung jawab sosial adalah investasi untuk masa depan dan kesempatan untuk memastikan agar perseroan dan Masyarakat bisa untuk tumbuh bersama dan saling mendukung. Nilai *Corporate Social Responsibility* (CSR) cenderung fluktuatif namun nilai *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terendah ada pada perusahaan dengan emiten ADES tahun 2019 sebesar Rp 413,000,000 lalu di 2020 menjadi Rp. 256,000,000 lalu di 2021 turun menjadi Rp. 225,000,000 lalu di 2022 naik menjadi Rp. 310,000,000 lalu di 2023 naik lagi menjadi Rp. 500,000,000, nilai Nilai CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang rendah dapat mengakibatkan risiko bisnis, penurunan loyalitas masyarakat, dan penurunan kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan yang kurang memperhatikan aspek sosial dan lingkungan sering kali dianggap negatif oleh masyarakat, pada akhirnya menurunkan loyalitas konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Dampaknya bagi kinerja keuangan, dimana Perusahaan kesulitan menarik minat investor yang memiliki kepedulian terhadap isu sosial dan lingkungan. Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpotensi mempengaruhi *Return On Asset* (ROA) perusahaan, karena CSR dapat mendorong peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan investor untuk menanamkan modal pada Perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial. Kegiatan CSR juga mampu memperkuat citra positif perusahaan di mata publik yang berkontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan dan penjualan produk.

LITERATURE REVIEW & HIPOTESIS

Teori Legitimasi

Teori legitimasi menjelaskan keterkaitan antara perusahaan dan masyarakat, dimana perusahaan menjalankan aktivitasnya serta memanfaatkan sumber daya ekonomi yang tersedia. Teori ini memandang hubungan antara perusahaan dan masyarakat sebagai bentuk “kontrak sosial” (Purba, 2023). Setiap institusi sosial, termasuk perusahaan yang beroperasi dalam lingkungan masyarakat, terikat pada kontrak sosial baik yang bersifat eksplisit maupun implisit- yang menjadi dasar bagi kelangsungan dan perkembangan perusahaan tersebut. Yang dimana kelangsungan hidup dan pertumbuhannya didasarkan pada : 1) Hasil akhir (output) yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas. 2) Distribusi manfaat ekonomi, sosial, atau politik kepada kelompok sesuai dengan power yang dimiliki. Teori legitimasi menekankan bahwa meningkatnya kesadaran dan harapan masyarakat mendorong perusahaan untuk memastikan bahwa aktivitas serta kinerjanya dapat diterima secara sosial. Dalam kaitannya dengan pengungkapan informasi terkait aktivitas lingkungan sebagai bentuk respon terhadap tuntutan masyarakat. Ketidakpatuhan dalam pengungkapan tersebut dapat menimbulkan konsekuensi negative terhadap berkelanjutan perusahaan (Ghozali, 2017).

Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan pendekatan dalam menjalankan aktivitas bisnis yang mencakup seluruh aspek yang melibatkan individu, perusahaan, dan masyarakat (Echdar dan Maryadi, 2019). Pada tingkat makro, etika bisnis menelaah dimensi moral dari sistem ekonomi secara keseluruhan. Ditingkat meso (madya atau menengah), fokusnya ada pada isu-isu etis dalam organisasi, sedangkan pada tingkat mikro, perhatian tertuju pada individu dalam konteks ekonomi dan bisnis. Etika bisnis juga dapat dipahami sebagai pemahaman mengenai praktik ideal dalam pengelolaan usaha yang mempertimbangkan norma moral yang berlaku secara universal, baik dari segi ekonomi maupun sosial. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk menjalankan prinsip-prinsip etika seperti kejujuran, komitmen, integritas, dan loyalitas. Namun, dalam upaya mencapai tujuan bisnisnya, tidak jarang perusahaan mengabaikan prinsip-prinsip etika tersebut.

Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR adalah kontribusi dan keterlibatan sosial Perusahaan yang berkelanjutan dalam meningkatkan kualitas atau kesejahteraan perusahaan dan masyarakat (Nayenggita, 2019). Lebih dari 100 negara di dunia telah merumuskan definisi tanggung jawab sosial dalam standar ISO 26000, yang merupakan panduan internasional untuk tanggung jawab soaial. Menurut dari dari ISO 26000 merupakan tanggung jawab organisasi mencakup kewajiban untuk mempertanggung jawabkan dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan. Definisi CSR dalam ISO 26000 menekankan bahwa organisasi harus berperilaku transparan dan etis, berkontribusi pada Pembangunan berkelanjutan, memperhatikan harapan pemangku kepentingan, mematuhi hukum yang berlaku, dan konsisten dengan norma-norma perilaku internasional, serta mengintegrasikan prinsip-prinsip tersebut dalam seluruh kegiatan organisasi.

