

The Impact Profitability, Leverage and Firm Size on Disclosure of Corporate Social Responsibility

Sulastrisya¹, Arivetullatif², Ilham Multama³

^{1,2,3}Universitas Sumatera Barat

sulastrisya79@yahoo.com¹ arive.tullatif1@gmail.com² multamailham@gmail.com³

Abstract

This study aims to determine the effect of profitability, leverage and company size on the disclosure of corporate social responsibility. The independent variables in this study are profitability, leverage and firm size, while the dependent variable is corporate social responsibility. The population in this study are food and beverage sub-sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2021. The data used in this study are annual report data and a quantitative approach. The sampling method used purposive sampling method. The analytical method used in this study used multiple linear regression analysis with the help of SPSS (Statistical Product and Services Solutions) version 25. The number of samples in this study were 36 observations in 9 companies observed for 4 years. The results of this study indicate that profitability, leverage and company size have no effect on corporate social responsibility. Taken together, the same profitability, leverage and company size do not affect the disclosure of corporate social responsibility.

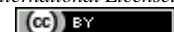
Keywords: Profitability, Leverage, Company Size, Disclosure of Corporate Social Responsibility, Food and Beverages, Indonesia Stock Exchange.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan, sedangkan variabel terikatnya adalah tanggung jawab sosial perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data laporan tahunan dan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS (Statistical Product and Services Solutions) versi 25. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 36 observasi pada 9 perusahaan yang diamati selama 4 tahun. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Secara bersama-sama profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan yang sama tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kata kunci: Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Makanan dan Minuman, Bursa Efek Indonesia.

INFEB is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.



1. Pendahuluan

Perusahaan bukan hanya memprioritaskan dan meningkatkan laba saja tetapi memikirkan operasional perusahaan, kegiatan lingkungan dan kesejahteraan masyarakat [1]. Dalam kegiatan tersebut sering terjadinya permasalahan sosial, seperti pencemaran lingkungan yang ditimbulkan akibat limbah produksi atau pencemaran polusi udara. Pada dasarnya kesejahteraan masyarakat bagian dari tanggung jawab perusahaan [2]. Mengenai hal tersebut perusahaan tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat karena adanya hubungan timbal balik. Hubungan tersebut dilihat dari aspek ekonomi, sosial dan lingkungan [3]. Jika suatu perusahaan tidak memperhatikan aspek ekonomi, sosial dan lingkungannya maka masyarakat tidak mendapat kontribusi dari perusahaan sehingga memicu timbulnya dampak negatif dari suatu kegiatan operasional perusahaan [4]. Untuk menghindari dari dampak negatif tersebut perusahaan dapat menerapkan

corporate social responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan [5].

Corporate social responsibility adalah suatu konsep organisasi yang spesifik kepada perusahaan memiliki tanggung jawab sosial terhadap karyawan, konsumen, pemegang saham dan segala aspek lingkungan operasional perusahaan [6]. Pengungkapan corporate social responsibility adalah suatu upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai keterbukaan dalam bisnis [7]. Pengungkapan corporate social responsibility perusahaan bertujuan agar suatu perusahaan dapat memberikan tanggung jawab terhadap masyarakat yang dilaksanakan perusahaan dalam waktu periode tertentu [8]. Intensitas pengungkapan corporate social responsibility dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan [9]. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mencari laba [10]. Profitabilitas dapat digunakan sebagai salah satu indikator dalam kemampuan untuk menghasilkan laba

juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan [11]. Apabila semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka perusahaan cenderung melaksanakan dan mengungkapkan corporate social responsibility [12]. Leverage adalah perbandingan antara dana yang diperoleh dari ekstern perusahaan dengan dana yang dimiliki oleh perusahaan. Dilihat dari perusahaan yang mempunyai tingkat leverage tinggi berarti perusahaan bergantung pada dana dari luar sebaliknya perusahaan mempunyai tingkat leverage rendah maka membiayai asetnya dengan modal sendiri. Dengan demikian leverage menggambarkan risiko keuangan perusahaan yang akan berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility [13].

