



## Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure

Aris Subranta<sup>1</sup>, Gita Puspita<sup>2</sup>, Rini Yulianti Putri<sup>3</sup>

<sup>1,3</sup>Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Al-Khairiyah, Indonesia

Email: [arissubranta@yahoo.com](mailto:arissubranta@yahoo.com)<sup>1\*</sup>, [gitapuspita555@gmail.com](mailto:gitapuspita555@gmail.com)<sup>2</sup>

**Abstract.** *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRSD) has an important role for companies, because companies live in the midst of society. Each company has different factors that influence social responsibility disclosure even though the company is still in the same type of business. This research is intended to determine company characteristics that influence corporate social responsibility disclosure (CSRSD) in the annual reports of companies in the Food and Beverage sector. The aim of this research is to find out whether company size as proxied by (SIZE), profitability as proxied by (ROA), and leverage as proxied by (DER) have an effect on CSRSD. The sample used was 16 companies from 33 companies taken using purposive sampling technique. The results of this research are that there is a significant negative effect on company size, which is proxied by SIZE, on CSRSD, profitability, which is proxied by ROA, and leverage, which is proxied by DER, has no effect on CSRSD. And simultaneously company size, profitability and leverage influence CSRSD in Food and Beverage sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016 - 2020.*

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility Disclosure, Leverage, Profitabilitas.*

**Abstrak.** *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRSD) memiliki peranan penting bagi perusahaan, karena perusahaan hidup ditengah-tengah lingkungan masyarakat. Setiap perusahaan memiliki faktor yang berbeda dalam mempengaruhi pengungkapan pertanggungjawaban sosial meskipun perusahaan masih dalam satu jenis usaha yang sama. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui karakteristik perusahaan yang mempengaruhi corporate social responsibility disclosure (CSRSD) pada laporan tahunan perusahaan sektor Makanan dan Minuman. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan yang diproksikan dengan (SIZE), profitabilitas yang diproksikan dengan (ROA), dan leverage yang diproksikan dengan (DER) berpengaruh terhadap CSRSD. Sampel yang digunakan sebanyak 16 perusahaan dari 33 perusahaan yang diambil dengan teknik purposive sampling. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh negatif signifikan pada ukuran perusahaan yang diproksikan dengan SIZE terhadap CSRSD, profitabilitas yang diproksikan dengan ROA dan leverage yang diproksikan dengan DER tidak berpengaruh terhadap CSRSD. Dan secara simultan ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage berpengaruh terhadap CSRSD pada perusahaan sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 - 2020.*

**Kata kunci:** Leverage, Pengungkapan tanggung jawab sosial, Profitabilitas.

### 1. LATAR BELAKANG

*Corporate Social Responsibility* (selanjutnya dinyatakan dengan CSR) merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat. Hal tersebut disebabkan karena keberadaan perusahaan tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya. Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang tidak hanya peduli terhadap upaya peningkatan ragam dan kualitas produknya saja, namun juga memiliki komitmen penuh dan tanggung jawab serta kepekaan terhadap lingkungan sosial dimanapun berada (Suyatno dan Sondakh, 2019).

Di Indonesia sendiri pelaksanaan CSR telah mendapat perhatian yang cukup besar oleh masyarakat. Hal ini di latar belakang oleh berbagai kasus yang terjadi seperti masyarakat yang protes atas pencemaran lingkungan akibat meningkatnya polusi udara dan limbah industri yang dilepas ke lingkungan, penggundulan hutan, buruknya kualitas dan keamanan produk, eksploitasi sumber daya alam secara berlebihan dan lain-lain, sehingga hal tersebut dapat menyebabkan hubungan yang tidak harmonis antara perusahaan dengan lingkungan sosial. Oleh karena itu, masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan telah melaksanakan aktivitas sosialnya dengan diterbitkannya laporan tahunan perusahaan, sebab keterlibatan suatu perusahaan dalam aktivitas CSR dapat menggambarkan komitmen perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*).

