

**PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BERDASARKAN
TINGKAT PROFITABILITY, CORPORATE SIZE, DAN LEVERAGE
(Studi Empiris pada Perusahaan *Food and Beverage* yang Terdaftar
di BEI Tahun 2018-2021)**

Oleh :

Anisa Yani Ardi Saputri,

Ekonomi dan Bisnis/ Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email : b200190010@student.ums.ac.id

Yuli Tri Cahyono,

Ekonomi dan Bisnis/Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email : ytc115@ums.ac.id

Article Info

Article History :

Received 16 Nov - 2022

Accepted 25 Nov - 2022

Available Online

30 Nov – 2022

Abstract

This study aims to determine the disclosure of corporate social responsibility based on the level of profitability, corporate size, and leverage. The population in this study are food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2018-2021 period. The sampling technique used was purposive sampling method and a sample of 95 companies was obtained. The data analysis method used was multiple linear regression analysis with SPSS 25. The results showed that the variable profitability proxied by ROA, corporate size proxied by SIZE, and leverage proxied by DER had an effect on the disclosure of corporate social responsibility.

Keyword :

corporate sosial

responsibility, profitability,

corporate size, leverage

1. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini perusahaan dapat dinyatakan berhasil ketika menjadikan keuntungan sebagai target utamanya. Namun dalam memperbanyak keuntungan, perusahaan lupa akan keadaan lingkungan masyarakat. Terdapat banyak terjadinya kerugian akibat pengelolaan lingkungan yang dapat meresahkan masyarakat. Salah satu contoh perbuatan perusahaan yang tidak bertanggungjawab dengan baik atas sosial dan lingkungan adalah penggundulan hutan, pencemaran air, polusi udara, dan penangkapan hewan secara besar-besaran. Namun demikian hal tersebut tidak dapat diterima lagi, karena seharusnya perusahaan bertanggungjawab terhadap pengelolaan lingkungan, yaitu dengan penerapan program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*. Adanya program tersebut dimaksudkan agar dapat meminimalisir dampak negatif yang akan timbul dari aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan terhadap sosial dan lingkungan.

CSR merupakan mekanisme dalam perusahaan yang rela memberikan perhatian terhadap lingkungan agar lingkungan tersebut tetap lestari dan terjaga dalam melakukan kegiatan operasi bisnis. Untung (2008:1) menyatakan tanggung jawab sosial merupakan komitmen perusahaan agar dapat memberikan bantuan dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan sehingga dapat mengutamakan keseimbangan terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Tanggung jawab sosial tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (pemegang saham dan *shareholder*) saja, akan tetapi juga memiliki kewajiban-kewajiban terhadap pihak lain (*stakeholder*). CSR dapat melihat semua hubungan yang dapat berkaitan antara perusahaan dengan semua *stakeholder* yang merupakan pegawai, komunitas, pelanggan, investor, pemerintah, dan *supplier*.

Peraturan pelaksanaan CSR yang tertuang dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 16 Agustus 2007. Pada

Pasal 74 UU PT yang menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan usaha di bidang atau yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Tanggung jawab sosial juga diatur dalam Pasal 15 ayat b Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UU PM), yang menyatakan bahwa setiap penanam modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, sesuai dengan lingkungan, nilai norma, dan budaya masyarakat setempat.

Namun adanya peraturan baru yang telah diterbitkan yaitu peraturan No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan PT yang diterbitkan pada bulan April 2012, pada Pasal 3 ayat (1) disebutkan bahwa *CSR* menjadi kewajiban bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang dan atau berkaitan dengan alam. Selanjutnya pada ayat (2) dijelaskan bahwa kewajiban *CSR* dilakukan baik di dalam maupun di luar lingkungan perseroan.

