

Pengaruh Corporate Social Responsibility, Corporate Image, dan Competitive Advantages Terhadap Economics Performance

Ahmad Pebrian

Universitas Muhammadiyah Tangerang

Gundumerah2001@gmail.com

Dirvi Surya Abbas

Universitas Muhammadiyah Tangerang

abbas.dirvi@gmail.com

Hesty Erviani Zulaecha

Universitas Muhammadiyah Tangerang

Jl. Perintis Kemerdekaan I No.33, Cikokol, Kec. Tangerang, Kota Tangerang, Banten, Indonesia

Korespondensi penulis: abbas.dirvi@gmail.com

Abstract. *The purpose of this study is to determine the effect of Good Corporate Governance, Profitability, Leverage, and Fixed Asset Intensity on Tax Avoidance in manufacturing companies. The research time period used is 5 years, namely the 2017-2021 period. The population of this study includes all manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2017-2021 period. The sampling technique used was purposive sampling. Based on the established criteria 47 companies were obtained. The analytical method used is [ane; data regression analysis using Eviews 12. The results show that Institutional Ownership and Leverage had no effect on Tax Avoidance, Audit Committee, Profitability, Fixed Asset Intensity, and Fixed Asset Intensity with Tax Avoidance.*

Keywords: *economics performance, corporate social responsibility, corporate image, competitive advantage.*

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh corporate social responsibility, corporate image dan competitive advantage terhadap economics performance pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Periode waktu penelitian yang digunakan adalah 4 tahun yaitu periode 2018-2021.

Populasi penelitian ini meliputi seluruh perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan diperoleh 10 perusahaan. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari situs Bursa Efek Indonesia. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi data panel dengan menggunakan program pengolah data eviews 9.0 Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility dan Corporate Image tidak berpengaruh terhadap Enviromental Disclosure, Sedangkan Competitive Advantage berpengaruh terhadap Enviromental Disclosure.

Kata kunci: economics performance, corporate social responsibility, corporate image, competitive advantage

LATAR BELAKANG

Melambatnya pertumbuhan konsumsi juga menjadi faktor penurunan ekonomi di Indonesia. Pada awal tahun 2019 pertumbuhan konsumsi sebesar 5,0 lebih rendah dari akhir tahun 2018 sebesar 5,08%. Hal tersebut menyebabkan kinerja perusahaan yang bergerak dibidang makanan dan minuman menurun. PT. Unilever Indonesia Tbk salah satu yang mengalami penurunan kinerja ekonomi perusahaan dikarenakan penjualan produk makanan dan minuman yang merosot. PT. Unilever Indonesia Tbk mencatat pendapatan yang dihasilkan sebesar Rp. 3,1 Triliun, pendapatan tersebut menurun dari tahun 2018 sebesar Rp. 3,8 Triliun yang artinya laba dari perusahaan tersebut turun 8,8% (www.liputan6.com).

PT. Kino Indonesia juga mengalami penurunan kinerja ekonomi perusahaan. Perusahaan mencatat awal sampai pertengahan tahun 2020 pendapatan bersih sebesar Rp. 118,64 Miliar yang menurun dari tahun 2019 sebesar Rp. 365,29 Miliar itu artinya laba menurun sampai 62,52%. Sementara aktivitas penjualan KINO di awal tahun 2020 adalah Rp.2,19 Triliun, penjualan tersebut turun sebesar 1,30% dari tahun lalu yang mencapai Rp. 2,22 Triliun (www.liputan6.com).

Dari fenomena diatas dapat disimpulkan bahwa beberapa perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman mengalami penurunan kinerja ekonomi perusahaan. Kinerja ekonomi dapat diukur dengan laporan keuangan tahunan. Semakin suatu perusahaan memiliki return saham yang baik maka semakin baik juga kinerja ekonomi perusahaan yang diperoleh karena kinerja ekonomi berperan sebagai gambaran dari keberhasilan suatu perusahaan.