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan kewajiban yang harus dilaksanakan, meskipun berat untuk dilakukan dan membutuhkan banyak biaya tetapi perusahaan akan memiliki dana khusus untuk pengungkapan CSR karena CSR merupakan ajang dalam mencari sebuah nama dalam produk sehingga perusahaan tersebut tidak hanya berorientasi pada profit melainkan dapat diterima masyarakat sosial dan lingkungan tersebut. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah memprioritaskan prinsip moral dan etis, yakni mencapai suatu hasil terbaik tanpa merugikan kelompok masyarakat (Ningsih dan Asyik, 2020).

Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) dalam pernyataan standar akuntansi keuangan (PSAK) No.1 (Revisi 2009) paragraph 90, menyatakan bahwa: “Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah, khususnya bagi industri-industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.” Dari pernyataan PSAK tersebut, telah menunjukkan kepedulian akuntansi akan masalah-masalah lingkungan sosial yang merupakan pertanggungjawaban sosial perusahaan.

Terdapat 3 tanggung jawab sosial perusahaan atau singkatan dengan 3P yaitu mencari keuntungan (Profit), memberdayakan masyarakat (People), dan melestarikan alam dan bumi (Planet). Agar ketiga komponen tersebut bisa berjalan seimbang maka dibentuk pemisahan tugas yaitu antara pemilik perusahaan (*principal*) menunjuk agen untuk mengelola perusahaan agar perusahaan bisa memperoleh keuntungan semaksimal mungkin tanpa mengabaikan tanggung jawab perusahaan (Basit, Diana, dan Junaidi, 2019).

CSRD dapat direalisasikan dengan sebuah konsep akuntansi yang menggambarkan tanggung jawab perusahaan terhadap pemegang saham, konsumen, karyawan, dan komunitas lingkungan dalam kegiatan operasional perusahaan. Melalui *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRD) memiliki peranan penting bagi perusahaan, karena perusahaan hidup ditengah-tengah lingkungan masyarakat. Setiap perusahaan memiliki faktor yang berbeda dalam mempengaruhi pengungkapan pertanggungjawaban sosial meskipun perusahaan masih dalam satu jenis usaha yang sama.

Perusahaan melakukan pengungkapan informasi CSR ini adalah untuk menaati peraturan yang telah dibuat pemerintah yaitu Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pemerintah mewajibkan perseroan yang bidang usahanya di bidang atau terkait dengan bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Peraturan lain yang berkaitan dengan CSR ialah Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Dalam undang-undang tersebut dinyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Selain itu, pengungkapan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility Disclosure* juga digunakan perusahaan sebagai motivasi untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap pencapaian usaha perbaikan terhadap lingkungan sekitar perusahaan dan juga untuk memperoleh keunggulan persaingan, memenuhi anggapan masyarakat, untuk meligitimasi tindakan perusahaan, dan untuk menarik pihak investor.

Hasil penelitian Suyatno & Sondakh (2019) menemukan bahwa ukuran perusahaan terhadap CSRD berpengaruh positif dan signifikan, namun dalam penelitian Fahmi (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap CSRD. Hasil penelitian Fahmi (2019), Restanti dan Husain (2018) menemukan bahwa *profitabilitas* terhadap CSRD berpengaruh positif dan signifikan, namun dalam penelitian Basit, Diana, dan Junaidi (2019) menyatakan bahwa *profitabilitas* tidak berpengaruh signifikan terhadap CSRD. Hasil penelitian Ningsih dan Asyik (2020) menemukan bahwa *leverage* terhadap CSRD berpengaruh positif dan signifikan, namun dalam penelitian Ariswari dan Damayanthi (2019), dan Dewi (2020) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap CSRD.

Penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi CSRD menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Pertentangan hasil penelitian tersebut dapat terjadi karena perbedaan periode waktu penelitian, interpretasi peneliti terhadap laporan keuangan perusahaan atas variabel yang digunakan maupun perbedaan metode pengujian yang ditempuh oleh peneliti. Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena untuk memverifikasi ulang hasil penelitian terdahulu tentang faktor-faktor apa saja yang

mempengaruhi praktek pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan. Sektor makanan dan minuman karena perusahaan tersebut menjadi sektor andalan penopang pertumbuhan manufaktur di Indonesia. Perusahaan makanan dan minuman merupakan industri yang sangat diminati, karena melihat kebutuhan pangan masyarakat yang semakin besar ([www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id)).

## 2. KAJIAN TEORITIS

### 2.1 Definisi *Corporate Social Responsibility*

Menurut Friedman (1982) menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line* dalam bentuk ekonomi atau nilai perusahaan saja, tetapi juga berpijak pada *triple bottom line* yaitu tanggung jawab terhadap masalah sosial dan lingkungan.<sup>1</sup> *Corporate social responsibility disclosure* atau pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan suatu cara bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan kepada para *stakeholders* bahwa perusahaan memberi perhatian pada pengaruh sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan.<sup>2</sup>

### 2.2 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan yang diukur berdasarkan menggunakan *logaritma natural* total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin besar total aset sebuah perusahaan mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan tersebut besar, begitu juga sebaliknya. Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung risiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan. Perusahaan besar memiliki risiko yang lebih rendah daripada perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki kontrol yang lebih baik (*greater control*) terhadap kondisi pasar sehingga mereka mampu menghadapi persaingan ekonomi.

### 2.3 Profitabilitas

*Profitabilitas* merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba (keuntungan) dalam suatu periode tertentu. *Profitabilitas* merupakan salah satu dasar penilaian kondisi perusahaan. Oleh karena itu dibutuhkan suatu alat analisis untuk bisa menilainya. Alat analisis yang dimaksud adalah rasio-rasio keuangan.<sup>3</sup> *Return On Asset* (ROA) adalah ukuran

---

1 Lela Nurlaela Wati, *Model Corporate Social Responsibility (CSR)*, Cetakan Pertama, Myria Publisher, Jawa Timur, 2019, Halaman 1.

2 Inten Meutia, *Menata CSRD Pada Bank Islam (Pendekatan Teori Kritis)*, Cetakan Pertama, Deepublish Publisher, Yogyakarta, 2021, Halaman 15.

3 Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, Cetakan ke-8, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2018, Halaman 104.

kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan semua aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin besar ROA, berarti semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar dan sebaliknya.<sup>4</sup>

## **2.4 Leverage**

Leverage adalah rasio atau ukuran yang menggambarkan sejauh mana hutang perusahaan dapat ditutupi oleh modal sendiri. Tingkat pengelolaan hutang (leverage) berkaitan dengan bagaimana perusahaan di danai dan apakah perusahaan memakai dana lebih banyak bersumber dari hutang. Semakin tinggi tingkat *leverage* maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk melaporkan laba yang lebih tinggi. *Debt To Equity Ratio* (DER) merupakan rasio utang terhadap modal, yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Semakin tinggi DER, maka semakin besar perusahaan didanai oleh utang sehingga menandakan gejala yang kurang baik untuk perusahaan dan pada akhirnya menurunkan dividen bagi pemegang saham.<sup>5</sup>

## **2.5 Teori Stakeholder**

Menurut Freeman (1984), *stakeholder* adalah kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. Dan menurut Jensen (2001) menjelaskan dalam teori *stakeholder*, perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi seluruh *stakeholder*-nya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* perusahaan tersebut.<sup>6</sup> Teori *Stakeholder* menawarkan dua tindakan yang mesti dilakukan *public relations* agar terjalin relasi harmonis dengan *stakeholder* dan publiknya: mengidentifikasi *stakeholder* dan menganalisis peran organisasi dalam relasi dengan *stakeholder*. Bagian ini menyampaikan proses identifikasi terhadap *stakeholder* sehingga diketahui publik dari organisasinya. Bahkan, dikalangan publik pun masih perlu dilakukan segmentasi, yang mana kelompok yang *aware* (menyadari) dan yang mana kelompok aktif.<sup>7</sup>

## **2.6 Teori Agency**

---

4 I Made Sudana, Manajemen Keuangan Teori dan Praktik, Cetakan Pertama, Airlangga University Press, Surabaya, 2019, Halaman 26.