2. KAJIAN PUSTAKA DAN PEGEMBANGAN HIPOTESIS

a. *Stakeholders Theory*

Stakeholder adalah hubungan yang mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pihak internal atau eksternal dengan perusahaan untuk saling mendapatkan keuntungan (Nor, 2011:93). Pihak-pihak *stakeholder* yang berkepentingan di dalam perusahaan adalah karyawan, konsumen, pemasok, pemerintah, masyarakat, pemegang saham, pesaing, kreditur, dan lain-lain (Purwanto, 2011:14). Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada para pemilik saham saja, tetapi juga memiliki tanggung jawab terhadap kondisi lingkungan dan sosial masyarakat (*social responsibility*). Kenyataan seperti itu terjadi karena adanya tuntutan dari masyarakat akibat *negative externalities* yang timbul karena ketimpangan sosial yang terjadi (Hadi, 2011:93).

Teori *stakeholder* lebih menekankan pada perusahaan untuk lebih memahami bahwa perusahaan bukan entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri. Namun demikian perusahaan harus memberikan keuntungan bagi *stakeholder*-nya. Hubungan perusahaan dengan *stakeholder* dibangun atas dasar konsep kebermanfaatannya agar dapat membangun kesinambungan usaha perusahaan.

b. *Corporate Sosial Responsibility*

CSR adalah tindakan ataupun konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai dengan kapasitas perusahaan) sebagai bentuk dari tanggung jawab mereka terhadap sosial atau lingkungan sekitar perusahaan tersebut. Menurut Hadi (2011:87) *CSR* merupakan komitmen jangka panjang para pengusaha dalam mematuhi etika bisnis dalam beroperasi serta berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan dan mendukung upaya peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan karyawan, termasuk peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar.

c. *Pengungkapan CSR*

Pengungkapan adalah pelaporan informasi tentang kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan, baik yang melibatkan perhatian pada isu-isu yang mempengaruhi masyarakat dan lingkungan. Perusahaan yang mengungkapkan informasi dari aktivitas perusahaan dapat dimintai pertanggungjawaban kepada publik melalui pengungkapan aktivitasnya dengan jelas dan luas. Tujuan pengungkapan *CSR* adalah agar perusahaan memberikan tanggung jawab sosial dalam bentuk laporan tahunan dan periode yang mencakup laporan program sosial dan lingkungan yang disajikan oleh perusahaan, kemudian diberikan kepada masyarakat (Hadi, 2011:206).

Menurut Septiana (2014:16) dalam interpretasi yang luas, pengungkapan berkaitan dengan informasi baik yang terkandung dalam laporan keuangan maupun informasi tambahan termasuk catatan kaki, informasi tentang peristiwa setelah tanggal laporan, pembahasan manajemen atas analisis kinerja masa depan perusahaan, perkiraan keuangan operasi maupun informasi lainnya. Oleh karena itu jika telah melakukan bentuk tanggung jawab sosial terhadap lingkungannya, maka perusahaan telah berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi serta peningkatan kualitas hidup dan lingkungan. Jika tidak menjalankan tanggung jawab sosialnya maka kemungkinan besar perusahaan akan menghadapi berbagai tuntutan dari masyarakat.

d. *Profitability*

Profitability adalah suatu cara untuk menjadi tolak ukur tingkat keberhasilan maupun kegagalan perusahaan selama periode waktu tertentu. Jika mendapatkan laba yang besar, maka dapat dianggap bahwa perusahaan yang bersangkutan memiliki kinerja yang baik,

dan begitu sebaliknya (Kieso, dkk 2018:222). Menurut Yuliana et al (2008:252) tingkat *profitability* yang tinggi mendorong manajer untuk memberikan informasi yang detail atas kebebasan dan keleluasaan agar dapat menunjukkan dan mempertanggungjawabkan semua program sosialnya.

e. Corporate Size

Menurut Sudaryono (2007:110) perusahaan besar cenderung memiliki tuntutan kebutuhan informasi publik yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan kecil. Perusahaan yang besar paling banyak disoroti dalam menghadapi tuntutan yang lebih besar dari *stakeholder* untuk menyajikan laporan keuangan yang transparan. Perusahaan yang besar relatif melakukan banyak aktivitas sehingga menimbulkan dampak yang lebih besar terhadap lingkungan. Perusahaan yang besar akan memiliki pemegang saham yang untuk secara bersama-sama melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial. Cara yang digunakan dalam pengungkapan *CSR* adalah laporan tahunan yang disampaikan kepada publik (Untari, 2010:5).