Saat ini banyak cara perusahaan untuk menjalankan segala aktivitas perusahaannya dan mengembangkan strategi yang inovatif dan kreatif yang dapat mempengaruhi kinerja ekonomi perusahaannya. Salah satunya menyadari pentingnya penerapan tanggung jawab sosial. Suatu perusahaan akan menunjukkan gagasannya apabila gagasan tersebut menimbulkan kenaikan dari nilai perusahaan. Dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka perusahaan akan memperoleh legitimasi dari masyarakat dan memaksimalkan keuangannya dalam jangka panjang melalui penerapan tanggung jawab sosial. (Tristianasari & Fachrurrozie, 2014).

Tanggung jawab sosial atau Corporate responsibility social adalah suatu pengembangan gagasan perusahaan yang bermanfaat sebagai bentuk dari pertanggungjawaban kepada seluruh pihak, baik eksternal seperti karyawan dan pemegang

saham dan pihak internal seperti pemerintah, konsumen dan juga masyarakat. Suatu perusahaan yang beroperasi memiliki keterkaitan pada lingkungan sekitar, jadi apabila suatu perusahaan memiliki tanggung jawab sosial yang positif maka akan semakin baik juga pandangan sekitar terhadap perusahaan tersebut. Secara tidak langsung, CSR dapat meningkatkan kinerja ekonomi perusahaan karena sebagai alat promosi untuk perusahaan kepada masyarakat sekitar agar lebih percaya kepada perusahaan tersebut, meyakinkan untuk para investor dan calon investor juga menjalin hubungan kemitraan terhadap pihak lain (www.ocbenisp.com).

Hasil penelitian Eksandi dan Putriawan (2020) menunjukkan adanya pengaruh antara corporate responsibility social terhadap economics performance, sementara Santoso (2017) menunjukkan tidak adanya pengaruh antara corporate responsibility social terhadap economics performances.

Kemudian corporate image atau citra perusahaan juga menjadi faktor yang mempengaruhi kinerja ekonomi perusahaan. Kesan buruk dari sebuah perusahaan, dari mana pun asalnya, pasti mengarah pada reputasi merek. Oleh karena itu, jika ingin membangun citra perusahaan, maka selalu mulai untuk fokus pada merek anda terlebih dahulu. Citra perusahaan yang baik menjadi aset yang semakin berharga bagi sebuah perusahaan, yang dapat "diubah" menjadi keuntungan atau penilaian tinggi saham perusahaan. Citra perusahaan adalah suatu tanggapan yang berasal dari konsumen terhadap seluruh penawaran yang diberikan dan didefinisikan sebagai gabungan dari ide, gambaran layanan dan keyakinan suatu perusahaan. Citra perusahaan atau reputasi adalah penggambaran cara di mana perusahaan, aktivitasnya, dan produk atau jasanya dirasakan oleh orang luar. Dalam iklim bisnis yang kompetitif, banyak bisnis aktif bekerja untuk menciptakan dan mengkomunikasikan citra positif kepada mereka pelanggan, pemegang saham, komunitas keuangan dan masyarakat umum publik (Young, 1996). Bisnis yang sukses harus memiliki citra yang baik. Oleh karena itu, perusahaan yang telah memiliki citra bisnis yang baik perlu mempertahankan atau meningkatkannya. Jika citra bisnis perusahaan turun, maka akan menyebabkan perusahaan tersebut bangkrut sehingga dapat menurunkan kinerja ekonominya.

Hasil penelitian Eksandy, Sari, Dewanti (2021) menunjukkan adanya pengaruh antara corporate image terhadap economics performance, sedangkan penelitian Eksandy, Murtanto dan Arsjah (2021) menunjukkan tidak adanya pengaruh antara corporate image terhadap economics performances.

Faktor selanjutnya adalah competitive advantages atau keunggulan kompetitif. Jika suatu perusahaan ingin berkembang dan sukses dalam jangka waktu yang lama, perusahaan harus terus meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Competitive advantage adalah suatu kondisi emiten yang memiliki sesuatu yang unggul dari pesaingnya. Keunggulan kompetitif adalah perusahaan yang mengalami keunggulan bersaing ketika tindakan- tindakan dalam suatu industri atau pasar menciptakan nilai ekonomi dan ketika beberapa perusahaan yang bersaing terlibat dalam tidak serupa (Barney dalam Djodjoko dan Tawas. 2014). Suatu perusahaan yang unggul dalam keunggulan kompetitifnya berpengaruh terhadap kinerja ekonomi perusahaan, seperti menarik konsumen agar puas dengan apa yang dihasilkan perusahaan dan juga mendatangkan investor karena dinilai memiliki peluang untuk resiko gagal bayar yang kecil dan juga mendapatkan deviden yang besar (www.Linovhr.com).