Kegiatan ISO konteks tanggung jawab sosial berfokus pada pemahaman akan pentingnya tanggung jawab sosial dalam menjaga keberlanjutan operasional perusahaan dalam jangka panjang. ISO 26000 memberikan standar pedoman yang bersifat sukarela bagi perusahaan dalam menjalankan tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Aspek-aspek yang tercakup dalam ISO 26000 meliputi kontribusi perusahaan terhadap pembangunan masyarakat, perlindungan, konsumen, praktik kelembagaan yang bertanggung jawab, pelestarian lingkungan, hubungan ketenagakerjaan, pemenuhan hak asasi manusia, sertatata Kelola organisasi yang baik.

Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan pendekatan dalam menjalankan kegiatan usaha yang melibatkan seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, dan masyarakat (Echdar dan Maryadi, 2019). Dalam dunia bisnis yang kompetitif, keunggulan sebuah perusahaan atau

organisasi tidak hanya diukur dari besarnya keuntungan yang dihasilkan, tetapi juga dari penerapan etika kinerja yang baik. Etika kerja menjadi pedoman penting dalam pelaksanaan aktivitas bisnis dan berperan dalam menilai kinerja organisasi, termasuk kinerja para karyawan di dalamnya.

Etika bisnis memiliki dampak positif terhadap *Return On Asset*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi Tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), maka semakin besar pula potensi peningkatan laba yang diperoleh melalui penjualan. Konsumen cenderung lebih menyukai produk dari perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial dan memiliki citra positif dimata masyarakat (Puput & Fitri, 2021) penerapan etika bisnis membantu perusahaan menghindari berbagai pelanggaran yang dapat merugikan. Ketaatan terhadap prinsip-prinsip etika bisnis menjadi tolak ukur penting bagi pelaku usaha dalam mengembangkan perusahaannya. Banyak perusahaan besar yang mampu bertahan dalam jangka panjang adalah mereka yang secara konsisten mematuhi nilai-nilai etika dalam praktik bisnisnya. (Pratantia & Ayunda, 2021)

H1: Etika Bisnis Berpengaruh Positif Terhadap Return On Asset.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Bender (2020) tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan Langkah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui praktik bisnis yang bertanggung jawab serta kontribusi sumber daya yang dimiliki perusahaan. Sementara itu, berdasarkan **ISO 26000** CSR didefinisikan sebagai tanggung jawab organisasi terhadap dampak dari Keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, yang dijalankan dengan cara yang etis dan transparan serta mendukung Pembangunan berkelanjutan.

Pengungkapan CSR memberikan dampak positif dan signifikan terhadap Return On Assets (ROA). Artinya, semakin aktif perusahaan dalam mengungkapkan kegiatan CSR-nya, maka akan ada pengeluaran atau pengorbanan tertentu seperti biaya operasional. Meskipun hal ini dapat meningkatkan beban kerja dan berpotensi menurunkan laba jangka pendek, namun disisi lain, pengungkapan CSR mampu membangun citra positif perusahaan di mata masyarakat. Berkat hal tersebut maka masyarakat akan loyal terhadap produk yang dihasilkannya (Desdi & Liana, 2022). CSR berpengaruh positif terhadap ROA (Nur, et al., 2022)

H2: Corporate Social Responsibility Berpengaruh positif Terhadap Return On Asset

Etika Bisnis dan Corporate Social Responsibility (CSR)

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh bahwa bahwa etika bisnis dan Corporate Social Responsibility berpengaruh secara simultan terhadap ROA (Yustein,.R., 2020) Dan penelitian ini sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh bahwa bahwa etika bisnis dan Corporate Social Responsibility berpengaruh secara simultan terhadap ROA (Cahya., K., D, 2018)

H3: Etika Bisnis Dan Corporate Social Responsibility Berpengaruh positif Terhadap Return On Asset

METHOD

Penelitian ini menerapkan strategi asosiatif yang bertujuan untuk mengkaji hubungan antara dua atau lebih (Sugiyono, 2020:65). Pendekatan yang digunakan adalah metode kuantitatif, yaitu metode yang berpijak pada filsafat positivisme yang berfokus pada pengujian terhadap populasi atau sampel tertentu. Data dikumpulkan menggunakan instrument penelitian, kemudian dianalisis secara kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Sugiyono, 2020:16),

Populasi dalam penelitian ini mencakup perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek (BEI) selama periode 2019 hingga 2023, yang berjumlah sebanyak 48 perusahaan. Pemilihan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu metode penentuan sampel berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017). Kriteria-kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut.