f. Leverage

Kamir (2017:113) menyatakan bahwa *leverage* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh utang. Artinya besarnya jumlah utang yang digunakan perusahaan dibandingkan dengan modalnya sendiri. *Leverage* digunakan untuk melihat kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan seluruh kewajiban kepada pihak lain. Jika semakin tinggi tingkat utang, maka semakin besar kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian kredit. Dengan adanya pelaporan laba yang tinggi, dapat mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian. Untuk itu agar laba dinyatakan tinggi, maka perusahaan harus meminimalisirkan biaya yang dikeluarkan.

g. Pengaruh Profitability Terhadap Pengungkapan CSR

Profitability menunjukkan keberhasilan suatu perusahaan dalam mendapatkan keuntungan atau laba dari kegiatan usahanya. Perusahaan yang memiliki tingkat profit yang tinggi menunjukkan adanya pengelolaan manajemen yang bagus.

Menurut Kamil dan Herusetya (2012) tingkat *profitability* yang tinggi mencerminkan fakta bahwa entitas menghasilkan keuntungan yang semakin meningkat, sehingga

menunjukkan bahwa entitas mampu untuk meningkatkan tanggung jawab sosialnya. Hal tersebut menuntut perusahaan memiliki modal yang cukup untuk melaksanakan *CSR*-nya.

Putri dan Christiawana (2016:64) menyatakan bahwa perusahaan yang menguntungkan adalah mereka yang manajemen dapat memahami dan peduli terhadap lingkungan sosialnya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Warda dan Widayati (2018) menunjukkan bahwa *profitability* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *CSR*.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dirumuskan hipotesis:

H₁: *Profitability* berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*.

h. Pengaruh Corporate Size Terhadap Pengungkapan CSR

Corporate size dapat dinyatakan dalam bentuk total aktiva, penjualan, kapasitas pasar. Perusahaan yang memiliki aktiva, penjualan, dan kapasitas pasar dalam jumlah yang besar, maka akan semakin besar juga *corporate size*-nya. Oleh karena itu jika memiliki aktiva yang cukup besar, maka modal yang ditanam perusahaan semakin besar, selanjutnya jika mencapai lebih banyak penjualan, maka perusahaan semakin banyak melakukan perputaran uangnya, dan jika perusahaan memiliki kapasitas pasar yang besar, maka akan meningkatkan citra perusahaan (Sudarmadji dan Sularto, 2007:54).

Rofiqkoh (2016) menyatakan bahwa perusahaan besar tidak akan terhindar dari tekanan dan perusahaan besar dengan aktivitas dan pengaruh yang lebih besar pada masyarakat mungkin memiliki pemegang saham yang tertarik dengan program sosial perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial akan tersedia lebih luas. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dwi dan Andayani (2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *CSR*.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dirumuskan hipotesisnya:

H₂: *Corporate size* berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*.

i. Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan CSR

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar ketergantungan suatu perusahaan kepada kreditur untuk membangun asetnya. Perusahaan dengan tingkat *leverage*

yang lebih tinggi memiliki kewajiban untuk mengungkapkan lebih banyak informasi untuk memenuhi hak pemegang obligasinya sebagai kreditur.

Menurut Marzully dan Denies (2012:26) dengan *leverage* yang tinggi mengharuskan perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya kepada publik. Adanya tingkat *leverage* yang tinggi, mengakibatkan perusahaan harus mengurangi fokusnya terhadap debitur. Oleh karena itu perusahaan dengan *leverage* keuangan yang tinggi sebaiknya mengungkapkan lebih luas dibandingkan perusahaan yang tingkat *leverage* keuangannya rendah. Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan dan Budi (2020) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dirumuskan hipotesis:
H₃: *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

3. METODE PENELITIAN

a. Corporate Social Responsibility

GRI G4 merupakan indikator kinerja yang mencakup 3 kategori, yaitu: ekonomi, lingkungan, dan sosial. Kategori sosial terdiri atas 4 sub-kategori, yaitu: praktik tenaga kerja dan pekerjaan, hak asasi manusia masyarakat, dan tanggung jawab produk. Ketiga kategori tersebut kemudian dibagi dengan 91 item pengungkapan.

