



The Company Size as a Moderator of the Effect of Corporate Social Responsibility (CSR) and Sales Growth on the Financial Performance of Industrial Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the Period 2021-2024

Dwi Uthari Nabilah¹, Hikmatul Hayati², Laspita Pangaribuan³, Iin Rosini⁴

* Nabilauthari@gmail.com, Hikmahtulhayati05@gmail.com, @laspitapangaribuan@gmail.com,
dosen000140unpam.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to analyze the simultaneous effects of corporate social responsibility and sales growth on company financial performance, to analyze whether corporate social responsibility has a positive effect on company financial performance, to analyze whether sales growth has a positive effect on company financial performance, and to analyze whether company size moderates the effect of corporate social responsibility on company financial performance. To analyze whether corporate social responsibility has a positive effect on company financial performance. The population in this study was industrial sector companies listed on the IDX for the period 2021-2024, totaling 65 companies. The sampling technique used was purposive sampling, resulting in a research sample of 18 companies. The data was processed using E-views 12 software, and the research method used was quantitative with a descriptive approach. The analysis used was multiple linear regression analysis and moderated regression analysis. The results of this study indicate that corporate social responsibility and sales growth simultaneously affect company financial performance. Corporate Social Responsibility does not have a positive effect on company financial performance. Sales growth does not have a positive effect on company financial performance. Company size cannot moderate the effect of corporate social responsibility on company financial performance. Company size cannot moderate the effect of sales growth on company financial performance.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility; Financial Performance; Firm Size; Sales Growth

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini dengan persaingan bisnis yang semakin ketat, kinerja keuangan perusahaan menjadi indikator utama yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya dan menciptakan nilai bagi para pemangku kepentingan. Dilansir dari pajak.com (Amelia, 2025) Sektor manufaktur menjadi sumber pertumbuhan tertinggi terhadap perekonomian nasional dengan kontribusi 0,90 persen dari total pertumbuhan ekonomi Indonesia sebesar 5,03 persen pada 2024. Kontribusi industri manufaktur terhadap PDB atas dasar harga berlaku pada tahun 2022 sebesar 18,34 persen, dan tahun 2023 kontribusinya 18,67 persen, sedangkan tahun 2024 lalu mencapai 18,98 persen. Sehingga Sektor industrial memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional.

Suatu fenomena mengenai kinerja keuangan terjadi di PT Intan Baru Prana Tbk (IBFN) yang mengalami pola kinerja keuangan yang kontradiktif, dilansir dari [ipotnews.com](https://www.ipotnews.com) (Marjudin, 2023:2024) dimana PT Intan Baru Prana Tbk (IBFN) menunjukkan perbaikan signifikan di tahun 2022 namun kemudian mengalami kemunduran drastis di semester I 2024. Pada periode 2022 Perbaikan Kinerja pada periode 2022 berdampak baik dan mengurangi Kerugian bersih 79,33% YoY, dari Rp200,79 miliar (2021) menjadi Rp41,51 miliar (2022), sehingga Pendapatan meningkat 43,25% YoY, dari Rp22,63 miliar menjadi Rp32,42 miliar. Dan Beban usaha turun drastis 781,42% YoY, dari Rp174,40 miliar menjadi Rp38,43 miliar. Sehingga Rugi per saham membaik dari Rp132,33 menjadi Rp27,35 per lembar. Namun pada Periode Semester I 2024 PT Intan Baru Prana Tbk (IBFN) Terjadi Kembali Kemunduran Kinerja yang menyebabkan membengkaknya Kerugian bersih Rp49,31 miliar dari periode semester I 2023 sebesar Rp36,02 miliar, atau naik 36,89 persen yoy, Pendapatan melonjak 403% YoY, dari Rp2,37 miliar menjadi Rp11,96 miliar. Beban pokok penjualan meningkat drastis dari Rp2,3 miliar menjadi Rp10,83 miliar, dan Kas dan setara kas turun 12,14% YoY, dari Rp59,89 miliar menjadi Rp52,62 miliar sehingga Total aset menurun dari Rp472,51 miliar menjadi Rp439,95 miliar.