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya suatu perusahaan melalui indikator tertentu [14]. Perusahaan mempunyai skala yang berbeda satu sama lain baik kecil maupun besar [15]. Dilihat dari penerapan *corporate social responsibility* memiliki perbedaan antara perusahaan besar maupun perusahaan kecil [16]. Perusahaan manufaktur adalah sebuah badan usaha yang menjalankan pengoperasian, mesin dan tenaga kerja dalam suatu proses yang mana mengubah bahan mentah menjadi barang jadi yang mempunyai nilai jual [17]. Berdasarkan hal tersebut perusahaan manufaktur memiliki keterikatan hubungan yang erat terhadap lingkungan sosial [18]. Dilihat dari beberapa kasus perusahaan yang merugikan lingkungan sosial yang terkait dengan *corporate social responsibility*, salahnya satu adalah kasus perusahaan yang melanggar corporate social responsibility yaitu PT. Indofood Tbk. di Medan Sumatera Utara tahun 2019, bahwa ditemukan limbah B3 (Bahan Berbahaya Beracun) yang berceceran dilingkungan pabrik perusahaan yang berasal dari bumbu – bumbu mi instan atau minyak bekasnya. PT. Indofood Tbk. tidak membangun Tempat Pembuangan Sementara (TPS) dari sisa produksi yang akan dibuang [19]. Hal tersebut tentu melanggar konsep dari Corporate Social Responsibility yang tidak memperhatikan kondisi lingkungan juga merugikan banyak pihak. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka peneliti tertarik menguji penelitian tentang Pengaruh *profitabilitas*, *leverage* dan ukuran perusahaan dalam pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 sampai dengan 2021 [20].

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility dalam perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021. Apakah leverage berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility dalam perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018- 2021. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility dalam perusahaan sub

sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021. Apakah profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan berpengaruh simultan terhadap pengungkapan corporate social responsibility pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021.

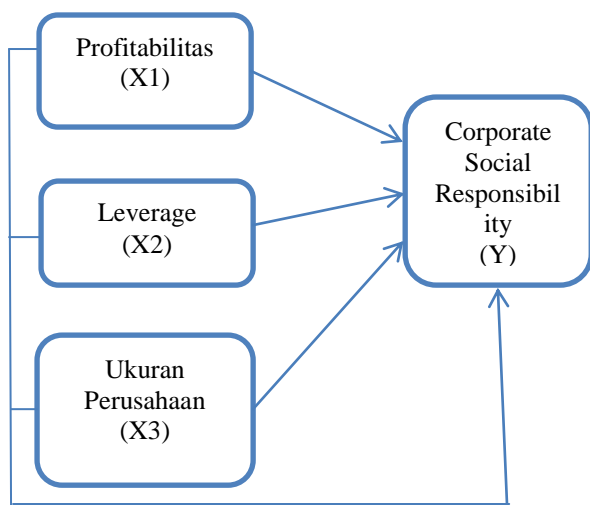
Teori stakeholder (pemangku kepentingan) adalah semua pihak eksternal maupun pihak internal yang berhubungan baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung bagi perusahaan. Stakeholder terdiri dari karyawan, pemasok, pelanggan, pemegang saham, dan pemerintah. Dilihat dari tujuan teori stakeholder yaitu untuk membantu manajemen perusahaan dalam meningkatkan penciptaan nilai dari aktivitas- aktivitas perusahaan yang dapat meminimalkan kerugian yang terjadi bagi stakeholder. Adanya teori ini memberikan landasan untuk suatu perusahaan yang mampu memberikan tujuan bagi stakeholdernya. Berdasarkan penjelasan diatas menyatakan teori stakeholder berpengaruh pada aktivitas – aktivitas perusahaan dan memberikan kontribusi melalui suatu program sosial yang dapat memberikan kesejahteraan pada masyarakat. Teori agensi adalah konsep yang menjelaskan hubungan antara principal (pemberi kontrak) dan agen (penerima kontrak), principal tujuan untuk bekerja agar agen diberi kewenangan dalam pembuatan keputusan. Hubungan agensi tersebut, terdapat 3 faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu biaya pengawasasn (*monitoring costs*), bonding costs (biaya ikatan) dan residual loss (kerugian sisa).