Tabel 3 1 Kriteria Sampel

NO	Keterangan	Jumlah
----	------------	--------

1	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023.	48
2	Perusahaan sub sektor industri barang konsumsi yang menerbitkan laporan keuangan selama periode penelitian yaitu tahun 2019-2023.	(12)
3	Perusahaan sub sektor industri barang konsumsi yang tidak menerbitkan laporan keuangan dengan mata uang rupiah selama periode penelitian yaitu tahun 2019 - 2023	(9)
	Perusahaan yang terpilih menjadi sampel	27
	Jumlah data : 27 perusahaan × 5 tahun	135

Berdasarkan data pada situs resmi BEI yaitu www.idx.co.id populasi dari penelitian ini terdiri dari 48 perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI. Dari 48 Perusahaan, terpilih 27 perusahaan manufaktur sector barang konsumsi yang memenuhi kriteria sebagai sampel.

RESULT AND DISCUSSION

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 4 1 Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1_EB	135	5.00	12.00	7.1111	2.15679
X2_CSR	135	17.74	27.38	22.4150	2.27193
Y_ROA	135	-57.52	41.63	7.0941	11.75339
Valid N (listwise)	135				

Sumber : Hasil olah data, 2025

Sesuai tabel 4.1 di atas Variabel *Return On Asset* banyaknya nilai 135, nilai minimum sebesar -57,52, nilai maximum sebesar 41.63, nilai mean sebesar 7.09, nilai standard deviation sebesar 11.75, nilai Etika Bisnis dengan banyaknya data 135 data dengan nilai minimum 5 dengan nilai maximum 12 dan nilai rata rata 7.11 dan nilai standard deviation 2.15, dan nilai Corporate Sosial Responsibility banyaknya nilai 135 data dengan nilai minimum 17.74 dengan nilai maximum 27.38 dan nilai mean 22.41 dengan nilai standard deviation 2.27.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebagai berikut: “Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2013)

Pengujian dilakukan dengan menggunakan Residual Plots dan uji Kolmogorov-Smirnov (KS) dengan nilai probabilitas 0,05 (Yudhihana, 2016). Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4 2 Kolmogrov Smirnov Sebelum dilakukan transformasi

		Unstandardized Residual
N		135
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	10.97868023
Most Extreme Differences	Absolute	.111
	Positive	.097
	Negative	-.111
Test Statistic		.111
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000c
a. Test distribution is Normal.		

b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Hasil olah data, 2025

Perhitungan Kolmogorov-Smirnov kemudian digunakan. Jika nilai signifikansi asimtotik data variabel (2-ekor) lebih besar dari 0,05, distribusi normal untuk data dapat disimpulkan. Di bawah ini adalah hasil perhitungan Kolmogrov-Smirnov yang digunakan SPSS untuk menentukan normalitas semua variable. Dari data yang ada dapat dilihat bahwa nilai kolmogrov-Smirnov 0,000 < 0,05 artinya data tidak berdistribusi normal. Oleh karena itu dilakukannya transformasi data setelah dilakukan transformasi data hasilnya ialah :

Tabel 4 3 Kolmogrov Smirnov Sesudah Dilakukan Transformasi

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		109
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.37699996
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.060
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Hasil olah data, 2025

Perhitungan Kolmogorov-Smirnov kemudian digunakan. Jika nilai signifikansi asimtotik data variabel (2-ekor) lebih besar dari 0,05, distribusi normal untuk data dapat disimpulkan. Di bawah ini adalah hasil perhitungan Kolmogrov-Smirnov yang digunakan SPSS untuk menentukan normalitas semua variable. Berdasarkan data dapat dilihat bahwa nilai kolmogrov-Smirnov 0,200 > 0,05 artinya data berdistribusi normal.