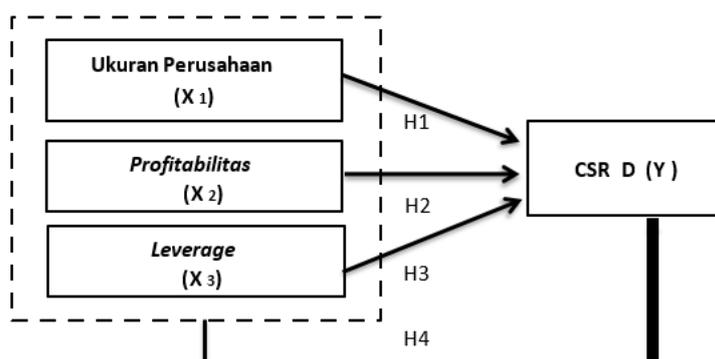
<sup>5</sup> Hery, Kajian Riset Akuntansi, Cetakan Pertama, Grasindo, Jakarta, 2017, Halaman 100.

<sup>6</sup> Mohamad Nur Utomo, Ramah Lingkungan dan Nilai Perusahaan, CV Jakad Publishing, Surabaya, 2019, Halaman 32.

<sup>7</sup> Rachmat Kriyantono, Teori-teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik, Cetakan Kedua, Kencana, Jakarta, 2017, Halaman 63.

Menurut Panjaitan (2014), menjelaskan bahwa teori keagenan (*agency theory*) membahas suatu bentuk kesepakatan antara pemilik modal dengan manajer untuk mengelola suatu perusahaan. Manajemen memiliki peranan yang sangat besar atas keberhasilan perusahaan yang dikelolanya. Apabila perusahaan gagal dalam mengelola operasional perusahaan maka jabatan dan fasilitas yang diterima manajemen akan menjadi taruhan. Alasan tersebut mendasari mengapa manajer mau melakukan kecurangan untuk melindungi dirinya sendiri dan merugikan pihak-pihak yang berkepentingan (Effendi dan Ridho, 2021).

## 2.7 Hipotesis Penelitian



H<sup>1</sup> : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap CSR D

H<sup>2</sup> : *Profitabilitas* berpengaruh terhadap CSR D

H<sup>3</sup> : *Leverage* berpengaruh terhadap CSR D

H<sup>4</sup> : Ukuran perusahaan, *profitabilitas* dan *leverage* berpengaruh secara simultan terhadap CSR D

## 3. METODE PENELITIAN

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah

### 3.1 Ukuran Perusahaan (X1)

$$\text{SIZE} = \text{Total Aktiva Perusahaan}$$

### 3.2 Profitabilitas (X2)

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

### 3.3 Leverage (X3)

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Modal}} \times 100\%$$

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility Disclosure*

### 3.4 Corporate Social Responsibility Disclosure (Y)

$$CSR_{ij} = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

### 3.5 Populasi dan Sample

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah semua perusahaan pada sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016 - 2020 terdapat 33 perusahaan. Jumlah sampel yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini adalah 16 perusahaan pada sektor Makanan dan Minuman yang telah dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2019), analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis dengan menggunakan uji signifikansi parsial (uji t), uji kelayakan model (uji f), uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Statistik Deskriptif