Konflik kepentingan antara manajer dengan pemilik menjadi semakin besar ketika kepemilikan manajer terhadap perusahaan semakin kecil. Dalam hal ini manajer akan berusaha untuk memaksimalkan kepentingan sendiri dibandingkan kepentingan perusahaan. Sebaliknya semakin besar kepemilikan perusahaan maka perusahaan semakin produktif dalam memaksimalkan nilai perusahaan dengan kata lain biaya kontrak dan pengawasan menjadi rendah. Maka hal tersebut perusahaan mengungkapkan informasi sosial untuk meningkatkan image perusahaan. *Corporate social responsibility* adalah suatu komitmen perusahaan dalam berkontribusi dan pengembangan ekonomis secara terus menerus dengan memperhatikan tanggung jawab sosial baik bagi masyarakat maupun lingkungan perusahaan. Konsep corporate social responsibility pada umumnya menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para stakeholders yang terkait terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori stakeholder yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya. Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para stakeholder perusahaan yaitu dengan melaksanakan corporate social responsibility dengan hal ini diharapkan keinginan dari stakeholder dapat

terakomodasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan stakeholdernya. Apabila hubungan harmonis maka perusahaan dapat mencapai peningkatan dalam perusahaanya.

Pengungkapan corporate social responsibility adalah proses pengungkapan suatu informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi suatu entitas kepada stakeholder dan masyarakat. Pengungkapan informasi tersebut dapat diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Mengenai hal pengungkapan corporate sosial responsibility tersebut terdapat beberapa kategori pengungkapan yang diterbitkan dalam Global Reporting Initiative (GRI). Global reporting initiative adalah pelaporan atau pengungkapan standar yang berindikator tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan manfaat kepada para stakeholder perusahaan. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio profitabilitas ini mengukur tingkat efektivitas manajemen dan mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari operasional perusahaannya. Leverage adalah rasio yang mengukur suatu tingkat aktiva perusahaan yang dibiayai oleh utang. Leverage ini menunjukkan risiko keuangan yang dihadapi perusahaan. Dilihat dari perusahaan yang mempunyai tingkat leverage yang tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya, sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat leverage yang rendah maka perusahaan membiayai asetnya dengan modal sendiri.

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala atau nilai yang dapat untuk mengklasifikasikan besar atau kecilnya suatu perusahaan berdasarkan indikator yang ditentukan yaitu total aktiva, *log size*, penjualan, nilai saham, kapitalisasi pasar dan jumlah tenaga kerja. Selanjutnya kerangka penelitian ditampilkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Hipotesis Penelitian adalah H1 adalah Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility. H2 adalah Leverage berpengaruh

terhadap pengungkapan corporate social responsibility. H3 adalah Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility. H4 adalah Profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility.

2. Metode Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2018-2021. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seperti apa pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai variabel dependen. Populasi pada penelitian ini adalah pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 4 tahun (2018-2021) dan berjumlah 39 perusahaan. Dan sampel terdapat 9 perusahaan sub sektor makanan dan minuman dengan waktu observasi 4 tahun sehingga diperoleh sebanyak 36 observasi.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keuangan yang dikeluarkan oleh perusahaan sub sektor makanan dan minuman periode tahun 2018 – 2021. Data yang tersebut diperoleh melalui situs yang dimiliki oleh BEI yakni www.idx.co.id. Corporate social responsibility adalah suatu kegiatan yang wajib dilaksanakan oleh perusahaan yang tidak hanya bertanggungjawab kepada konsumen, pemegang saham dan karyawan tapi juga terhadap lingkungan sekitarnya. Rumus perhitungan CSR adalah sebagai berikut Indeks CSR (1).

$$\frac{\text{Total skor pengungkapan perusahaan}}{\text{Jumlah item indeks pengungkapan}} \quad (1)$$

Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rumus perhitungan ROA sebagai berikut (2).