Uji Multikoleniaritas

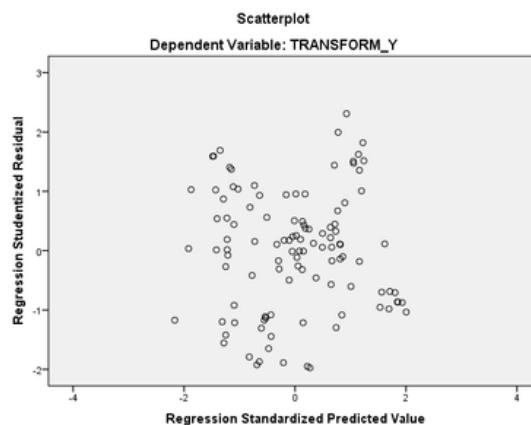
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.942	1.361		-.692	.491		
	X1_EB	.011	.060	.017	.183	.855	1.000	1.000
	X2_CSR	.167	.057	.275	2.948	.004	1.000	1.000
a. Dependent Variable: TRANSFORM_Y								

Sumber : Hasil olah data, 2025

Berdasarkan uji tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa semua nilai VIF dalam penelitian ini mempunyai nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance > 0,1. Maka dapat dikatakan data tersebut terbebas dari multikolinearitas.

Uji Heteroskedasitas

Gambar 4 1 Uji Heteroskedasitas



Sumber : Hasil olah data, 2025

Pada grafik scatter-plot di atas terlihat bahwa titik-titik yang dihasilkan menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Dan sebaran titiktitik tetap berada disekitaran titik 0, maka pengujian ini bebas dari masalah heteroskedasitisitas.

Uji Autokolerasi

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.276a	.076	.059	1.38993	2.976
a. Predictors: (Constant), X2_CSR, X1_EB					
b. Dependent Variable: TRANSFORM_Y					

Sumber : Hasil olah data, 2025

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.5 nilai durbin watson yang dihasilkan dari model regresi adalah 2,249 nilai ini akan dibandingkan dengan nilai DU. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian (K) = 2 dan jumlah data sebanyak 132 (n) sehingga diperoleh nilai tabel DU sebesar 1.7498. Dari hasil tersebut, maka dapat dibandingkan DU (1.7498) < DW (2,976) ≤ 4 – DU (4 – 1,7498 = 2.2502). Berdasarkan hasil perbandingan nilai durbin watson tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi dalam model regresi.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.942	1.361		-.692	.491
	X1_EB	.011	.060	.017	.183	.855
	X2_CSR	.167	.057	.275	2.948	.004

a. Dependent Variable: TRANSFORM_Y

Sumber : Hasil olah data, 2025

Pernyataan dari persamaan diatas dapat diuraikan sebagai berikut ini :

- Nilai konstanta dari hasil yang diperoleh sebesar -0.942 Etika Bisnis dan CSR tidak mempengaruhi, maka akan meningkatkan *Return On Asset*.
- Nilai koefisien regresi dari variabel bebas X1 diperoleh sebesar 0.011 dimana arah koefesiennya kearah positif apabila Etika Bisnis naik satu satuan maka akan meningkatkan *Return On Asset* sebesar 0.011 dengan syarat variabel yang lain tetap/konstan
- Nilai koefisien regresi dari variabel bebas X2 diperoleh sebesar 0.167 dimana arah koefesiennya kearah positif apabila CSR naik satu satuan maka akan meningkatkan *Return On Asset* sebesar 0.011.

Uji T Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.942	1.361		-.692	.491
	X1_EB	.011	.060	.017	.183	.855
	X2_CSR	.167	.057	.275	2.948	.004

a. Dependent Variable: TRANSFORM_Y

Sumber : Hasil olah data, 2025

Dari pemaparan tabel 4.7 menunjukan hasil uji signifikan secara parsial dari setiap variabel penelitian., dari data t-tabel dengan rumus ($df = n-k-1$ atau $135-2-1 = 132$) adalah 1.65648. berikut penjelasan dari hasil diatas:

- Dari variabel bebas X1 (Etika Bisnis) menghasilkan t-hitung 0.183, t-sig 0.855 hipotesis diterima jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dan $t\text{-sig} < 0.05$. Dari data diatas diperoleh hasil dari t-hitung $0.183 < 1.656$ dan $t\text{-sig} 0.855 > 0.05$. maka kesimpulannya bahwa Etika Bisnis secara parsial tidak berpengaruh terhadap *Return On Asset* yang artinya H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- Dari variabel bebas X2 (Corporate Social Responsibility) menghasilkan t-hitung 2.948 t-sig 0.004. hipotesis diterima jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dan $t\text{-sig} < 0.05$. dari data diatas diperoleh hasil dari t-

hitung $2.948 > 1,656$ dan $t\text{-sig } 0.004 < 0.05$. maka kesimpulannya bahwa Corporate Social Responsibility secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap *Return On Asset* yang artinya H2 diterima dan Ho ditolak.