Hasil penelitian Hoan Nguyen, Thi Hoang Mai Tran, Thi Hai Yen Nguyen, Duc Dinh Truong (2021) menunjukkan adanya pengaruh antara competitive advantage terhadap economics performance, sementara Purwanto, Nanda Fito Mela (2021) menunjukkan tidak adanya pengaruh antara competitive advantage terhadap economics performance.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian menggunakan metode purposive sampling karena teknik pengambilan sampel perusahaan dilakukan berdasarkan kriteria. Purposive sampling adalah teknik penentu sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017). Pendekatan Purposive Sampling lebih tepat digunakan apabila memang sebuah penelitian memerlukan kriteria khusus, agar tidak terjadi bias hasil penelitian, disamping itu pendekatan ini juga diperlukan agar sampel yang diambil nantinya sesuai dengan tujuan penelitian yaitu dapat memecahkan permasalahan penelitian serta dapat memberikan nilai yang lebih representatif. Kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini adalah :

1. Perusahaan industri manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2021.
2. Perusahaan industri manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang secara berturut turut selama 2018-2021 menerbitkan annual report dan atau sustainability report.
3. Perusahaan industri manufaktur yang menggunakan mata uang rupiah.

4. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian selama 2018-2021.
5. Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang menampilkan penghargaan (awards) selama periode 2018-2021.

Dengan demikian sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 10 perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman, yaitu :

Tabel 1

Daftar Sampel Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1.	CAMP	PT Campina Ice Cream Industry Tbk
2.	CEKA	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
3.	COCO	PT Wahana Interfood Nusantara Tbk
4.	DLTA	PT Delta Djakarta Tbk
5.	GOOD	PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk
6.	ICBP	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
7.	INDF	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
8.	MYOR	PT Mayora Indah Tbk
9.	SKLT	PT Sekar Laut Tbk
10.	ULTJ	PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk

Sumber : Data Diolah Penulis (2022)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini merupakan gambaran dari statistik deskriptif yang disajikan pada tabel 2 dari masing-masing variabel penelitian, yaitu:

Tabel 2

Statistik Deskriptif

	EP	CSR	CI	CA
Mean	0.139750	0.218500	0.774750	0.144250
Median	0.135000	0.220000	0.810000	0.110000
Maximum	0.260000	0.450000	1.000.000	0.500000
Minimum	0.020000	0.050000	0.080000	0.040000
Std. Dev.	0.061623	0.101263	0.227100	0.108057
Jarque-Bera	1.126.042	1.440.033	1.199.057	4.447.521
Probability	0.569486	0.486744	0.002490	0.000000

Observations	40	40	40	40
--------------	----	----	----	----

Sumber : Data Diolah Penulis (2022)

Berdasarkan tabel 2 diatas, diketahui bahwa jumlah data yang diobservasi sebanyak 40 yang didapat dari 10 variabel penelitian, adapun penjelasan kelompokan yang didasarkan atas nilai rata-rata dari kelompok tersebut adalah :

a. Economics Performance (Y)

Hasil analisis statistik dekriptif diketahui nilai minimum economics performance sebesar 0.020000 dan nilai maksimum sebesar 0.260000. Dengan nilai rata-rata (Mean) sebesar 0.139750, median sebesar 0.135000, standar deviasi sebesar 0.061623. Dari hasil tersebut diketahui bahwa PT. Delta Djakarta memiliki nilai yang paling tinggi, sedangkan PT. Wahana Interfood Nusantara Tbk memiliki nilai yang paling rendah pada indeks economics performance.

b. Corporate Social Responsibility

Hasil analisis statistik dekriptif diketahui nilai minimum corporate social responsibility sebesar 0.050000 dan nilai maksimum sebesar 0.450000. Dengan nilai rata-rata (Mean) sebesar 0.218500, median sebesar 0.220000, standar deviasi sebesar 0.101263. Dari hasil tersebut diketahui bahwa PT. Indofood Sukses Makmur memiliki nilai yang paling tinggi, sedangkan PT. Wahana Interfood Nusantara Tbk memiliki nilai yang paling rendah pada indeks corporate social responsibility.

