

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi generik, yaitu *cost leadership* dan *differentiation*, terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) strategis sebagai variabel intervening. Fokus penelitian diarahkan pada perusahaan yang bergerak di sektor konsumen primer di Indonesia, mengingat sektor ini menghadapi tekanan persaingan yang tinggi dan memerlukan kejelasan strategi untuk mempertahankan kinerja yang berkelanjutan.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi data panel. Sampel terdiri dari 15 perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar secara konsisten di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019–2023. Pemilihan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria perusahaan yang juga memiliki data skor CSR strategis berdasarkan database Eikon Refinitiv. Data yang digunakan merupakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan dan indikator CSR strategis, yang kemudian dianalisis dengan model efek tetap (*Fixed Effect Model*) untuk menguji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *cost leadership* tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap Return on Assets (ROA). Namun, secara tidak langsung melalui mediasi CSR strategis, *cost leadership* justru berpengaruh negatif terhadap ROA, mengindikasikan bahwa efisiensi biaya yang dialokasikan untuk CSR belum menghasilkan keuntungan finansial jangka pendek. Strategi *differentiation* memiliki pengaruh langsung yang signifikan namun negatif terhadap ROA, namun berpengaruh positif terhadap CSR strategis, yang kemudian secara tidak langsung berdampak positif terhadap kinerja keuangan. CSR strategis sendiri memiliki pengaruh negatif langsung terhadap ROA, yang menunjukkan bahwa peran CSR lebih sebagai investasi jangka panjang. Model regresi menunjukkan tingkat penjelasan yang tinggi dengan *adjusted R-squared* sebesar 85,6% untuk model ROA dan 93,88% untuk model CSR strategis. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengeksplorasi terkait teori lainnya mengenai strategi perusahaan dan menggunakan variabel kontrol dan moderasi untuk memperkaya literatur.

Kata Kunci: *Cost Leadership*, *Differentiation*, CSR Strategis, Kinerja Keuangan, Sektor Konsumen Primer.