Selain dituntut untuk mencapai kinerja keuangan yang optimal, perusahaan juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadi isu sentral dalam dunia bisnis modern. Implementasi CSR dipandang tidak hanya sebagai kewajiban moral dan legal, tetapi juga sebagai strategi bisnis yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan, memperkuat hubungan dengan stakeholder, dan pada akhirnya berkontribusi pada kinerja keuangan. Namun, hasil penelitian mengenai hubungan antara CSR dan kinerja keuangan masih menunjukkan hasil yang beragam dan terkadang kontradiktif, sehingga masih diperlukan kajian lebih lanjut terutama dalam konteks perusahaan industrial di Indonesia. Menurut (Septiani & Wahyuni, 2023), Corporate Social Responsibility (CSR) tidak berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas tanggung jawab sosial belum mampu memberikan dampak finansial langsung terhadap profitabilitas perusahaan. Hasil serupa diungkapkan oleh (Ramadhan dkk., 2025) yang menjelaskan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan, sehingga dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab sosial belum menjadi faktor penentu utama dalam peningkatan kinerja perusahaan. Sebaliknya, penelitian (Dua & Prastyatini, 2025) menunjukkan bahwa CSR justru berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan, di mana kegiatan sosial yang berlebihan dapat meningkatkan beban perusahaan sehingga menurunkan laba jangka pendek. Di sisi lain, beberapa penelitian lain menunjukkan hasil berbeda. (Saputra, 2023) menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hasil yang sejalan juga ditemukan oleh (Sa'adah & Sudiarto, 2022), (Amartiya & Minan, 2022), dan (Dasmaran & Fauziah, 2022) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan.

Selain Corporate Social Responsibility (CSR), pertumbuhan penjualan (sales growth) merupakan faktor fundamental yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan pangsa pasar dan daya saing. Sales growth yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan mampu meningkatkan volume penjualan yang berimplikasi pada peningkatan pendapatan dan profitabilitas. Dalam sektor industrial, sales growth menjadi indikator penting karena mencerminkan efektivitas strategi pemasaran dan kemampuan perusahaan dalam merespons permintaan pasar. Penelitian oleh (Aprianto dkk., 2024) dan (Apriyani & Dewi, 2024) menunjukkan bahwa Sales Growth berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan, di mana peningkatan penjualan secara langsung meningkatkan profitabilitas Perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Munawaroh, 2025) perusahaan dengan pertumbuhan penjualan tinggi cenderung memiliki kinerja keuangan yang lebih baik. Namun,

hasil yang berbeda diungkapkan oleh (Prabasari & Amalia, 2022), yang menyatakan bahwa Sales Growth tidak berpengaruh signifikan terhadap Financial Performance. Temuan serupa dikemukakan oleh (Winanty dkk., 2025) dan (Damayanti & Wisnantiasri, 2022), yang menjelaskan bahwa peningkatan penjualan tidak selalu diikuti dengan peningkatan laba apabila tidak diimbangi oleh efisiensi biaya dan pengelolaan operasional yang baik.

Selain itu, perusahaan dengan ukuran yang lebih besar umumnya memiliki sumber daya yang lebih banyak untuk mengimplementasikan program CSR secara lebih efektif dan memiliki akses yang lebih baik terhadap pasar dan pembiayaan. Sebaliknya, perusahaan kecil mungkin menghadapi keterbatasan sumber daya yang dapat mempengaruhi dampak CSR dan sales growth terhadap kinerja keuangan. Penelitian mengenai peran ukuran perusahaan dalam memoderasi hubungan antara Corporate Social Responsibility (CSR) dan kinerja keuangan menunjukkan hasil yang tidak seragam. (Sa'adah & Sudiarto, 2022) dan (Amartiya & Minan, 2022) menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak mampu memperkuat pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan. Kedua penelitian ini mengindikasikan bahwa dampak CSR terhadap kinerja keuangan lebih ditentukan oleh kualitas implementasi dan persepsi stakeholder daripada ukuran aset perusahaan. Namun, hasil berbeda diungkapkan oleh (Dasmaran & Fauziah, 2022), yang menemukan bahwa ukuran perusahaan dapat memoderasi hubungan antara CSR dan kinerja keuangan. Temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan besar dengan sumber daya yang lebih kuat cenderung dapat memaksimalkan kegiatan CSR dan mendapatkan dampak finansial yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil. Beberapa penelitian juga menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki peran moderasi yang signifikan. (Winanty dkk., 2025), (Utami dkk., 2023), dan (Damayanti & Wisnantiasri, 2022), menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap kinerja keuangan, sehingga besar kecilnya perusahaan tidak memengaruhi kuatnya hubungan antara penjualan dan profitabilitas. Berbeda dengan hasil tersebut penelitian yang dilakukan oleh (Munawaroh, 2025) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dapat memperkuat pengaruh Sales Growth terhadap kinerja keuangan. Hal ini berarti perusahaan besar memiliki kemampuan yang lebih tinggi untuk mengoptimalkan pertumbuhan penjualan menjadi peningkatan laba. Namun secara keseluruhan, sebagian besar penelitian menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan bukanlah faktor dominan dalam memperkuat hubungan antara Sales Growth dan kinerja keuangan.