Dalam perhitungan CSR dapat dilakukan dengan variabel *dummy*, yang mana jika perusahaan mengungkapkan, maka akan diberi nilai 1, tetapi jika tidak mengungkapkan akan diberi nilai 0. Rumus dalam menghitung CSRDI menurut Haniffah et al. dalam Sayekti dan Wondabio (2007) yaitu:

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

b. Profitability

Profitability adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Semakin menguntungkan suatu perusahaan, maka akan semakin efisien dalam menggunakan asetnya untuk mendapatkan suatu keuntungan. *Profitability* dalam penelitian ini menggunakan *Return On Total Asset (ROA)*. Kegunaan ROA adalah untuk dapat menunjukkan kemampuan manajemen dalam menghasilkan pendapatan

dari pengelolaan aset. Adapun rumus ROA menurut Kasmir (2017:196) adalah:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

c. Corporate Size

Corporate size menunjukkan adanya jumlah pengalaman serta kemampuan perusahaan yang dapat diindikasikan dengan kemampuan dalam pengelolaan tingkat resiko yang diserahkan kepada *stakeholder* untuk kesejahteraan mereka. *Corporate size* juga dapat dilihat dari total aset yang dimiliki perusahaan, total pendapatan, dan kapitalisasi pasar. *Corporate size* dilambangkan dengan *log natural* total asset (*Ln*). Adapun ukuran perusahaan dirumuskan sebagai berikut (Rudangga, 2016):

$$SIZE = \log \text{ natural (nilai total asset)}$$

d. Leverage

Menurut Syamsudin (2013:91) rasio *leverage* adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangan baik jangka panjang atau jangka pendek untuk mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai oleh utang. Kemampuan perusahaan diukur dengan *Debt to Equity Rasio (DER)* yang merupakan rasio dari total utang terhadap ekuitas.

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1

DESKRIPTIF STATISTIK

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi
CRSDI	95	,110	,604	,31186	,111101
ROA	95	,001	,223	,08029	,050205
SIZE	95	27,340	32,820	29,39866	1,492445
DER	95	,122	2,416	,81191	,601364

Sumber: Data sekunder diolah penulis, 2022

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada tabel 1 menunjukkan bahwa pada 72 perusahaan *food and beverage* diperoleh dari jumlah data (N) sebanyak 95 sampel. Data memiliki empat unsur variabel yang terdiri dari: *CSR*, *profitability*, *corporate size*, dan *leverage*. Pada masing-masing unsur variabel tersebut setelah dianalisis memiliki nilai *minimum*, *maximum*, *mean*, dan standar deviasi yang

berbeda-beda, seperti yang diuraikan berikut ini.

a. CSR

Variabel *CSR* dari sampel sebanyak 95, nilai *minimum* sebesar 0,110 dan *maximum* sebesar 0,604 dengan rata-rata sebesar 0,31186 dan standar deviasi 0,111101. Perusahaan yang memiliki *CSR* dengan nilai terendah adalah Tigaraksa Satria Tbk pada tahun 2019-2021, sedangkan tertinggi adalah PP London Sumatra Indonesia Tbk pada tahun 2018.

b. Profitability

Variabel *profitability* dari sampel sebanyak 95, nilai *minimum* sebesar ,001 dan *maximum* sebesar 0,223 dengan rata-rata sebesar 0,08029 dan standar deviasi 0,050205. Perusahaan yang memiliki *profitability* dengan nilai terendah terdapat dua perusahaan, yaitu Sekar Bumi Tbk pada tahun 2019 dan Sawit Sumbermas Sarana Tbk pada tahun 2019, sedangkan tertinggi adalah Delta Djakarta Tbk pada tahun 2019.

c. Corporate Size

Variabel *corporate size* dari sampel sebanyak 95, nilai *minimum* sebesar 27,340 dan *maximum* 32,820 sebesar dengan rata-rata sebesar 29.39866 dan standar deviasi 1.492445. Perusahaan yang memiliki *corporate size* dengan nilai terendah adalah Sekar Laut Tbk pada tahun 2018, sedangkan tertinggi adalah Indofood Sukses Makmur Tbk pada tahun Tbk 2021.

d. Leverage

Variabel *leverage* dari sampel sebanyak 95, nilai *minimum* sebesar 0,122 dan *maximum* sebesar 2,416 dengan rata-rata sebesar ,81191 dan standar deviasi 0,601364. Perusahaan yang memiliki *leverage* dengan nilai terendah adalah *Campina Ice Cream Industry* Tbk pada tahun 2021, sedangkan tertinggi adalah Tunas Baru Lampung Tbk pada tahun 2018.