c. Corporate Image

Hasil analisis statistik dekriptif diketahui nilai minimum corporate image sebesar 0.080000 dan nilai maksimum sebesar 1.000.000. Dengan nilai rata-rata (Mean) sebesar 0.774750, median sebesar 0.810000, standar deviasi sebesar 0.227100. Dari hasil tersebut diketahui bahwa seluruh perusahaan terdapat memiliki nilai yang paling tinggi, sedangkan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk memiliki nilai yang paling rendah pada indeks corporate image.

d. Competitive Advantage

Hasil analisis statistik dekriptif diketahui nilai minimum corporate image sebesar 0.040000 dan nilai maksimum sebesar 0.500000. Dengan nilai rata-rata (Mean) sebesar 0.144250, median sebesar 0.110000, standar deviasi sebesar 0.108057. Dari hasil tersebut diketahui bahwa PT. Delta Djakarta Tbk memiliki nilai yang paling tinggi,

sedangkan PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk memiliki nilai yang paling rendah pada indeks corporate image.

Tabel 3

Kesimpulan Model Regresi Data Panel

No	Metode	Pengujian	Prob.	Hasil
1	Uji <i>Chow</i>	CEM vs FEM	0.0000	FEM
2	Uji <i>Hausman</i>	REM vs FEM	0.2025	REM
3	Uji <i>Lagrange Multiplier</i>	CEM vs REM	0.0003	REM

Sumber : Output Eviews 9.0

Berdasarkan hasil pengujian yang sudah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa Model Regresi Data Panel yang akan digunakan dalam Uji Hipotesis dan persamaan Regresi Data Panel adalah model Random Effect Model (REM).

Tabel 4

Rangkuman Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Nilai (t-Statistik)	Signifikansi	Keterangan
CSR Terhadap EP	-1.083441	0.2858	Ditolak
CI Terhadap EP	1.784476	0.0828	Ditolak
CA Terhadap EP	6.100935	0.0000	Diterima
<i>Adjusted R-Square</i>	0.503237		
Prob F statistic	0.000003		

Sumber : Data Diolah Penulis (2022)

1. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Economics Performance

Hasil Nilai t-statistic Corporate Social Responsibility sebesar 1.363646, sementara t-tabel dengan tingkat $\alpha = 5\%$, $df (n-k) = 36$ didapat nilai t-tabel sebesar 2.02809 dengan demikian t-statistic Corporate Social Responsibility $-1.083441 < t\text{-tabel } 2.02809$ dan nilai prob $0.2858 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Corporate Social Responsibility dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh terhadap Economics Performance pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021. Hasil Penelitian ini tidak didukung Teori Sinyal yaitu kurangnya informasi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan

pada annual report atau sustainability report. Perusahaan cenderung melakukan kegiatan yang sama setiap tahunnya sehingga nilai pada corporate social responsibility kurang membawa sinyal positif kepada pihak luar. Corporate social responsibility tidak berpengaruh terhadap economics performance disebabkan karena tidak adanya hubungan langsung terkait naik turunnya kinerja ekonomi perusahaan. Corporate social responsibility dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kewajibannya kepada lingkungan tanpa memandang apakah lingkungan tersebut termasuk target pasar dari perusahaan tersebut. Pengimplementasian corporate social responsibility hanya akan membuat perusahaan mempunyai citra baik bagi penerima corporate social responsibility karena tidak dapat menyasar langsung kepada target pasar suatu perusahaan (Noor dan Srimindarti, 2022).

Corporate social responsibility tidak berpengaruh terhadap economics performance karena adanya tanggung jawab sosial masuk ke dalam pembiayaan perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial sehingga dapat menurunkan kinerja ekonomi dan mengurangi laba perusahaan. Jadi tanggung jawab sosial hanya fokus bertujuan untuk menjaga reputasi perusahaan. Hasil Penelitian ini konsisten dengan penelitian Putri dan Rosdiana (2021) dan Santoso (2017) yang menyatakan bahwa corporate social responsibility tidak memiliki pengaruh terhadap economics performance. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Eksandi dan Putriawan (2020) yang menemukan adanya pengaruh corporate social responsibility terhadap economics performance.