Periode 2021-2024 merupakan periode yang menarik untuk diteliti karena mencakup fase pemulihan ekonomi pasca pandemi COVID-19, di mana perusahaan industrial menghadapi berbagai tantangan seperti disruption rantai pasok, perubahan pola konsumsi, dan tekanan untuk beradaptasi dengan normal baru. Dalam konteks ini, memahami bagaimana CSR dan sales growth mempengaruhi kinerja keuangan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi menjadi sangat relevan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam memperkaya literatur mengenai determinan kinerja keuangan, khususnya dengan menguji peran moderasi ukuran perusahaan. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi manajemen perusahaan industrial dalam merumuskan strategi CSR dan pertumbuhan penjualan yang optimal sesuai dengan karakteristik ukuran perusahaan mereka.

METODE PENELITIAN

Populasi pada penelitian ini yaitu Perusahaan sektor industrial yang terdaftar di BEI periode 2021-2024 yaitu sebanyak 65 perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Purposive Sampling sehingga sample penelitian berjumlah 18 perusahaan. Dengan periode penelitian 4 tahun sehingga didapatkan data sejumlah 72 yang diolah menggunakan Software E-views 12 dan Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan pendekatan Deskriptif. Analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dan

Moderated Regression Analysis.

Adapun kriteria yang digunakan untuk pemilihan sampel adalah sebagai berikut:

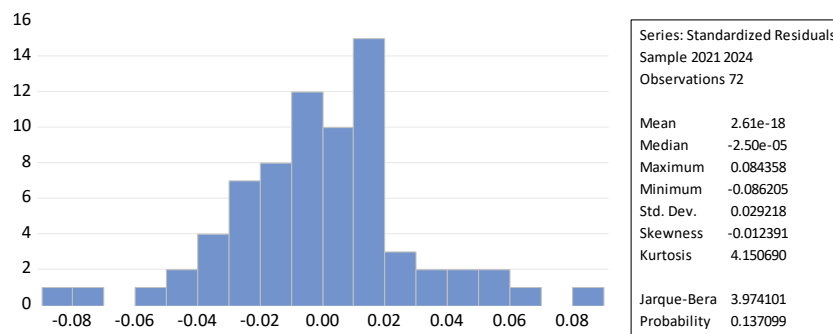
1. Perusahaan yang terdaftar di BEI dan termasuk dalam Sektor industrial selama periode 2021-2024.
2. Perusahaan yang tidak mengalami delisting selama periode penelitian
3. Perusahaan yang secara konsisten mempublikasikan Laporan Keuangan Konsolidasian (*Financial Statement*), laporan tahunan (*Annual Report*) dan laporan keberlanjutan (*Sustainability Report*) pada periode penelitian.
4. Perusahaan yang memiliki data lengkap terkait variabel penelitian, yaitu Indikator GRI Standard 2021 untuk Variabel CSR, dan Laporan posisi keuangan untuk Variabel Ukuran Perusahaan dan kinerja keuangan. Laporan Laba rugi untuk Variabel Sales Growth dan kinerja keuangan