Hasil uji asumsi klasik adalah sebagaimana diuraikan berikut ini.

a. Hasil Uji Normalitas

Pengujian normalitas menggunakan uji *One-Sampel Kolmogrov-Smirnov Test* yang menggunakan *Exact Test Monte Carlo*, dengan hasil yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 2
UJI NORMALITAS

Variabel	Kolmogoro Smirnov Z Monte Carlo	Keterangan
<i>Unstandardized Residual</i>	,337	Data Terdistribusi Normal

Sumber: Data sekunder diolah penulis, 2022

Berdasarkan tabel 2 didapatkan bahwa nilai *Monte Carlo Sig. (2 tailed)* menunjukkan angka 0,337. Dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa data telah terdistribusi secara normal, dikarenakan nilai yang didapatkan lebih dari 0,05.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 3

RINGKASAN HASIL UJI MULTINIEARITAS

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
ROA	,800	1,250	Tidak Terdapat Multikoliniearitas
SIZE	,820	1,219	Tidak Terdapat Multikoliniearitas
DER	,674	1,483	Tidak Terdapat Multikoliniearitas

Sumber: Data sekunder diolah penulis, 2022

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan *tolerance value* masing-masing variabel lebih besar dari 0,1 dan nilai *VIF* lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel tidak terdapat masalah multikolinearitas.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4

RINGKASAN HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS (*GLEJSER*)

Variabel	Sig.	Nilai Kritis	Keterangan
ROA	0,790	0,05	Bebas Heteroskedastisitas
SIZE	0,949	0,05	Bebas Heteroskedastisitas
DER	0,901	0,05	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber: Data sekunder diolah penulis, 2022

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat besarnya nilai profitabilitas signifikansinya lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Hasil Uji Autokorelasi

Tabel 5

RINGKASAN HASIL UJI AUTOKORELASI (*RUN TEST*)

	<i>Unstandardized Residual</i>
<i>Test Value</i>	-0,00007
<i>Cases < Test Value</i>	47
<i>Cases >= Test Value</i>	48
<i>Total Cases</i>	95
<i>Number of Runs</i>	54
Z	1,136
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,256

Sumber: Data sekunder diolah penulis, 2022

Pada tabel 5 dapat dilihat pada signifikansi (*Asymp. Sig. 2-tailed*) dengan nilai 0,256 > 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data tidak terdapat gejala autokorelasi dalam model regresi yang digunakan.

Hasil uji hipotesis dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Model Regresi Berganda

Tabel 6
PERSAMAAN REGRESI LINIER BERGANDA

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-0,637	0,205		-3,099	0,003
ROA	-0,742	0,215	-0,335	-3,446	0,001
SIZE	0,037	0,007	0,497	5,169	0,000
DER	-0,097	0,020	-0,526	-4,964	0,000

Sumber: Data sekunder diolah penulis, 2022

Berdasarkan tabel 6 dapat disusun persamaan:regresi:

$$CSRDI = -0,637 + -0,742 ROE + 0,037 SIZE + -0,097 DER + e$$

Keterangan:

CSRDI = Corporate Sosial Disclosure Index

a = Konstanta

β = Koefisien Regresi

ROE = Return On Equity

SIZE = Ukuran Perusahaan

DER = Debt to Equity

e = Error

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta menunjukkan -0,637, menandakan jika nilai variabel *profitability*, *corporate size*, dan *leverage* diasumsikan konstan atau sama dengan 0, maka nilai *CSR* sebesar -0,637.
- 2) Koefisien regresi variabel *profitability* sebesar -0,742. Hal ini menunjukkan bahwa jika *profitability* meningkat 1 satuan, maka akan menurunkan pengungkapan *CSR* sebesar -0,742. Sebaliknya jika *profitability* mengalami penurunan 1 satuan, maka akan meningkatkan pengungkapan *CSR* sebesar -0,742.
- 3) Koefisien regresi variabel *corporate size* sebesar 0,037. Hal ini menunjukkan bahwa jika *corporate size* meningkat 1 satuan, maka akan meningkatkan pengungkapan *CSR* sebesar 0,037. Sebaliknya jika

corporate size mengalami penurunan 1 satuan, maka akan menurunkan pengungkapan *CSR* sebesar 0,037.

- 4) Koefisien regresi variabel *leverage* sebesar -0,097. Hal ini menunjukkan bahwa jika *leverage* meningkat 1 satuan, maka akan menurunkan pengungkapan *CSR* sebesar -0,097. Sebaliknya jika *leverage* mengalami penurunan 1 satuan, maka akan meningkatkan pengungkapan *CSR* sebesar -0,097.

b. Uji F (Uji Kelayakan Model)

Tabel 7
HASIL UJI F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	0,361	3	0,120	13,696	0,000
Residual	0,799	91	0,009		
Total	1,160	94			

Sumber: Data sekunder diolah penulis, 2022

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa nilai probabilitas sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$) dan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Hal ini juga menunjukkan bahwa model regresi yang dipakai adalah *fit*.

c. Uji t (Uji Signifikansi Parameter Parsial)

Tabel 8
HASIL UJI t

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.	Std. Sig.	Keterangan
ROA	-3,446	1,986	0,001	0,05	Signifikan
SIZE	5,169	1,986	0,000	0,05	Signifikan
DER	-4,964	1,986	0,000	0,05	Signifikan

Sumber: Data sekunder diolah penulis, 2022

Berdasarkan tabel 8 dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Variabel *profitability* diperoleh nilai t_{hitung} (-3,446) lebih besar dari t_{tabel} (1,986) dan nilai signifikansi (0,003) lebih kecil dari α (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa *profitability* signifikan terhadap pengungkapan *CSR*.
- 2) Variabel *corporate size* diperoleh nilai t_{hitung} (5,169) lebih besar dari t_{tabel} (1,986) dan nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari α (0,05), sehingga dapat disimpulkan

bahwa *corporate size* signifikan terhadap pengungkapan *CSR*.

- 3) Variabel *leverage* diperoleh nilai t_{hitung} (-4,526) lebih besar dari t_{tabel} (1,986) dan nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari α (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa *leverage* signifikan terhadap pengungkapan *CSR*.

d. Uji Ketepatan Model (R^2)

Tabel 9
RINGKASAN HASIL UJI
KETEPATAN MODEL (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,558	0,311	0,288	0,093724

Sumber: Data sekunder diolah penulis, 2022.

Berdasarkan tabel 9 nilai koefisien determinasi (*Adjusted R²*) sebesar 0,288. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 28,8% *CSR* dipengaruhi oleh variabel *profitability*, *corporate size*, dan *leverage*, sedangkan sisanya (71,2%) dipengaruhi oleh variabel di luar yang diteliti.

Pembahasan atas hasil analisis data tersebut dapat diuraikan berikut ini.

a. Pengaruh *Profitability* Terhadap Pengungkapan *CSR*.

Hasil penelitian menunjukan bahwa *profitability* signifikan pengaruhnya terhadap *CSR*. Dengan demikian hipotesis (H1) dari penelitian ini diterima/terdukung.