$$\frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aset}} \quad (2)$$

Leverage adalah rasio untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan yang dibiayai dengan utang. Rumus DER adalah sebagai berikut (3).

$$\frac{\text{Total hutang}}{\text{Ekuitas}} \quad (3)$$

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan metode dokumenter dan studi pustaka. Metode dokumenter dilakukan dengan mengumpulkan data laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan

yang dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia melalui situs www.idx.co.id. Sedangkan metode studi pustaka dilakukan dengan mempelajari literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian ini seperti jurnal, skripsi, buku dan situs internet. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh hubungan variabel independen yang jumlahnya lebih dari dua variabel terhadap variabel dependen. Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan metode dokumenter dan studi pustaka. Metode dokumenter dilakukan dengan mengumpulkan data laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan yang dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia melalui situs www.idx.co.id. Sedangkan metode studi pustaka dilakukan dengan mempelajari literatur – literatur yang berkaitan dengan penelitian ini seperti jurnal, skripsi, buku dan situs internet. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh hubungan variabel independen yang jumlahnya lebih dari dua variabel terhadap variabel dependen.

3. Hasil dan Pembahasan

Analisis statistik deskriptif berfungsi memberikan gambaran atau deskripsi data berdasarkan nilai rata – rata (mean), standard deviasi, nilai max dan min dari masing masing variabel. Statistik deskriptif dalam penelitian ini untuk mengetahui informasi mengenai variabel index pengungkapan corporate social responsibility perusahaan yaitu profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan. Hasil uji statistik deskriptif dari variabel-variabel penelitian disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
ROA	36	.01	15.08	.7646	2.59384
DER	36	.16	1.66	.7927	.36691
SIZE	36	14.8 8	23.71	19.540 1	2.87604
CSR	36	.08	.31	.1819	.06157
Valid N (listwise)	36				

Berdasarkan Tabel.1 yang merupakan hasil olah data SPSS untuk statistik deskriptif bahwa sampel (N) sebanyak 36. Profitabilitas berdasarkan bahwa nilai minimum profitabilitas sebesar 0,01, nilai maksimum sebesar 15,08, nilai rata-rata sebesar 0,7646 dan nilai standard deviasi sebesar 2,59384. Leverage berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai minimum leverage sebesar 0,16 , nilai maksimum sebesar 1,66 , nilai rata-rata sebesar 0,7927 dan nilai standard deviasi sebesar 0,36691. Ukuran Perusahaan berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai minimum ukuran perusahaan sebesar 14,88, nilai maksimum sebesar 23,71, nilai rata-rata sebesar 19,5401 dan nilai standard deviasi sebesar 2,827604. CSR (*Corporate Social Responsibility*) berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai minimum CSR

sebesar 0,08 , nilai maksimum sebesar 0,31 , nilai rata-rata sebesar 0,1819 dan nilai standard deviasi sebesar 0,06157. Uji normalitas tujuan untuk menguji apakah data berdistribusi secara normal atau tidak, uji ini menggunakan Kolmogorov Smirnov. Hasil uji normalitas disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

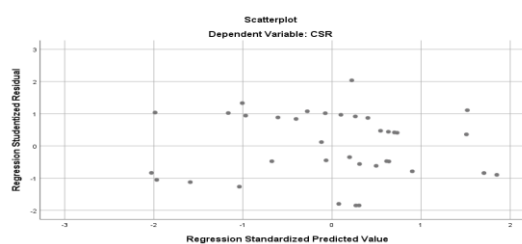
Ket	Unstandardized Residual	
N	36	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.05873224
Most Extreme Differences	Absolute	.131
	Positive	.119
	Negative	-.131
Test Statistic	.131	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.123 ^c	

Berdasarkan Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa uji normalitas yang dilakukan dengan menggunakan One-Sample Kolmogorov Smirnov (K-S) menghasilkan Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,123. Bahwa dapat disimpulkan data tersebut lebih besar dari 0,05 dinyatakan terdistribusi normal serta memenuhi asumsi normalitas. Uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat adanya korelasi antar variabel independen atau tidak. Dengan melihat ketentuan nilai Variance Inflation Faktor<10 dan nilai Tolerance>0,10. Hasil dari uji multikolinearitas disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Tolerance	VIF
0	0
.933	1.072
.908	1.101
.909	1.100