Table 1
Operational Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala	Sumber Data
Kinerja Keuangan	Kinerja keuangan merupakan gambaran kondisi keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu	Return on Assets ROA = (Laba Bersih : Total Aset) x 100	Rasio	Laporan posisi keuangan dan Laporan Laba rugi.
<i>Corporate Social Responsibility</i>	Komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial melalui program dan aktivitas keberlanjutan.	1. Corporate Social Responsibility (GRI-S21) $CSRI = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$ Keterangan: CSRI = <i>Corporate Social Responsibility Index</i> X_{ij} = Jumlah item indikator yang diungkapkan. Nilai 1 = Jika item diungkapkan, Nilai 0 = Jika item tidak diungkapkan. N_j = Total item indikator yang diungkapkan	Rasio	Laporan Keberlanjutan
<i>Sales Growth</i>	Indikator yang mengukur seberapa cepat pendapatan perusahaan dari penjualan produk atau layanan meningkat dalam periode waktu tertentu	$Sales\ Growth = \frac{St - St_{-1}}{St_{-1}} \times 100\%$ Keterangan: St = Penjualan pada tahun ke t $St-1$ = Penjualan pada periode sebelumnya	Rasio	Laporan Laba rugi
Ukuran Perusahaan	Besarnya perusahaan berdasarkan total aset yang dimiliki.	Logaritma natural (Ln) dari total aset perusahaan. Size = Ln (Total Asset)	Rasio	Laporan Posisi Keuangan

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Normalitas



Gambar 2
Uji Normalitas

Berdasarkan pada hasil uji normalitas pada gambar 1 diatas menunjukkan bahwa didapatkan nilai *Jarque-Bera* (JB) sebesar 3.974101 dengan nilai *Probability* 0.137099 > 0.05 dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji F (Simultan)

Table 2
Uji F (Simultan) dan Uji t (Parsial)

Dependent Variable: Y
Method: Panel Least Squares
Date: 12/19/25 Time: 22:29
Sample: 2021 2024
Periods included: 4
Cross-sections included: 18
Total panel (balanced) observations: 72

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.043257	0.526492	1.981526	0.0532
X1	-1.050779	1.784169	-0.588946	0.5586
X2	0.107247	0.574972	0.186526	0.8528
X1Z	0.036191	0.059866	0.604541	0.5483
X2Z	-0.003739	0.019696	-0.189834	0.8502
Z	-0.031908	0.017850	-1.787540	0.0800

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.917782	Mean dependent var	0.104611
Adjusted R-squared	0.880868	S.D. dependent var	0.101899
S.E. of regression	0.035171	Akaike info criterion	-3.603138
Sum squared resid	0.060613	Schwarz criterion	-2.875870
Log likelihood	152.7130	Hannan-Quinn criter.	-3.313611
F-statistic	24.86251	Durbin-Watson stat	1.522564
Prob(F-statistic)	0.000000		

Berdasarkan tabel hasil uji F, pada tabel 1 diatas dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 24.86251 dengan tingkat signifikansi 0,000000. Sedangkan untuk mencari F tabel dengan jumlah sampel (n) = 72, Jumlah Variabel (k) = 3 dan taraf signifikan 0,05 dengan df 1 untuk pembilang ($k-1$) = 3-1 = 2 dan df2 untuk penyebut ($n-k$) = 72-3 = 69 diperoleh nilai F tabel sebesar 3.13. Sehingga F hitung ($24.86251 > 3.13$) dengan nilai signifikan $0.00000 < \text{taraf signifikan } 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa H_1 diterima dan dapat disimpulkan bahwa

Corporate Social Responsibility, dan Sales Growth secara simultan berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Industrial yang Terdaftar di BEI Periode 2021-2024.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Saputra., 2023) menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan karena pengungkapan CSR memberi sinyal positif bagi investor dan publik. Dan penelitian yang dilakukan oleh (Aprianto dkk., 2024) menunjukkan bahwa Sales Growth berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan, di mana peningkatan penjualan secara langsung meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Menurut teori signaling bahwa secara bersama-sama, CSR dan sales growth memberikan sinyal komprehensif kepada investor tentang keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan. Keduanya menciptakan narasi yang lebih kuat tentang kesehatan perusahaan jangka panjang, yang dipersepsikan positif oleh stakeholder dan tercermin dalam kinerja keuangan.