Menurut teori *stakeholder* perusahaan bukanlah entitas yang bertindak sendiri, tetapi harus memberi manfaat bagi seluruh *stakeholder* (pemegang saham, masyarakat, kreditur, pemerintah, dan pihak lainnya). *Stakeholder* dijadikan pertimbangan bagi manajemen mengenai pengungkapan atau tidak diungkapkannya suatu informasi dalam laporan perusahaan. Tujuan dari teori *stakeholder* ialah untuk membantu manajemen untuk meningkatkan nilai yang diperoleh sebagai bentuk hasil operasi perusahaan dan meminimalkan potensi kerugian bagi *stakeholder*. Oleh karena itu, semakin tinggi laba akan menjadikan perusahaan peduli akan

tanggung jawab sosialnya yang berkaitan dengan lingkungan sekitar.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Dwi dan Andayani (2019), Widiyawati (2018), Putri dan Reina (2019) dan Ramadhan dan Budi (2020) yang menunjukkan hasil bahwa *profitability* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *CSR*.

b. Pengaruh *Corporate Size* Terhadap Pengungkapan *CSR*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate size* signifikan pengaruhnya terhadap pengungkapan *CSR*. Dengan demikian hipotesis (H2) dari penelitian ini diterima/terdukung.

Perusahaan yang besar akan mengungkapakan *CSR* lebih lengkap daripada perusahaan kecil, karena perusahaan besar tidak terlepas dari tekanan masyarakat. Total aset dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membiayai operasionalnya. Selain itu, aset perusahaan digunakan untuk membiayai tanggung jawab sosial perusahaan untuk menghindari resiko yang terjadi di masa depan. Dengan demikian besar/kecilnya perusahaan akan mempengaruhi lengkap atau tidaknya pengungkapan tanggung jawab sosial lingkungan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan Shinta dan Nur (218), Fauziah dan Fadjrih (2019), dan Indah dan Budi Riharjo (2022) yang menunjukkan hasil bahwa *corporate size* berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *CSR*.

c. Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan *CSR*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* signifikan pengaruhnya terhadap pengungkapan *CSR*. Dengan demikian hipotesis (H3) dari penelitian ini diterima/terdukung.

Perusahaan yang dapat membayarkan kewajiban jangka panjang dengan asetnya akan tidak merasa berat untuk melakukan pengungkapan *CSR*, dengan pemenuhan akan tanggung jawab sosial lingkungan yang dilakukan perusahaan akan memberikan pengakuan dan kepercayaan terhadap masyarakat. Sebaliknya pada kondisi utang

perusahaan yang besar, maka akan mengurangi porsi dalam hal pengungkapan tanggungjawab sosial lingkungannya kepada masyarakat.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan Putri dan Candradewi (2019) dan Ramadhan dan Budi (2020) yang menunjukkan hasil bahwa *leverage* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dari studi empiris pada perusahaan *Food and Beverage* yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2021 dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. *Profitability* berpengaruh (secara statistik signifikan) terhadap pengungkapan CSR, sehingga H_1 penelitian ini diterima.
2. *Corporate Size* berpengaruh (secara statistik signifikan) terhadap pengungkapan CSR, sehingga H_2 penelitian ini diterima.
3. *Leverage* berpengaruh (secara statistik signifikan) terhadap pengungkapan CSR, sehingga H_3 penelitian ini diterima.

6. REFERENSI

- Aan, Munawar Syamsuddin. 2013. *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Amalia, S. D., & Andayai. (2019). Pengaruh Profitabilitas, dan *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan (*SIZE*) Terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* Pada Perusahaan Sektor Industri *Food And Bevarage* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi: Volume 8, Nomor 11, november 2019*, 2460-0558.
- Aprilia, A. P. dan M. Hadi. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Travel Brow Lumajang. *Jurnal Aplikasi Bisnis* 2407(3741)
- Ayu, NK. Trisna Dewi., & Mediatrix, M. Ratna Sari. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Dan Profitabilitas Terhadap CSR Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi Universitas : Volume 27, Nomor 3, Juni2019*, 2302-8556.
- Cahyaningtyas, F. (2018). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Lembaga Keuangan yang Terdaftar di BEI. *Journal of Economics, Business, and Government Challenges*, 1(1), 10-21.
- Cahyono, Y. T., & Yuniasih, D. R. (2021). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Dewan Komisaris, Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di JII. *Seminar Nasional Ahmad Dahlan Accounting Fair (SNAF)*.
- Fauziah, I., & Fardjrih, N. A. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi: Volume 8, Nomor 3, Maret 2019*, 2460-0585.
- Ghozali, I. (2011). *Ekonometrika: Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8) Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS"Edisi Sembilan.Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.