2. Pengaruh Corporate Image Terhadap Economics Performance

Hasil Nilai t-statistic Corporate Image sebesar 1.784476, sementara t-tabel dengan tingkat $\alpha = 5\%$, $df (n-k) = 36$ didapat nilai t-tabel sebesar 2.02809 dengan demikian t-statistic Corporate Social Responsibility $1.784476 < t\text{-tabel } 2.02809$ dan nilai prob $0.0828 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Corporate Image dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh terhadap Economics Performance pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021.

Hasil Penelitian ini tidak mendukung Teori Legitimasi karena perusahaan kurang meningkatkan minat dari masyarakat, hal tersebut dibuktikan dengan penghargaan yang menurun setiap tahunnya. Penghargaan tersebut diberikan kepada perusahaan dengan pertimbangan berhasil atau tidaknya mempengaruhi perilaku masyarakat selama perusahaan tersebut beroperasi.

Corporate image tidak berpengaruh terhadap economics performance karena adanya faktor menurunnya daya beli masyarakat sehingga peningkatan jumlah penghargaan tidak dapat meningkatkan return saham karena masyarakat cenderung membeli produk berdasarkan harga produk (Eksandy, dkk 2021).

Adanya penghargaan yang diterima oleh perusahaan nyatanya hanya untuk memperkuat motivasi dalam internal perusahaan saja, hal tersebut tidak mempengaruhi masyarakat karena pada dasarnya masyarakat akan tertarik dengan suatu produk sesuai selernya masing-masing sehingga corporate image belum tentu akan menghasilkan laba ataupun meningkatkan economics performance pada perusahaan.

Hasil Penelitian ini konsisten dengan penelitian Eksandy, Sari dan Dewanti (2021) dan Eksandy, Murtanto dan Arsjah (2021) yang menyatakan bahwa corporate image tidak memiliki pengaruh terhadap economics performance. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Ferryanto dan Hatane (2015) yang menemukan adanya pengaruh corporate image terhadap economics performance.

3. Pengaruh Competitive Advantage Terhadap Economics Performance

Hasil Nilai t-statistic Competitive Advantage sebesar 6.100935, sementara t-tabel dengan tingkat $\alpha = 5\%$, $df (n-k) = 36$ didapat nilai t- tabel sebesar 2.02809 dengan demikian t-statistic Corporate Social Responsibility 6.100935 > t-tabel 2.02809 dan nilai prob 0.0000 > 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa variabel Competitive Advantage dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap Economics Performance pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021.

Hasil Penelitian ini mendukung Teori Legitimasi bahwa perusahaan yang mengungkapkan laba operasionalnya akan mendapat legitimasi para pemegang saham dan meningkatkan citra perusahaannya sehingga kinerja ekonomi perusahaannya akan meningkat.

Suatu perusahaan dengan keunggulan bersaing dan daya saing yang besar akan lebih dikenal oleh pelanggan dan masyarakat luas. Dengan demikian perusahaan dapat lebih mudah menjual produknya ke masyarakat dan mendapatkan pendapatan yang besar. Peningkatan nilai dari pendapatan akan menunjukkan peningkatan pula kinerja ekonomi perusahaan tersebut (Azmi, dkk 2021) Perusahaan yang memiliki keunggulan bersaing serta daya saing yang tinggi akan lebih mudah memasarkan produknya untuk dikenali

masyarakat dan juga para investor, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kinerja ekonomi.