**Tabel 4.1 Output Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ukuran Perusahaan	35	174715908	3061556607	2043992908.09	816806382.889
Profitabilitas	35	2	43	10.94	9.474
Leverage	35	7	537	102.40	104.520
Corporate Social Responsibility	35	263736264	318681319	292621664.34	17083606.848
Valid N (listwise)	35				

Sumber : Hasil olah data SPSS

Nilai *mean* ukuran perusahaan sebesar 2043992908,09 dengan standar deviasi sebesar 816806382,889. Hasil ini diartikan bahwa nilai standar deviasi ukuran perusahaan lebih kecil dari nilai meannya. Nilai minimum sebesar 174715908 yang diperoleh PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, sedangkan nilai maksimum sebesar 3061556607 yang diperoleh PT Mayora Indah Tbk. Nilai *mean* profitabilitas sebesar 10,94 dengan standar deviasi sebesar

9,474. Hasil ini diartikan bahwa nilai standar deviasi profitabilitas lebih kecil dari nilai meannya. Nilai minimum sebesar 2 yang diperoleh PT Sekar Bumi Tbk, sedangkan nilai maksimum sebesar 43 yang diperoleh PT Multi Bintang Indonesia Tbk. Nilai *mean leverage* adalah 102,40 dengan standar deviasi sebesar 104,520. Hasil ini diartikan bahwa nilai standar deviasi *leverage* lebih besar dari nilai meannya. Nilai minimum sebesar 7 yang diperoleh PT Inti Agri Resources Tbk, sedangkan nilai maksimum sebesar 537 yang diperoleh PT Prashida Aneka Niaga Tbk. Nilai *mean CSR* sebesar 292621664,34 dengan standar deviasi sebesar 17083606.848. Hasil ini diartikan bahwa nilai standar deviasi CSR lebih kecil dari nilai meannya. Nilai minimum sebesar 263736264 yang diperoleh PT Nippon Indosari Corporindo Tbk, sedangkan nilai maksimum sebesar 318681319 yang diperoleh PT Akasha Wira International, Tbk.

#### 4.2 Uji Asumsi Klasik

**Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	14236047.70595315
Most Extreme Differences	Absolute	.108
	Positive	.090
	Negative	-.108
Test Statistic		.108
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber : Hasil olah data SPSS

Dari hasil uji normalitas nilai signifikan *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *kolmogorov-smirnov* di atas dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal.

#### 4.3 Uji Regresi Linier Berganda

**Tabel 4.3 Output Uji t Hitung**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	317284496.043	9039843.775		35.098	.000
	Ukuran Perusahaan	-.011	.003	-.535	-3.461	.002
	Profitabilitas	-301420.089	277162.719	-.167	-1.088	.285
	Leverage	14860.650	24923.971	.091	.596	.555

Sumber : Hasil olah data SPSS

#### 4.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap CSRD

Hasil penelitian menunjukkan ukuran perusahaan (size) yang diukur dengan Log natural (total aset), berdasarkan uji t mempunyai thitung -3,461 dan dibandingkan dengan nilai ttabel sebesar 2,03011 dengan signifikansi 0,002 dan taraf signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa thitung < ttabel yaitu  $-3,461 < 2,03011$  dan nilai signifikan  $0,002 < 0,05$ . Adapun nilai beta yang dihasilkan bernilai negative yaitu sebesar -0,011. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap CSRD pada perusahaan sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI tahun 2016 - 2020.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan akan berusaha mematuhi peraturan dan norma-norma yang terdapat dalam masyarakat termasuk UU No. 40 tahun 2007 agar keberadaan perusahaan dapat diterima ditengah masyarakat. Maka besar kecilnya ukuran perusahaan juga akan mempengaruhi perusahaan dalam kemudahan perolehan dana dari pasar modal, serta akan mempengaruhi kekuatan dari perusahaan dalam melakukan proses tawar-menawar di dalam kontrak keuangan antar perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Apriyanti & Yuliandhari (2018) dan Rivandi & Putra (2021) yang menyatakan variabel ukuran perusahaan sebagai variabel independen terbukti berpengaruh negatif terhadap variabel dependen, yaitu pengungkapan CSR. Pengaruh ukuran perusahaan yang negatif menunjukkan bahwa realisasi pengungkapan CSR pada perusahaan relatif rendah. Perusahaan yang mempunyai ukuran yang besar cenderung menggunakan aset yang dimiliki untuk kepentingan pengembangan usahanya. Oleh karena itu, implementasi CSR yang dilakukan oleh perusahaan tersebut cenderung rendah, sehingga pengungkapan CSR yang dilakukan dalam laporan tahunan juga cenderung lebih sedikit. Salah satu contoh ukuran perusahaan yaitu pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk pada tahun 2016 dengan nilai 17,17941956 meningkat 9% di tahun 2017 dengan nilai 17,26928502, pada tahun 2018 dengan nilai 17,35261181 meningkat di tahun 2019 sebesar 12% dengan nilai 17,4715908, dan meningkat 98% pada tahun 2020 dengan nilai 18,45593519.