- Hadi, Nor. 2011. Corporate Social Responsibility. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Haqiqi, G. R., & Riharjo, I. B. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan (*SIZE*), *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* Pada Perusahaan Sektor Industri *Food And Bevarage* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi: Volume 9, Nomor 12, Desember 2020*, 2460-0585.
- Kamil, A dan A. Herusetya. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility. Media Riset Akuntansi.
- Kasmir. (2017). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kieso, Donald E., Jerry J. Weygandt., dan Terry D. Warfield, (2018), Akuntansi Keuangan Menengah: Intermediate Accounting, Edisi IFRS, Volume 1, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12160.
- Marzully, N., dan P. Denies. 2012. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal* 1(1): 22-34.
- Nofita Yuliana, Siswandari dan Nurhasan Hamidi. (2014). Pembelajaran Kombinasi Tipe Pairs Checks dan Peer Tutoring Mampu Meningkatkan Prestasi Belajar Akuntansi Siswa SMA. Skripsi Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Pradista, A. S., & Kusumawati, E. (2022). ANALISIS PENGARUH PENGUNGKAPAN CSR, PERUBAHAN UKURAN PERUSAHAAN, LIKUIDITAS, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP RETURN SAHAM (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020). *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 761-776.
- Purba, I. A. P. L., & Candradewi, M. R. (2019). Pengaruh *Leverage, Likuiditas, Profitabilitas* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen, Volume 8, Nomor 9*, 2302-8912.
- Purwanto. 2011. Evaluasi Hasil Belajar. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Putri dan Christiawan (2014). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Business Accounting review*. Universitas Kristen Petra. 2(1).
- Putri, R. K., Zulbahridar, Z., & Kurnia, P. (2017). Pengaruh ukuran perusahaan, *profitabilitas, leverage, likuiditas*, dan basis kepemilikan terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2012-2014. *Jom Fekon: Volume 4, Nomor 1, Febuari 2017 (Doctoral dissertation, Riau University)*.
- Riezky, P. M., & Kartika T. P. (2020). Pengaruh Profitabilitas, dan *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* Pada Perusahaan Yang Terdaftar Index Kompas 100. *E-Jurnal Ilmiah: Volume 6, Nomor 1, Juni2022*, 41-43.
- Rudangga Gede Ngurah Gusti I dan Sudiarta Merta Gede. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol 5 No7 2016: 4394-4422. ISSN : 2302-8912.
- S. Munawir. 2014. Analisis Laporan Keuangan. Yogyakarta : Liberty.

- Sari, D. N. I., & Riharjo, I. B. (2022). PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, SIZE, DAN UMUR PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA): Volume 11, Nomer 6, Juni 2022*, 2460-0585.
- Septiana, F. 2014. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di BEI. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Shinta, I. D., & Nur, D, K. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Dan Ekonomi: Volume 1, Nomor 3, Februari 2018*.
- Soelistryoningrum, Jenia Nur. 2011. Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report terhadap Kinerja Keuangan. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Sudarmadji, A.M dan L. Sularto. 2007. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Prosiding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitek dan Sipil). Auditorium Kampus Gunadarma: A53-A61.
- Sudaryono, B. 2007. Kajian atas Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Lingkungan (environmental disclosure) pada Perusahaan Publik di BEJ pada Tahun 2004-2005. *Media Riset Akuntansi, Auditing dan Informasi* 7(2): 107-139.
- Untari, L. 2010. "Effect On Company Characteristics Corporate Social Responsibility Disclosure In Corporate Annual Report Of Consumption Listed In Indonesia Stock Exchange". Jakarta: Universitas Gunadarma.
- Wardah, Z., & Widyawati, D. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan (size), dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility Pada Perusahaan Sektor Industri Food And Bevarage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi: Volume 7, Nomor 2, Februari 2018*, 2460-0585.
- Yovana, D. G., & Kadir, A. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 21(1).
- Yuliana, R. B. Purnomoshidi dan E. G. Sukoharsono. 2008. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Dampaknya terhadap Reaksi Investor. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia* 5(2): 245-276.