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa hasil Tolerance semua variabel menunjukkan lebih besar dari 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) semua variabel lebih kecil dari 10. Hal ini dapat menunjukkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadinya multikolonieritas. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui adanya penyimpangan atau ketidaksamaan variance dari residual berdasarkan pengamatan satu ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan diagram Scatterplot. Hasil uji heteroskedastisitas dengan diagram Scatterplot ditampilkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Scatterplot

Berdasarkan Gambar 2 bahwa hasil tersebut tidak membentuk pola yang jelas, titik – titik yang ada menyebar di atas dan dibawah. Maka dapat disimpulkan bahwa hasil data dalam penelitian ini tidak terjadinya heteroskedastisitas. Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui adanya korelasi antara kesalahan penganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji Durbin Watson (DW Test). Hasil uji autokorelasi dengan Durbin Watson disajikan Pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.300 ^a	.090	.06142	1.755

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil uji autokorelasi memiliki nilai Durbin – Watson sebesar 1,755 dimana nilai tersebut berada diantara -2 dan +2 maka dapat simpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi. Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain. Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility. Hasil dari analisis regresi linear berganda disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandar dized Coefficients		Standardize Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	t
1 (Constant)	.043	.083		.517
ROA	-.004	.004	-.156	-.892
DER	.023	.030	.137	.776
SIZE	.006	.004	.295	1.669

Pada Tabel 5 model persamaan regresi linear berganda adalah $Y = 0,043 - 0,004X_1 + 0,023X_2 + 0,006X_3 + e$ Dari hasil persamaan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Nilai konstanta sebesar 0,043 berarti jika semua variabel profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan nilainya 0, maka nilai variabel CSR adalah sebesar 0,043. Nilai koefisien X_1 (profitabilitas) menunjukkan nilai 0,004 artinya perubahan peningkatan profitabilitas mengalami penurunan sebesar 1 persen maka variabel corporate social responsibility mengalami penurunan sebesar 0,004. Nilai koefisien X_2 (leverage) menunjukkan nilai 0,023 artinya perubahan peningkatan leverage mengalami kenaikan sebesar 1 persen maka variabel corporate social responsibility mengalami peningkatan sebesar 0,023. Nilai koefisien X_3 (ukuran perusahaan) menunjukkan nilai 0,006 artinya perubahan peningkatan ukuran perusahaan mengalami kenaikan sebesar 1 persen maka variabel corporate social responsibility mengalami peningkatan sebesar 0,006. Hasil Uji Hipotesis terdiri dari Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara linear variabel bebas dan variabel terikat jika angka

signifikan lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Namun sebaliknya jika angkanya lebih besar dari 0,05 maka disimpulkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Selanjutnya Hasil Uji t disajikan dalam bentuk Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji t

Standardize d Coefficients	t		Sig.
	Beta	t	
		.517	.609
	-.156	-.892	.379
	.137	.776	.443
	.295	1.669	.105

Berdasarkan tabel 6 bahwa data pengujian secara parsial dari variabel independen terhadap variabel dependen menunjukkan hasil pengujian hipotesis secara parsial sebagai berikut Profitabilitas (X_1) terhadap pengungkapan corporate social responsibility dijelaskan bahwa profitabilitas memiliki signifikan 0,379 yang berarti lebih besar dari 0,05 dengan nilai t - 892 maka hal tersebut menunjukkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility. Leverage (X_2) terhadap pengungkapan corporate social responsibility dijelaskan bahwa leverage memiliki signifikan 0,443 yang berarti lebih besar dari 0,05 dengan nilai t 0,776 maka hal tersebut menunjukkan leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility. Ukuran perusahaan (X_3) terhadap pengungkapan corporate social responsibility dijelaskan bahwa ukuran perusahaan memiliki signifikan 0,105 yang berarti lebih besar dari 0,05 dengan nilai t 1,669 maka hal tersebut menunjukkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility. Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara keseluruhan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil pengujian uji F disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji F (Uji Simultan)