3. Uji t (Parsial)

Dengan pengamatan sebanyak ($n=72$). Jumlah variabel independen dan dependen sebanyak ($k=3$) maka degree of freedom (df) = $n-k = 72-3 = 69$ titik persentase distribusi t adalah 1.66724, Dimana Tingkat signifikannya sebesar 0.05. Berdasarkan hasil pada tabel 2 hasil uji parsial (uji t) hasil perhitungan dengan menggunakan E-views versi 12 dapat dijelaskan sebagai berikut :

Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap kinerja Keuangan

Hasil pengujian analisis regresi data panel diatas mempunyai nilai probabilitas sebesar $0.5586 > 0.05$ dan Nilai t -statistic $0.588946 < 1.66724$ lebih kecil dari t tabel dengan koefisien bertanda negatif, maka dapat disimpulkan H_2 ditolak. Artinya CSR secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Industrial yang Terdaftar di BEI Periode 2021-2024. Teori Signaling menjelaskan dalam hal ini terjadi kegagalan mekanisme signaling yang menyebabkan aktivitas tanggung jawab sosial seharusnya berfungsi sebagai sinyal positif kepada stakeholder dengan prospek jangka panjang yang menguntungkan, dan komitmen terhadap keberlanjutan sehingga diharapkan dapat meningkatkan reputasi perusahaan, Namun sebaliknya pengungkapan CSR tidak diterima sebagai sinyal yang kredibel oleh stakeholder. Hal ini bisa terjadi karena stakeholder menganggap praktik CSR yang dilakukan perusahaan hanya bersifat simbolis atau greenwashing, sehingga tidak mencerminkan komitmen genuine perusahaan. Hal Ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Septiani & Wahyuni, 2023), dan (Ramadhan, dkk., 2025) yang menjelaskan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Saputra., 2023) dan (Amartiya & Minan, 2022) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan

Pengaruh Sales Growth terhadap kinerja keuangan

Hasil pengujian analisis regresi data panel diatas mempunyai nilai probabilitas sebesar $0.8528 > 0.05$ dan Nilai t -statistic $0.186526 < 1.66724$ lebih kecil dari t table maka dapat disimpulkan H_3 ditolak. Artinya Sales Growth secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Industrial yang Terdaftar di BEI Periode 2021-2024.

Menurut teori signaling pertumbuhan penjualan belum tentu diterjemahkan menjadi sinyal kualitas perusahaan yang baik. Hal ini terjadi karena stakeholder, terutama investor tidak hanya melihat sales growth sebagai indikator tunggal tetapi juga mempertimbangkan kualitas pertumbuhan tersebut. Pertumbuhan penjualan yang dicapai melalui strategi aggressive pricing, pemberian kredit yang longgar, atau ekspansi dengan margin yang rendah justru dapat dipersepsikan sebagai sinyal negatif tentang tekanan kompetitif atau kesulitan perusahaan mempertahankan profitabilitas. Dalam kondisi seperti ini, sales growth gagal berfungsi sebagai sinyal positif karena tidak disertai dengan peningkatan value creation yang riil.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Winanty dkk., 2025) dan (Damayanti & Wisnantiasri, 2022) yang menyatakan bahwa Sales Growth tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan, namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aprianto dkk., 2024) dan (Utami dkk., 2023) yang menyatakan bahwa Sales Growth berpengaruh terhadap kinerja keuangan

4. Uji MRA (Moderated Regression Analysis)

Table 3
Uji MRA Persamaan 1

Dependent Variable: Y				
Method: Panel Least Squares				
Date: 12/20/25 Time: 12:56				
Sample: 2021 2024				
Periods included: 4				
Cross-sections included: 18				
Total panel (balanced) observations: 72				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.065692	0.488770	2.180355	0.0339
X1	-1.084015	1.744751	-0.621301	0.5372
X1Z	0.037262	0.058557	0.636332	0.5274
Z	-0.032713	0.016554	-1.976161	0.0536

