

**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Financial Performance*
Dengan Persaingan Pasar Produk sebagai Variabel Moderasi**

Ida Lusiana Dewi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *financial performance* dengan persaingan pasar sebagai moderator. Penelitian ini juga melakukan penelitian terhadap faktor jangka panjang *financial performance* dan faktor lingkungan eksternal berupa persaingan pasar produk. Penelitian ini menggunakan perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2014-2019. Total sampel yang digunakan penelitian ini yaitu sebanyak 198. Metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah uji regresi linier berganda yang diproses dengan menggunakan perangkat lunak STATA 14.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak memiliki pengaruh terhadap *financial performance*, namun memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *future financial performance*. Hal tersebut menunjukkan bahwa stakeholder membutuhkan waktu untuk dapat merasakan dan memahami manfaat dari kegiatan CSR yang kemudian akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Selain itu, persaingan pasar tidak dapat memoderasi hubungan CSR secara keseluruhan namun hanya dapat memperkuat pengaruh CSR dibidang ekonomi terhadap *financial performance* yang artinya ketika persaingan tinggi maka *stakeholder* akan semakin melihat pengungkapan CSR EC yang kemudian akan meningkatkan ROA perusahaan.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility*, *Financial Performance*, *Future Financial Performance*, Persaingan Pasar

**The Effect of Corporate Social Responsibility on Financial Performance with
Market Competition as a Moderator**

Ida Lusiana Dewi

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of corporate social responsibility on financial performance with market competition as a moderator. This study also conducts research on long-term financial performance factors and external environmental factors in the form of product market competition. This study uses non-financial companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) during the 2014-2019 period. The total sample used in this research is 198. The data analysis method used to test the hypothesis is multiple linear regression which is processed using STATA 14.0 software. The results showed that corporate social responsibility has no effect on financial performance, but has a significant positive effect on future financial performance. This shows that stakeholders need time to feel and understand the benefits of CSR activities which will then improve the company's financial performance. In addition, market competition cannot moderate the overall CSR relationship but can only strengthen the effect of CSR in the economy on financial performance, which means that when competition is high, stakeholders will increasingly see the disclosure of EC CSR which will then increase the company's ROA.

Keywords : Corporate Social Responsibility, Financial Performance, Future Financial Performance, Market Competition