Model	F	Sig.
1 Regression	1.057	.381 ^b
Residual		
Total		

Berdasarkan tabel 7 menghasilkan F hitung 1.057 dengan tingkat signifikan sebesar 0,381 yang berarti lebih besar dari 0,05 artinya dapat menunjukkan bahwa semua variabel tidak berpengaruh simultan terhadap pengungkapan corporate social responsibility. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai adjusted R-Square dari model regresi digunakan untuk mengetahui besarnya pengungkapan corporate social responsibility yang dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu, apabila nilai yang mendekati satu berarti variabel – variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Selanjutnya hasil Koefisien Determinasi disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square
1	.090 ^a	.005

Berdasarkan pada tabel diatas dapat dilihat bahwa besarnya koefisien determinasi yang menunjukkan nilai R Square pada penelitian ini sebesar 0,005 atau 0,5%. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility adalah sebesar 0,5% sedangkan sisanya 95,0% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model yang digunakan. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Berdasarkan hasil yang dilakukan dengan uji t (secara parsial) bahwa ROA menunjukkan nilai signifikansi 0,379 dan memiliki nilai t hitung -0,892. Nilai signifikan tersebut menunjukkan bahwa $0,379 > 0,05$ dan t tabel didapatkan sebesar 2,0369. Dimana t hitung $-0,892 > 2,036$ yang artinya variabel bernilai negatif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama menyatakan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility.

Hal ini berarti bahwa besar kecilnya laba perusahaan tidak akan mempengaruhi pengungkapan corporate social responsibility dikarenakan laba perusahaan untuk kepentingan operasional perusahaan, sedangkan aktivitas sosial belum tentu dari laba perusahaan. Sedangkan perusahaan yang memiliki laba yang besar belum tentu juga melakukan aktivitas sosial dikarenakan berorientasi pada laba semata. Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Berdasarkan hasil yang dilakukan dengan uji t (secara parsial) DER menunjukkan nilai signifikan 0,443 dan memiliki t hitung 0,776. Nilai signifikan tersebut menunjukkan bahwa $0,443 > 0,05$ dan t tabel didapatkan 2,036. Dimana t hitung $0,776 < 2,036$ artinya variabel bernilai positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua menyatakan leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility. Hal ini berarti perusahaan yang memiliki besar kecilnya leverage tidak mempengaruhi pengungkapan corporate social responsibility. Perusahaan juga tidak mempublikasikan hutangnya dikarenakan apabila perusahaan memiliki hutang yang besar maka debtholders tidak mau menanamkan sahamnya ke perusahaan tersebut. Maka manajemen perusahaan memperhatikan rendah tingginya leverage supaya tidak menjadi sorotan bagi para debtholders sehingga menjaga eksistensi perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Berdasarkan hasil yang dilakukan dengan uji t (secara parsial) SIZE menunjukkan nilai signifikan 0,105 dan memiliki t hitung 1,669. Nilai signifikan tersebut menunjukkan bahwa $0,105 > 0,005$ dan t tabel didapatkan 2,036. Dimana t hitung $1,669 > 2,036$ artinya variabel

berpengaruh positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga menunjukkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility. Hal ini berarti besar kecilnya perusahaan tidak mempengaruhi corporate social responsibility karena perusahaan besar tidak akan selalu melakukan pengungkapan corporate social responsibility lebih banyak mempunyai pengaruh pada pihak-pihak internal maupun eksternal yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan. Perusahaan kecil mampu melakukan pengungkapan kegiatan corporate social responsibility dengan baik guna pelaksanaan kegiatan tanggung jawab untuk lingkungan sekitar operasional usahanya bergerak. Hal tersebut bukan untuk sekedar kegiatan tetapi merupakan sebuah kewajiban bagi perusahaan untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan tidak Berpengaruh Simultan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Berdasarkan hasil yang dilakukan dengan uji F (simultan) menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar 0,381 yang berarti lebih besar dari 0,05 dengan F 1.057 Sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan corporate social responsibility. Dilihat dari koefisien determinasi yang menunjukkan nilai R Square pada penelitian ini sebesar 0,005 atau 0,5%. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility adalah sebesar 0,5% sedangkan sisanya 95% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model yang digunakan. Bahwa dapat dilihat dari teori agensi, keputusan manajer dapat merupakan salah satu dari pengungkapan corporate social responsibility, tidak dilihat dari laba, hutang maupun ukuran perusahaan akan tetapi biaya ikatan dan biaya pengawasan yang menjadikan sebagai pengungkapan *corporate social responsibility*.

4. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap corporate social responsibility. Hal tersebut dilihat dari nilai signifikansi 0,303 dan memiliki nilai t hitung -0,892. Nilai signifikan tersebut menunjukkan bahwa $0,379 > 0,05$ dan t tabel didapatkan sebesar 2,0369. Hal ini berarti bahwa besar kecilnya profitabilitas tidak mempengaruhi pengungkapan corporate social responsibility dikarenakan laba perusahaan untuk aktivitas operasional perusahaan, pengungkapan *corporate social responsibility* tidak dilihat dari laba yang besar atau kecilnya. Leverage tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Hal tersebut dilihat dari nilai signifikan 0,170 dan memiliki t hitung 1,405. Nilai signifikan tersebut menunjukkan bahwa $0,170 > 0,05$ dan t tabel didapatkan 2,036. Hal ini berarti perusahaan yang memiliki besar kecilnya leverage tidak mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* dikarenakan manajemen

perusahaan tidak ingin menjadi sorotan bagi para debtholders. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal tersebut dilihat dari nilai signifikan 0,105 dan memiliki thitung 1,699 Nilai signifikan tersebut menunjukkan bahwa $0,099 > 0,005$ dan t tabel didapatkan 1,669. Hal ini berarti besar kecilnya perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* dilihat bahwa tanggung jawab sosial bukan sekedar kegiatan tetapi merupakan sebuah kewajiban bagi perusahaan untuk melakukan pengungkapan guna untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal tersebut dilihat dari nilai uji F (simultan) menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar 0,381 yang berarti lebih kecil dari 0,05 dengan F 1,057. Dilihat dari koefisien determinasi yang menunjukkan nilai R Square pada penelitian ini sebesar 0,005 atau 0,5%. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* adalah sebesar 0,5% sedangkan sisanya 95% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model yang digunakan.