Dengan persamaan

$$Y = 1.0656918137 - 1.08401506037 * X1 + 0.037261517431 * X1Z - 0.0327132458946 * Z$$

Berdasarkan pada tabel 3 diatas dapat diketahui bahwa menunjukan nilai probabilitas dari uji interaksi variabel CSR dan Ukuran Perusahaan adalah sebesar 0.5274 dimana hasil tersebut lebih besar dari sig. 0.05, maka dapat disimpulkan H4 ditolak artinya Ukuran Perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Industrial yang Terdaftar di BEI Periode 2021-2024. Hal ini dapat terjadi karena perusahaan besar justru menghadapi ekspektasi stakeholder yang lebih tinggi dan scrutiny yang lebih ketat terhadap praktik CSR mereka, sehingga aktivitas CSR yang dilakukan dianggap sebagai kewajiban minimal bukan voluntary signal yang genuine, yang mengakibatkan hilangnya efek diferensiasi dan kredibilitas sinyal. Sebaliknya, meskipun perusahaan kecil memiliki fleksibilitas dan kedekatan dengan komunitas lokal yang bisa membuat CSR mereka lebih autentik, keterbatasan sumber daya dan visibilitas rendah membuat sinyal CSR mereka tidak cukup kuat untuk mencapai investor atau analis pasar modal, sehingga tidak berdampak signifikan pada kinerja keuangan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sa'adah & Sudiarto, 2022) dan (Amartiya & Minan, 2022) yang menyebutkan bahwa ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi hubungan antara CSR dan kinerja keuangan. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dasmaran & Fauziah, 2022), yang menemukan bahwa ukuran perusahaan dapat memoderasi hubungan antara CSR dan kinerja keuangan.

Table 4
Uji MRA Persamaan 2

Dependent Variable: Y
Method: Panel Least Squares
Date: 12/20/25 Time: 12:59
Sample: 2021 2024
Periods included: 4
Cross-sections included: 18
Total panel (balanced) observations: 72

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.953643	0.491242	1.941288	0.0578
X2	0.123568	0.564425	0.218927	0.8276
X2Z	-0.004306	0.019333	-0.222724	0.8246
Z	-0.028782	0.016700	-1.723412	0.0909

Dengan persamaan

$$Y = 0.953642664953 + 0.123567850351 \cdot X2 - 0.00430594713602 \cdot X2Z - 0.0287817668576 \cdot Z$$

Berdasarkan pada tabel 4 diatas dapat diketahui bahwa menunjukan nilai probabilitas dari uji interaksi Sales Growth dan Ukuran Perusahaan adalah sebesar 0.8246 dimana hasil tersebut lebih besar dari sig. 0.05, maka dapat disimpulkan H5 ditolak artinya Ukuran Perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh Sales Growth terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Industrial yang Terdaftar di BEI Periode 2021-2024. Hal ini karena perusahaan besar menghadapi beban biaya yang tinggi, dan lemah dalam merespons perubahan pasar yang tidak stabil pasca pandemi, sehingga meskipun pertumbuhan penjualan dipercaya sebagai sinyal, namun ukuran perusahaan tidak memberikan keuntungan tambahan dalam meningkatkan kinerja keuangan. Di sisi lain, perusahaan kecil meskipun lebih fleksibel dan cepat beradaptasi dengan perubahan pasar, namun memiliki kepercayaan yang rendah di mata investor, sehingga pertumbuhan penjualan mereka juga tidak efektif meningkatkan kinerja keuangan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Damayanti & Wisnantiasri, 2022) dan (Utami dkk., 2023), yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak memoderasi hubungan antara Sales Growth dan kinerja keuangan. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Munawaroh, (2025) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dapat memperkuat pengaruh Sales Growth terhadap kinerja keuangan.

KESIMPULAN

Kesimpulan pada penelitian ini adalah:

1. Corporate Social Responsibility, dan Sales Growth secara simultan berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan.
2. Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan.
3. Sales Growth tidak berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan.
4. Ukuran Perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan.
5. Ukuran Perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh Sales Growth terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh peneliti selanjutnya untuk mengembangkan kajian mengenai pengaruh Corporate Social Responsibility dan Sales Growth terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian mendatang diharapkan dapat menambahkan variabel kontrol yang lebih komprehensif. Penggunaan ukuran

kinerja keuangan yang lebih beragam juga perlu dipertimbangkan dalam penelitian mendatang. Selain proksi yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti selanjutnya dapat menambahkan pengukuran seperti Return on Equity untuk perspektif pemegang saham, Return on Investment untuk efektivitas investasi, Net Profit Margin untuk efisiensi laba. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif, penelitian mendatang juga dapat mengadopsi pendekatan mixed methods yang mengkombinasikan analisis kuantitatif dengan penelitian kualitatif. Wawancara mendalam dengan manajemen perusahaan dapat memberikan insight tentang mengapa CSR tidak berdampak signifikan pada kinerja keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Jekwam, J. J., & Hermuningsih, S. (2018). Peran Ukuran Perusahaan (Size) Dalam Memoderasi Corporate Social Responsibility Dan Likuiditas Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI. *UPAJIWA DEWANTARA: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen Daulat Rakyat*, 2(1), 76-85.
- 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. *Vokasi: Jurnal Riset Akuntansi*, 12(2), 65-73.
- Prabasari, B., & Amalia, N. R. (2022). Pengaruh Sales Growth Dan Capital Structure Terhadap Financial Perfomance. *Solusi*, 20(3), 230-235. Nama Akhir, B., & Nama akhir, B. L. (2022).
- Aprianto, M. S., Norisanti, N., & Danial, R. D. M. (2024). PENGARUH FIRM SIZE, LEVERAGE DAN SALES GROWTH TERHADAP KINERJA KEUANGAN (Studi keuangan pada sektor property dan real estate yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2017-2021). *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 14(2), 290-303. Nama Akhir, V. B. (2022).
- Ramadhan, H. F., Santoso, S. B., Fakhruddin, I., & Pramono, H. (2025). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Pada Perusahaan Yang Termasuk Dalam Indeks Saham Syariah IDX Growth Sharia Tahun 2021-2023). *Journal of Accounting and Finance Management*, 5(6), 1723-1733.
- Dua, A. P., & Prastyatini, S. L. Y. (2025). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Kinerja Lingkungan dan Struktur Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan: Pengaruh Corporate Social Responsibility, Kinerja Lingkungan dan Struktur Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 11(1), 17-30.
- Saputra, A. (2024). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, dan Dewan Komisaris terhadap Kinerja Keuangan dengan Kepemilikan Institusional sebagai Variabel Moderasi* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA).
- Sa'adah, L., & Sudiarto, E. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 15(1), 159-165.

- Amartiya, D. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2017-2021. *Jasmien*, 3(01), 571-586.
- Dasmaran, V., & Fika, F. (2022). Dampak Corporate Social Responsibility pada Kinerja Keuangan yang Dimoderasi Ukuran Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan LQ45 Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun (2021). *Jurnal Akuntansi*, 113-122.
- Apriyani, I., & Dewi, I. P. (2025). Pengaruh Struktur Modal Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 5(02), 140-149.
- Winanty, V. A., Safrida, E., & Sibarani, J. L. (2025). Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Kinerja Keuangan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 9(4), 3144-3156.
- Utami, J. K., Wijaya, A. L., & Murwani, J. (2023, September). Pengaruh Struktur Modal Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Pemoderasi Ukuran Perusahaan. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 5).
- Munawaroh, L. (2025). Pengaruh Struktur Modal, Struktur Aset dan Sales Growth terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Firm Size sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index Tahun 2021-2024. Skripsi *Program Studi Akuntansi Syariah, Universitas Islam Negeri Salatiga*.
- Damayanti, A., Wisnantiasri, S.N (2022) Pengaruh Sales Growth dan Financial Leverage Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020). Skripsi *Universitas Pembangunan*.
- Amelia, N. (2025, Februari). Kontribusi industri manufaktur ke PDB capai 18,98 persen pada 2024. Pajak.com. <https://www.pajak.com/ekonomi/kontribusi-industri-manufaktur-ke-pdb-capai-1898-persen-pada-2024/>
- Marjudin. (2023, Maret 21). Kinerja tahun 2022 membaik, kerugian IBFN bisa ditekan. IPOT News. <https://www.indopremier.com/>
- Marjudin. (2024, Agustus 5). Beban kian besar, kerugian IBFN di semester I 2024 membengkak. IPOT News. <https://www.indopremier.com/>