Hasil Penelitian ini konsisten dengan penelitian Wijanarko dan Merinda (2021) yang menyatakan bahwa competitive advantage memiliki pengaruh terhadap economics performance. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Purwanto dan Mela (2021) yang menemukan tidak adanya pengaruh competitive advantage terhadap economics performance.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen penelitian yaitu Corporate Social Responsibility, Corporate Image dan Competitive Advantage berpengaruh terhadap Economics Performance yang diungkapkan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018- 2021 yang telah di audit, maka dapat dikemukakan kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil Nilai t-statistic Corporate Social Responsibility sebesar 1.363646, sementara t-tabel dengan tingkat $\alpha = 5\%$, $df (n-k) = 36$ didapat nilai t- tabel sebesar 2.02809 dengan demikian t-statistic Corporate Social Responsibility $1.363646 < t\text{-tabel } 2.02809$ dan nilai prob $0.2858 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Corporate Social Responsibility dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh terhadap Economics Performance. Hal ini berarti pengungkapan CSR belum tentu akan meningkatkan kinerja ekonomi perusahaan.
2. Hasil Nilai t-statistic Corporate Image sebesar 1.784476, sementara t- tabel dengan tingkat $\alpha = 5\%$, $df (n-k) = 36$ didapat nilai t-tabel sebesar 2.02809 dengan demikian t-statistic Corporate Image $1.784476 < t\text{-tabel } 2.02809$ dan nilai prob $0.0828 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Corporate Image dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh terhadap Economics Performance. Hal ini dikarenakan corporate image hanya sebagai motivasi perusahaan tanpa mempengaruhi minat masyarakat ataupun investor.
3. Hasil Nilai t-statistic Competitive Advantage sebesar 6.100935, sementara t-tabel dengan tingkat $\alpha = 5\%$, $df (n-k) = 36$ didapat nilai t- tabel sebesar 2.02809 dengan demikian t-statistic Corporate Social Responsibility $6.100935 > t\text{-tabel } 2.02809$ dan nilai prob $0.0000 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Competitive Advantage dalam penelitian

ini memiliki pengaruh terhadap Economics Performance. Hal ini dikarenakan perusahaan yang memiliki keunggulan bersaing akan lebih mudah dikenali masyarakat luar.

4. Hasil Nilai uji F menunjukkan bahwa variabel independen (Corporate Social Responsibility, Corporate Image, Competitive Advantage) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Economics Performance. nilai F-statistic sebesar 4.065.749 sementara Ftabel dengan tingkat $\alpha=5\%$, $df (k-1) = 3$ dan $df_2 (n-k)= 36$ di dapat nilai Ftabel sebesar 8,60. Dengan demikian F-statistic $14.16944 > Ftabel 8,60$ dengan nilai Prob (F-statistic) $0.000003 < 0.05$ Artinya variabel independen (Corporate Social Responsibility, Corporate Image, Competitive Advantage) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Economics Performance.

DAFTAR REFERENSI

- Abbas, D. S., & Eksandy, A. (2020). Economic Performance of Indonesian Manufacturing Companies With Factors. *International Journal of Science, Technology & Management*, 1(4), 252-263.
- Abbas, D. S., & Eksandy, A. (2020). Economic Performance of Indonesian Manufacturing Companies With Factors. *International Journal of Science, Technology & Management*, 1(4), 252-263.
- Abbas, D. S., & Hidayat, I. (2021). Enterprise Risk Management, Inventory Intensity, Pre-Tax Foreign Income and Economic Performance: Competitive Advantage as Moderator. *LINGUISTICA ANTVERPIENSIA*, 3518-3529.
- Abbas, D. S., Ningsih, W., & Susilawati, S. (2021). ECONOMIC PERFORMANCE PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)*, 2.
- Abbas, D. S., Rahandri, D., Kismanah, I., & Ardiyanti, A. (2022). Competitive Advantage as Role Moderation Between System-Driven Performance and Economic Performance. *Quantitative Economics and Management Studies*, 3(2), 235-244.
- Aprianti, D., Abbas, D. S., Hidayat, I., & Basuki, B. PENGARUH PROFITABILITAS, KEBIJAKAN DIVIDEN, DEWAN KOMISARIS INDEPENDEN DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN.
- Azmi, M. F., Yusraini, Y., Rofika, R., Akuntansi, P. S., & Riau, U. (2021).
- Britama.com, 2012. Sejarah dan Profil Singkat CEKA (Wilmar Cahaya Indonesia Tbk). Diakses pada 30 Agustus, 2022, dari <https://britama.com/index.php/2012/10/sejarah-dan-profil-singkat-ceka/>
- Britama.com, 2012. Sejarah dan Profil Singkat DLTA (Delta Djakarta Tbk). Diakses pada 30 Agustus, 2022, dari <https://britama.com/index.php/2012/11/sejarah-dan-profil-singkat-dlta/>