Uji F Simultan

Tabel 4 8 Uji F Simultan

ANOVAa						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.883	2	8.441	4.370	.015b
	Residual	204.782	106	1.932		
	Total	221.665	108			
a. Dependent Variable: TRANSFORM_Y						
b. Predictors: (Constant), X2_CSR, X1_EB						

Sumber : Hasil olah data, 2025

Dari tabel 4.8 menghasilkan F-hitung 4.370 dan t-sig 0.015. untuk nilai F tabel adalah 3.06 dari data diatas diperoleh hasil f-hitung $4.370 > f\text{-tabel } 3.06$ dan $t\text{-sig } 0.015 < 0.05$ maka kesimpulannya bahwa Etika Bisnis dan Corporate Social Responsibility berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap *Return On Asset* yang artinya H3 diterima dan Ho ditolak.

Uji Determinasi

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.276a	.076	.059	1.38993	2.976
a. Predictors: (Constant), X2_CSR, X1_EB					
b. Dependent Variable: TRANSFORM_Y					

Sumber : Hasil olah data, 2025

Dari tabel 4.9 memaparkan hasil nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu 0.076 atau 7,6%. Jika nilai R^2 menunjukkan hasil yang semakin tinggi maka model yang digunakan sangat tepat untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya, syaratnya diposisi antara 0 dan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$) dari kondisi diatas menjelaskan bahwa variabel bebas Etika Bisnis dan Corporate Social Responsibility, dapat menjelaskan sebesar 7,6% dan sisanya 92,4 % ditentukan dari variabel lain diluar penelitian ini.

Pengaruh Etika Bisnis Terhadap *Return On Asset*

Etika Bisnis secara parsial tidak berpengaruh terhadap *Return On Asset* yang artinya Ho diterima dan H1 ditolak. Meskipun etika bisnis memiliki peran penting dalam membangun reputasi dan kepercayaan, dampaknya terhadap Return On Assets (ROA) tidak selalu terlihat secara langsung. Hal ini disebabkan karena ROA lebihbanyak dipengaruhi oleh seberapa efisien perusahaan menggunakan asetnya serta bagaimana manajemen mengelola keuangan, sedangkan etika bisnis lebih berhubungan dengan praktik berkelanjutan dan perilaku yang mendukung kepercayaan jangka panjang. Dalam penelitian ini, dijelaskan bahwa etika bisnis tidak memberikan pengaruh langsung terhadap ROA. Hal ini disebabkan karena perusahaan manufaktur di industry

barang konsumsi umumnya telah menerapkan etika bisnis dengan baik, terutama dalam hubungan dengan klien. Meskipun demikian, penerapan etika bisnis tersebut tidak dapat dijadikan tolak ukur utama untuk meningkatkan ROA, karena kontribusinya bersifat tidak langsung yaitu melalui peningkatan reputasi perusahaan, kepercayaan pemangku kepentingan, serta daya Tarik bagi investor.

Menurut Echdar dan Maryadi (2019), etika bisnis mencakup seluruh aspek yang melibatkan individu, perusahaan dan masyarakat, di mana penilaian terhadap perusahaan tidak semata-mata didasarkan pada pencapaian keuntungan finansial, tetapi juga pada penerapan etika kerja yang baik. Penerapan etika bisnis yang kuat dapat membentuk lingkungan kerja yang kondusif, meningkatkan semangat kerja karyawan, serta meminimalkan potensi masalah hukum atau kerusakan reputasi. Dampak-dampak ini, meskipun tidak langsung dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan kinerja keuangan perusahaan termasuk dalam hal Return On Assets (ROA). Penelitian ini sejalan dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa dengan meningkatnya kesadaran dan perhatian masyarakat, perusahaan akan berupaya memastikan bahwa aktivitas dan kinerja mereka dapat diterima secara sosial. Temuan dalam penelitian ini konsisten dengan hasil Zuryati (2021) yang menunjukkan bahwa etika bisnis tidak memiliki pengaruh terhadap ROA, serta mendukung temuan dari Nofrianto (2020) yang juga menyimpulkan bahwa etika bisnis tidak berpengaruh terhadap ROA.