Daftar Rujukan

- [1] Kalsum, U. (2020). Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *AkMen JURNAL ILMIAH*, 17(4), 607–618. DOI: <https://doi.org/10.37476/akmen.v17i4.1188> .
- [2] T.A, O., A. Z, A., & A.S, S. (2014). Impact of Corporate Social Responsibility on Profitability of Nigeria Banks. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 4(8). DOI: <https://doi.org/10.6007/tjarbss/v4-i8/1094> .
- [3] Mohr, L. A., Webb, D. J., & Harris, K. E. (2001). Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behavior. *Journal of Consumer Affairs*, 35(1), 45–72. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2001.tb00102.x> .
- [4] Dlamini, B. (2016). The Impact of Corporate Social Responsibility on Company Profitability in Zimbabwe: A Case of a Listed Telecommunication Company. *International Journal of Social Science and Economics Invention*, 2(04). DOI: <https://doi.org/10.23958/ijssci/vol02-i04/02> .
- [5] Charles Nwaneri, E. (2015). The Impact of Corporate Social Responsibility (CSR) on Organization Profitability. *International Journal of Business and Management*, 10(9). DOI: <https://doi.org/10.5539/ijbm.v10n9p60> .
- [6] Maqbool, S. (2019). Does corporate social responsibility lead to superior financial performance? Evidence from BSE 100 index. *DECISION*, 46(3), 219–231. DOI: <https://doi.org/10.1007/s40622-019-00219-4> .
- [7] Prastyo, V. A. D., Riyadi, S., & Priyawan, S. (2021). The Effect of Inflation and Corporate Social Responsibility on Share Returns with Profitability as Intervening Variables in the Mining Sector: 2017-2019 Period. *International Journal of Applied Research in Management and Economics*, 4(1), 13–29. DOI: <https://doi.org/10.33422/ijarme.v4i1.472> .
- [8] Dhaniel Syam, A. S. A. (2013). Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Praktek Pengungkapan Sustainability Reporting dalam Laporan Tahunan Perusahaan Publik di Indonesia. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.22219/jrak.v3i1.1474> .
- [9] Hermawan, A., & Gunardi, A. (2019). Motivation for disclosure of corporate social responsibility: Evidence from banking industry in Indonesia. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 6(3), 1297–1306. DOI: [https://doi.org/10.9770/jesi.2019.6.3\(17\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2019.6.3(17)) .
- [10] Peong, K. K., Mahfuz, N. N., & Peong, K. P. (2018). The impact of intellectual capital, credit risk and corporate social responsibility on Banks' profitability: Empirical analysis of the selected Malaysian Islamic Banks. *International Journal of Engineering and Technology(UAE)*, 7(3), 6–15. DOI: <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i3.25.17461> .
- [11] Senan, N. A. M., Noaman, A. A. A., Al-Dalaien, B. O. A., & Al-Homaidi, E. A. (2021, June 1). Corporate social responsibility disclosure and profitability: Evidence from Islamic banks working in Yemen. *Banks and Bank Systems. LLC CPC Business Perspectives*. DOI: [https://doi.org/10.21511/bbs.16\(2\).2021.09](https://doi.org/10.21511/bbs.16(2).2021.09) .
- [12] Mukherjee, A., Bird, R., & Duppati, G. (2018). Mandatory Corporate Social Responsibility: The Indian experience. *Journal of Contemporary Accounting and Economics*, 14(3), 254–265. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jcae.2018.06.002> .
- [13] Prastika, L. A. (2021). The Effect of CSR and the Managerial Ownership on the Firm's Value with the Profitability as an Intervening Variable. *International Journal of Social Science and Human Research*, 04(02). DOI: <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v4-i2-08> .
- [14] Moudud-UI-Huq, S. (2022). Impacts Of Shari'ah Supervision and Corporate Social Responsibility On Banks' Risk-Taking Behavior and Profitability. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 15(4), 811–828. DOI: <https://doi.org/10.1108/IMEFM-03-2020-0126> .
- [15] Kamaliah. (2020). Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) and Its Implications On Company Value As A Result of The Impact of Corporate Governance And Profitability. *International Journal of Law and Management*, 62(4), 339–354. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJLMA-08-2017-0197> .
- [16] Gayetri, A., Wardianto, K. B., & Supriyanto, S. (2021). Faktor-Faktor yang Dapat Mempengaruhi Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 4(1), 14–22. DOI: <https://doi.org/10.23960/jpb.v4i1.42> .
- [17] Iwenty, K. I., & Surjandari, D. A. (2022). The Effect of Sales Growth, Responsibility, and Institutional Ownership on Tax Avoidance with Profitability as Moderating Variables. *Journal of Economics, Finance and Accounting Studies*, 4(1), 423–436. DOI: <https://doi.org/10.32996/jefas.2022.4.1.26> .
- [18] Purbawangsa, I. B. A., Solimun, S., Fernandes, A. A. R., & Mangesti Rahayu, S. (2020). Corporate governance, corporate profitability toward corporate social responsibility disclosure and corporate value (comparative study in Indonesia, China and India stock exchange in 2013-2016). *Social Responsibility Journal*, 16(7), 983–999. DOI: <https://doi.org/10.1108/SRJ-08-2017-0160> .
- [19] Sekarwigati, M., & Effendi, B. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Likuiditas terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *STATERA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 16–33. DOI: <https://doi.org/10.33510/statera.2019.1.1.16-33> .
- [20] Chen, Y. C., Hung, M., & Wang, Y. (2018). The effect of mandatory CSR disclosure on firm profitability and social externalities: Evidence from China. *Journal of Accounting and Economics*, 65(1), 169–190. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2017.11.009> .