- Britama.com, 2012. Sejarah dan Profil Singkat ICBP (Indofood CBP Sukses Makmur Tbk). Diakses pada 30 Agustus, 2022, dari <https://britama.com/index.php/2012/10/sejarah-dan-profil-singkat-icbp/>
- Britama.com, 2012. Sejarah dan Profil Singkat INDF (Indofood Sukses Makmur Tbk). Diakses pada 30 Agustus, 2022, dari <https://britama.com/index.php/2012/11/sejarah-dan-profil-singkat-indf/>
- Britama.com, 2012. Sejarah dan Profil Singkat MYOR (Mayora Indah Tbk). Diakses pada 30 Agustus, 2022, dari <https://britama.com/index.php/2012/12/sejarah-dan-profil-singkat-myor/>
- Britama.com, 2012. Sejarah dan Profil Singkat SKLT (Sekar Laut Tbk). Diakses pada 30 Agustus, 2022, dari <https://britama.com/index.php/2012/12/sejarah-dan-profil-singkat-skl/>
- Britama.com, 2012. Sejarah dan Profil Singkat ULJT (Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk). Diakses pada 30 Agustus, 2022, dari <https://britama.com/index.php/2012/06/sejarah-dan-profil-singkat-ultj/>
- Britama.com, 2017. Sejarah dan Profil Singkat CAMP (Campina Ice Cream Industry Tbk). Diakses pada 30 Agustus, 2022, dari <https://britama.com/index.php/2017/12/sejarah-dan-profil-singkat-camp/>
- Britama.com, 2018. Sejarah dan Profil Singkat GOOD (Garudafood Putra Putri Jaya Tbk). Diakses pada 30 Agustus, 2022, dari <https://britama.com/index.php/2018/10/sejarah-dan-profil-singkat-good/>
- Britama.com, 2019. Sejarah dan Profil Singkat COCO (Wahana Interfood Nusantara Tbk). Diakses pada 30 Agustus, 2022, dari <https://britama.com/index.php/2019/07/sejarah-dan-profil-singkat-coco/>
- CURRENT Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis Terkini. 2(2), 239–258.
- Eksandy, A., & Arsjah, R. J. (2013). Green Competitive Advantage Moderate : Environmental Performance , Corporate Image And Corporate Social Performance On Economic Performance. 1468–1478.
- Eksandy, Arry. (2018). METODE PENELITIAN AKUNTANSI DAN MANAJEMEN. Tangerang : FEB UMT.
- Fauzi, A., Abbas, D. S., Hidayat, I., & Aulia, T. Z. (2022). PENGARUH ENVIRONMENT DISCLOSURE, GOOD CORPORATE GOVERNANCE, DAN ENVIRONMENTAL PERFORMANCE TERHADAP ECONOMIC PERFORMANCE. Jurnal Mahasiswa: Jurnal Ilmiah Penalaran dan Penelitian Mahasiswa, 4(4), 01-15.
- Gantino, R. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2014. Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis, 3(2), 19–32. <https://doi.org/10.24815/jdab.v3i2.5384>
- H Kara, O. A. M. A. (2014). 濟無. Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents, 7(2), 107–115.
- Haholongan, R. (2016). Kinerja Lingkungan dan Kinerja Ekonomi Perusahaan Manufaktur Go Public. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 19(3), 413. <https://doi.org/10.24914/jeb.v19i3.477>