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Return On Asset

Corporate Social Responsibility secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap *Return On Asset* yang artinya H_2 diterima dan H_0 ditolak. CSR memiliki pengaruh terhadap berpengaruh terhadap ROA karena dapat memperkuat citra perusahaan, membangun loyalitas serta meningkatkan kepercayaan dari para investor. Dampak positif ini berujung pada peningkatan penjualan dan laba perusahaan. Reputasi baik yang tercipta melalui program CSR mampu mendorong konsumen untuk terus menggunakan produk atau jasa perusahaan, sehingga loyalitas mereka pun meningkat. Kenaikkan penjualan dan keyakinan investor terhadap perusahaan berkontribusi pada pertumbuhan laba, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan ROA. Perusahaan yang aktif menjalankan CSR juga cenderung lebih menarik bagi investor, karena dipandang sebagai entitas yang bertanggung jawab dan berorientasi pada keberlanjutan.

Menurut Totok Mardikanto (2018:92), *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebuah konsep dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis dan di dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan secara sukarela yang mengarah pada keberhasilan bisnis yang berkelanjutan. Penelitian ini sejalan dengan Penelitian ini sejalan dengan teori legitimasi menyiratkan bahwa perusahaan diberi pertumbuhan kesadaran tentang masyarakat dan kepedulian, perusahaan akan mengambil tindakan untuk menjamin kegiatan dan kinerja mereka diterima oleh masyarakat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Desdi & Liana (2022) bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA dan penelitian yang dilakukan oleh Nur, et al., (2022) menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap ROA.

Pengaruh Etika Bisnis, Corporate Social Responsibility Terhadap Return On Asset

Uji Simultan menghasilkan F-hitung 4.370 dan t-sig 0.015. untuk nilai F tabel adalah 3.06 dari data diatas diperoleh hasil f-hitung $4.370 > f\text{-tabel } 3.06$ dan $t\text{-sig } 0.015 < 0.05$ maka kesimpulannya bahwa Etika Bisnis dan Corporate Social Responsibility berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap *Return On Asset* yang artinya H_3 diterima dan H_0 ditolak. hasil nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu 0.076 atau 7,6%. Jika nilai R^2 menunjukkan hasil yang semakin tinggi maka model yang digunakan sangat tepat untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya, syaratnya diposisi antara 0 dan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$) dari kondisi diatas menjelaskan bahwa variabel bebas Etika Bisnis dan Corporate Social Responsibility, dapat menjelaskan sebesar 7,6% dan sisanya 92,4 % ditentukan dari variabel lain diluar penelitian ini.

CONCLUSION

Etika Bisnis secara parsial tidak berpengaruh terhadap *Return On Asset*. Etika bisnis, meskipun penting untuk reputasi dan kepercayaan, tidak selalu memiliki dampak langsung yang terlihat pada *Return On Asset* (ROA), yang merupakan indikator kinerja keuangan. Ini karena ROA lebih dipengaruhi oleh efisiensi penggunaan aset dan manajemen keuangan, sementara etika bisnis lebih terkait dengan perilaku dan praktik yang berkelanjutan serta membangun kepercayaan. Corporate Social Responsibility secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap *Return On Asset*. CSR berpengaruh terhadap ROA karena meningkatkan citra perusahaan, membangun loyalitas konsumen, dan meningkatkan kepercayaan investor, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan penjualan dan laba. Citra positif yang dibangun melalui CSR dapat menarik konsumen untuk kembali membeli produk atau layanan perusahaan, sehingga meningkatkan loyalitas konsumen. Peningkatan penjualan dan kepercayaan investor dapat berkontribusi pada peningkatan laba perusahaan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan ROA. Perusahaan yang aktif dalam CSR cenderung lebih menarik investor, karena mereka dianggap lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan. Etika Bisnis dan Corporate Social Responsibility berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap *Return On Asset*. Etika Bisnis dan Corporate Social Responsibility, dapat menjelaskan sebesar 7,6% dan sisanya 92,4 % ditentukan dari variabel lain diluar penelitian ini.