#### 4.5 Pengaruh Profitabilitas terhadap CSRD

Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas yang diukur dengan ROA, berdasarkan hasil uji t sebesar thitung -1,088 dan dibandingkan dengan nilai ttabel sebesar 2,03011 dengan nilai signifikansi 0,285. Hal ini menunjukkan bahwa thitung < ttabel yaitu  $1,088 < 2,03011$  dan nilai signifikansi  $0,285 > 0,05$ . Adapun nilai beta yang dihasilkan bernilai negatif yaitu sebesar -301420.089. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh negatif terhadap CSRD pada perusahaan sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI tahun 2016 - 2020.

Perusahaan dengan profitabilitas tinggi belum tentu lebih banyak melakukan aktivitas sosial mereka, karena perusahaan dengan profit besar lebih berorientasi pada laba. Perusahaan lebih tertarik untuk melakukan pengungkapan pada informasi keuangan dan tidak perlu melakukan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang keuntungan perusahaan (Rivandi & Putra, 2021).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Yovana & Kadir (2020) dan Rivandi & Putra (2021) yang menyatakan variabel profitabilitas sebagai variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen, yaitu pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat ROA yang tinggi dan memiliki dana yang cukup untuk dialokasikan kepada kegiatan sosial dan lingkungan, belum tentu dana tersebut dialokasikan dengan kegiatan sosial dan lingkungan, sehingga tingkat CSRD oleh perusahaan tersebut adalah rendah.

Salah satu contoh profitabilitas yaitu pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk pada tahun 2016 dengan nilai 13%, menurun 1% di tahun 2017 dengan nilai 11%, pada tahun 2018 dengan nilai 14% tidak mengalami peningkatan/penurunan dan tetap dengan nilai 14% pada tahun 2019, dan menurun 7% pada tahun 2020 dengan nilai 7%.

#### **4.6 Pengaruh *Leverage* terhadap CSR**

Hasil penelitian menunjukkan leverage yang diukur dengan DER, berdasarkan hasil uji  $t$  mempunyai thitung sebesar 0,596 dan dibandingkan dengan nilai ttabel sebesar 2,03011 dengan nilai signifikansi 0,555. Hal ini menunjukkan bahwa thitung < ttabel yaitu  $0,596 < 2,03011$  dan nilai signifikansi  $0,555 > 0,05$ . Adapun nilai beta yang dihasilkan bernilai positif yaitu sebesar 14860.650. Hal ini menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap CSR pada perusahaan sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI tahun 2016 - 2020.