- Helennia, F. S., Abbas, D. S., Hamdani, H., & Rohmansyah, B. (2022). PENGARUH COMPETITIVE ADVANTAGE, CAPITAL INTENSITY, RETURN ON ASSET, THIN CAPITALIZATION TERHADAP FIRM VALUE. *Jurnal Mahasiswa: Jurnal Ilmiah Penalaran dan Penelitian Mahasiswa*, 4(4), 26-40.
- Heriningsih, S., & Saputri, N. (2012). Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Dan Environmental Performance Terhadap Economic Performance Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10, 18–28. <http://jurnal.unikal.ac.id/index.php/jebi/article/view/162>
- Irdawati, I., Abbas, D. S., Hidayat, I., & Rahandri, D. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Struktur Modal, Enterprise Risk Management dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 1(4), 172-188.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid Dua (Jakarta: Erlangga, 2005), 46. 8. 8–31.
- Kusmiyatun, & Ramdhani, D. (2009). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Social Responsibility dan Kinerja Finansial. *Universitas Airlangga*, 111–135.
- Liputan6.com, 2020. Industri Makanan dan Minuman Paling Terdampak Virus Corona. Diakses pada 27 April, 2022, dari [https://www.liputan6.com/bisnis/read/4211947/industri-makanan-dan-](https://www.liputan6.com/bisnis/read/4211947/industri-makanan-dan-minuman-paling-terdampak-virus-corona)
- Marnelly, T. R. (2012). Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(1), 49–59.
- Maulina, U. (2017). Pengaruh Growth Opportunity Dan Economic Performance Terhadap Environmental Performance Sebagai Variabel Intervening Dengan Environmental Disclosure Sebagai Variabel Dependend.
- minuman-paling-terdampak-virus-corona.
- Nainggolan, A. (2018). Competitive Advantage Dan Upaya Meningkatkan Laba Perusahaan. *Jurnal Manajemen Volume 4 Nomor 1 (2018)*, 4(1), 1–14.
- Nursalam, metode penelitian, & Fallis, A. . (2018). Teori Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Perusahaan, K., & Infrastruktur, S. (2022). Dampak Implementasi CSR dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Infrastruktur. 5, 88–102. <https://doi.org/10.21043/aktsar.v5i1.15682>
- Rahmawati, N. S., & Winarsih, W. (2022). PENGARUH ENVIRONMENTAL PERFORMANCE, ENVIRONMENTAL DISCLOSURE DAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN TERHADAP ECONOMIC PERFORMANCE. *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Ekonomi*.
- Risyani, R., Abbas, D. S., Hidayat, I., & Rahandri, D. (2022). PENGARUH CAPITAL INTENSITY, COMPETITIVE ADVANTAGE, DAN SIZE TERHADAP CORPORATE REPUTATION. *Jurnal Mahasiswa: Jurnal Ilmiah Penalaran dan Penelitian Mahasiswa*, 4(4), 71-84.
- Rosaline, V. D., Wuryani, E., Ekonomi, F., Surabaya, U. N., & Surabaya, K. (2020). Pengaruh Penerapan Green Accounting dan Environmental Performance Terhadap Economic Performance. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 8(3), 569–578. <https://doi.org/10.17509/jrak.v8i3.26158>

- Saleh, I. F., Abbas, D. S., Hidayat, I., & Jayanih, A. (2022). Pengaruh Leverage, Environmental Performance, Ukuran Perusahaan, Profit Margin, dan Environmental Disclosure Terhadap Economic Performance. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 1(4), 148-171.
- Saleh, I. F., Abbas, D. S., Hidayat, I., & Jayanih, A. Pengaruh Leverage, Environmental Performance, Ukuran Perusahaan, Profit Margin, dan Environmental Disclosure Terhadap Economic Performance.
- Siregar, I. G., Abbas, D. S., & Basuki, B. (2021). Economic Performance Beserta Faktor-Faktornya. *COMPETITIVE Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 5(1), 28-35.
- Trisnawati, T. (2019). Analisis Pengaruh Leverage Dan Good Corporate Governance (Gcg) Terhadap Kinerja Dengan Pendekatan Maqashid Syariah Index (Msi) Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia. 71–101.
- Vladimir, V. F. (1967). Bab 2 Landasan Teori Citra Perusahaan. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local*, 1(69), 5–24.
- Wijanarko, T., & Merida, P. D. (2021). Environmental Management Accounting, Competitive Advantage, Firm Performance: Indonesia's Manufacturing Sector. *Jurnal Riset Akuntansi Aksioma*, 20(2), 144–156. <https://doi.org/10.29303/aksioma.v20i2.138>
- Wijaya, B. A., & Nuryatno, M. (2019). Pengaruh Environmental Performance Dan Environmental Disclosure Terhadap Economic Performance. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuangan Publik*, 9(2), 141–152. <https://doi.org/10.25105/jipak.v9i2.4530>