References

- Abidin, A. F. Z., Hashim, H. A., & Ariff, A. M. (2017). *Ethical Commitments And Financial Performance: Evidence From Publicly Listed Companies In Malaysia*. Asian Academy Of Management Journal, 22(2). <https://doi.org/10.21315/Aamj2017.22.2.3>
- Abbas, M. F. (2021). *Pengaruh Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Toko Grand Hero Praya Lombok Tengah*. Mataram: Skripsi S.E., Universitas Muhammadiyah Mataram
- Afandi. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep Dan Indikator)*. Journal Of Chemical Information And Modeling, 53(9)
- Amahalu, Ndubuisi, N., & Chinyere, O. J. (2020). *Effect Of Audit Quality On Financial Performance Of Quoted Conglomerates In Nigeria*. International Journal Of Management Studies And Social Science Research, 2(4), 87–98. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3704497
- Amalina, Z. G., & Juliarto, A. (2021). *The Effect Of Companies ' Ethical Commitments On Financial Performance : The Moderating Effect Of Ownership Structure*. Diponegoro Journal Of Accounting, 10, 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/Accounting>
- Andriani, S. (2017). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015)*. Skripsi., Universitas Pakuan Bogor.
- Cahyani, A, dll. (2023) " Literature Review: Implementasi Etika Bisnis Dengan Good Corporate Governance (Gcg) Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Konvensional " *Journal Of Managament And Innovation Entrepreneurship*, vol. 1, no. 2, Jan. 20024.
- Claria, C. (2019). *Penerapan Etika Bisnis Pada Perusahaan Jasa*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/Cindy1695/5d39460f097f36610b647ff2/Penerapan-Etika-BisnisPada-Perusahaan-Jasa#>. <https://www.idx.co.id/id> (diakses tgl 31 Januari 2025)
- Ezejiolor, R., & Erhirhie, F. (2018). *Effect Of Audit Quality On Financial Performance: Evidence From Deposit Money Banks In Nigeria*. International Journal Of Trend In Scientific Research And Development, Volume-2(Issue-6), 1235–1244. <https://doi.org/10.31142/Ijtsrd18867>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (8 ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, dan Chariri. (2017). *Teori Akuntansi*, Edisi 3 Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kasmir, D. (2019). *Analisis Laporan Keuangan (Ed. Revisi, Cetakan Ke-12)*. Depok: Rajawali Press.

- Leonardo. A., and D. Ratmono, (2023) "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Dengan Kualitas Audit Sebagai Moderasi," *Diponegoro Journal of Accounting*, vol. 12, no. 4, Oct. 2023.
- Rodhiyah, M dll. (2022). *Pengungkapan Dan Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Reputasi Auditor Sebagai Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Periode 2017-2020)*. Journal on Education, Vol. 4 No.4
- Nasir, N. A. M., Hashim, H. A., Nawati, N. C., Yusoff, M. N. H., & Aluwi, N. A. M. (2021). *Enhancing Financial Reporting Quality Through Corporate Ethics Commitment: A Malaysian Review*. Global Conference On Business And Social Sciences Proceeding, 12(1).
- Ogbonna, G. ., T.E.Onuoha, Solomon, C. I., & Ojeaburu, F. (2020). *Audit Quality And Financial Performance Of Quoted Firms In Nigeria*. Journal Of Business And Management Sciences, 9(4), 14-43.
- Purba, R. B. (2023). *Teori Akuntansi: Sebuah Pemahaman untuk Mendukung Penelitian di Bidang Akuntansi*. Merdeka Kreasi Group.
- Rusidah. (2020). *Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Kepuasan Konsumen pada Pedagang Sembako Di Pasar Kamis Desa Sungai Junjangan Kecamatan Batang Tuaka*. Tembilahan: Skripsi S.E., Sekolah Tinggi Agama Islam
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Ke-2 ed.)*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Ulya. D. dll. (2024) " *Teori Etika dan Penerapan Etika Bisnis di Lembaga Keuangan Berbasis Syariah Ethical Theory and Application of Business Ethics in Sharia-Based Financial Institutions*" *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, Volume 1 Nomor 2 2024.
- Van Horne, J. C., & Wachowicz, J. M. (2002). *Fundamentos de administración financiera*. Pearson educación.
- Widaryanti. (2012). *Nilai Etis Perusahaan Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia)*. Fokus Ekonomi, 6(2), 112-119.
- Wijaya, R. S., Indrayeni, & Rafli, R. (2018). *Pengaruh Kode Etik Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan*. Menara Ekonomi, Iv(1).