Hasil penelitian ini tidak mendukung teori *stakeholder* yang menyatakan tingkat *leverage* perusahaan yang tinggi mengakibatkan tingkat resiko tak tertagihnya utang menjadi tinggi pula sehingga kreditor melakukan pengawasan yang ketat terhadap aktivitas perusahaan. Hal ini berarti bahwa tinggi rendahnya *leverage* tidak mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan. Informasi ini memberikan gambaran bahwa hubungan yang sudah terjalin baik dengan *debtholders* dan kinerja perusahaan yang baik bisa membuat *debtholders* tidak terlalu memperhatikan rasio *leverage* perusahaan sehingga menjadikan hubungan *leverage* dengan pengungkapan CSR menjadi tidak signifikan (Yani & Suputra, 2020).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Ariswari & Damayanthi (2019) dan Yani & Suputra (2020) yang menyatakan variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan

CSR. Penggunaan hutang yang berlebih akan mengurangi manfaat yang akan diterima oleh pengguna hutang karena manfaat yang diterima tidak sebanding dengan biaya yang akan didapatkan, sehingga peningkatan jumlah hutang dapat membuat perusahaan tidak akan bisa melaksanakan program CSR dan memberikan informasi yang dibutuhkan. Selain itu, perusahaan dengan tingkat hutang yang lebih tinggi dapat menurunkan image perusahaan kepada para *stakeholder*.

Salah satu contoh leverage yaitu pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk pada tahun 2016 dengan nilai 56%, tidak mengalami peningkatan/penurunan dan tetap dengan nilai 56% pada tahun 2017, di tahun 2018 dengan nilai 51% mengalami penurunan sebesar 6% pada tahun 2019 dengan nilai 45%, dan meningkat 61% pada tahun 2020 dengan nilai 106%.

#### 4.7 Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Profitabilitas*, dan *Leverage* secara simultan terhadap CSRD

**Tabel 4.4. Output Uji F Hitung**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3032275334051684.000	3	1010758444683894.600	4.547	.009 <sup>b</sup>
	Residual	6890611845729918.000	31	222277801475158.660		
	Total	9922887179781602.000	34			

Sumber : Hasil olah data SPSS

Berdasarkan table diatas diperoleh nilai Fhitung sebesar 4,547 dengan nilai Ftabel sebesar 2,91 dengan signifikansi 0,009 dan taraf signifikan 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $4,547 > 2,91$ , dari hasil uji F yang telah dilakukan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel ukuran perusahaan (SIZE), profitabilitas (ROA) dan *leverage* (DER) terhadap CSRD pada perusahaan sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 – 2020. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa SIZE, ROA, dan DER adalah alat ukur yang digunakan untuk memperlihatkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan nilai tambah.

**Tabel 4.5 Output Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

		Model Summary <sup>b</sup>			
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.553 <sup>a</sup>	.306	.238	14908983.918	1.938

Sumber : Hasil olah data SPSS

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai *R Square* sebesar 0,306. Hal ini berarti bahwa seluruh variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen sebesar 30,6% dan sisanya 69,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian yang telah dilakukan untuk menjawab rumusan masalah dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap CSR yang diproksikan dengan SIZE, profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR yang diproksikan dengan ROA, *leverage* tidak berpengaruh terhadap CSR yang diproksikan dengan DER. Secara simultan ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* berpengaruh terhadap CSR pada perusahaan sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI tahun 2016 – 2020.

Saran dalam penelitian ini adalah penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas sampel, tidak hanya menggunakan sampel perusahaan manufaktur tetapi dapat mencakup seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Menambah variable penelitian lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini, seperti umur perusahaan, kepemilikan publik, ukuran dewan komisaris, dan sebagainya untuk lebih menjelaskan pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Menggunakan data lain, seperti kuesioner ataupun interview ke perusahaan untuk mengetahui informasi yang lebih lengkap mengenai pengungkapan CSR.

Dari penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang menimbulkan gangguan dan kurangnya hasil penelitian, yaitu keterbatasan waktu, biaya, data dan tenaga sehingga membuat penelitian ini kurang maksimal. Keterbatasan pengetahuan penulis dalam membuat dan menyusun tulisan ini, sehingga perlu diuji kembali keandalannya di masa mendatang.

## 6. DAFTAR REFERENSI

- Ariswari, P. M. A., & Damayanthi, I. G. A. E. (2019). Pengaruh profitabilitas, leverage, dan kepemilikan manajemen pada pengungkapan CSR dengan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol. *E-Jurnal Akuntansi*, 29(1), 372-389.
- Basit, A., Diana, N., & Junaidi, J. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan corporate social responsibility (CSR). *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 8(04).
- Dewi, K. A. (2020). Pengaruh ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik, profitabilitas, likuiditas dan leverage terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
- Erfan, & Ridho, U. D. (2021). Pengaruh audit tenur, reputasi auditor, ukuran perusahaan dan komite audit (Cetakan Pertama). Indramayu: Penerbit Adab.
- Fahmi, M. (2019). Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility pada perusahaan consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 19(1), 26-39.

- Firdaus. (2021). Metodologi penelitian kuantitatif (Cetakan Pertama). Riau: DOTPLUS Publisher.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26 (Edisi 10, Cetakan ke-10). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halida, U. M. (2020). Teori pengantar bisnis. Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Harnovinsah, dkk. (2020). Isu kontemporer akuntansi publik. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Hery. (2017). Kajian riset akuntansi (Cetakan Pertama). Jakarta: Grasindo.
- Kasmir. (2018). Analisis laporan keuangan (Cetakan ke-8). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kriyantono, R. (2017). Teori-teori public relations perspektif barat & lokal: Aplikasi penelitian dan praktik (Cetakan Kedua). Jakarta: Kencana.
- Mardikanto, T. (2019). Corporate social responsibility (CSR) tanggung jawab sosial korporasi (Cetakan Kedua). Bandung: CV. Alfabeta.
- Meutia, I. (2021). Menata CSRD pada bank Islam (Pendekatan teori kritis) (Cetakan Pertama). Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Ningsih, F. A., & Asyik, N. F. (2020). Pengaruh karakteristik perusahaan, struktur kepemilikan, dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR). *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 9(7).
- Restanti, R. W., & Husain, T. (2018). Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap corporate social responsibility disclosure. *Disclosure*, 48, 62.
- Rivandi, M., & Putra, R. J. (2021). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan komite audit terhadap pengungkapan corporate social responsibility. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 5(2), 513-524.
- Singgih, M., Farida, L., & Iwanda, R. A. (2018). Determinan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di BEI. *BISMA: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 11(3), 259-270.
- Sintyana, I. P. H., & Artini, L. G. S. (2019). Pengaruh profitabilitas, struktur modal, ukuran perusahaan dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8(2), 7717-7745.
- Sudana, I. M. (2019). Manajemen keuangan teori dan praktik (Cetakan Pertama). Surabaya: Airlangga University Press.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D (Cetakan ke-27). Bandung: Alfabeta.
- Sutrisna, A. (2019). Akuntansi keperilakuan manajerial (Cetakan Pertama). Yogyakarta: Deepublish Publisher.

- Suyatno, & Sondakh, J. J. (2019). Analisis pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR) pada laporan tahunan perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang go public di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Riset Akuntansi dan Auditing "Goodwill"*, 10(2), 67-78.
- Utomo, M. N. (2019). *Ramah lingkungan dan nilai perusahaan*. Surabaya: CV Jakad Publishing.
- Wahyuni, S. (2020). *Kinerja sharia conformity and profitability index dan faktor determinan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Wati, N. L. (2019). *Model corporate social responsibility (CSR) (Cetakan Pertama)*. Jawa Timur: Myria Publisher.
- Yani, N. P. T. P., & Suputra, I. D. G. D. (2020). Pengaruh kepemilikan asing, kepemilikan institusional dan leverage terhadap pengungkapan corporate social responsibility. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(5), 1196-1207.
- Yusuf, M., & Daris, L. (2018). *Analisis data penelitian teori & aplikasi dalam bidang perikanan (Cetakan Pertama)*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.