

PENGARUH FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Gita Puspita¹, Ihsan Amrullah², Yulia Tridiyana³

^{1,2,3} Universitas Al-Khairiyah

Informasi Naskah

Update Naskah:

Dikumpulkan: 13 Agustus 2022

Diterima: 13 Agustus 2022

Terbit/Dicetak: 1 September 2022

Keywords:

Disclosure of Corporate Social Responsibility, Profitability, company size, Leverage

Abstract

This study is intended to examine the factors that influence the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) in the company's annual report. The purpose of this study is to analyze whether the proxied profitability of Return On Assets (ROA) affects CSR disclosure, whether company size is on CSR disclosure, and whether leverage is proxied on the Debt to Equity Ratio (DER) on the company's CSR disclosure. The sample used was 18 companies from 26 companies which were taken by purposive sampling technique. The results of the study partially there is profitability proxied by ROA and leverage as proxied by DER has a significant negative effect on CSR disclosure, while company size proxied by SIZE has no significant effect on CSR disclosure. Leverage as proxied by DER on CSR Disclosures in food and beverage sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2019.

A. PENDAHULUAN

Bank memiliki peranan yang cukup penting dalam suatu perekonomian negara karena bank Kegiatan bisnis terutama yang bergerak di bidang pemanfaatan sumber daya alam baik secara langsung maupun yang tidak langsung, tentu akan memberikan dampak pada lingkungan sekitarnya seperti masalah-masalah polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. Adanya dampak pada lingkungan tersebut dapat mempengaruhi kesadaran kepada masyarakat bahwa akan pentingnya melaksanakan tanggungjawab social atau dikenal dengan sebutan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Untuk Saat ini seluruh perusahaan dari berbagai *sector* terutama *sector* makanan dan minuman yang bisnis di Indonesia sebagai besar mengklaim bahwa perusahaan mereka telah melaksanakan kewajiban sosialnya terhadap lingkungan sekitar perusahaan, oleh karena itu, sebagian besar perusahaan tersebut melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai motivasi untuk meningkatkan kepercayaan public terhadap pencapaian usaha perbaikan terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Seluruh perusahaan di Indonesia semakin dituntut untuk memberikan informasi yang transparan atas aktivitas sosialnya

sehingga pengungkapan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) diperlukan peran dari akuntansi pertanggung jawab (Nur M, 2015).

Alasan utama perusahaan melakukan pengungkapan Tanggung Jawab Sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah Undang-Undang No.40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 ayat 1 Undang-undang tersebut menyebutkan bahwa "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan". Dalam Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, pasal 15 (b) menyatakan bahwa "setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan". selain itu pengungkapan Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* juga digunakan perusahaan untuk memperoleh keunggulan persaingan, memenuhi anggapan masyarakat, untuk meligitimasi tindakan perusahaan untuk menarik pihak investor.

Permasalahan – permasalahan sosial yang dihadapi oleh perusahaan di Indonesia juga terjadi karena lemahnya penegakan peraturan tentang tanggung jawab sosial perusahaan, misalnya tentang aturan ketenagakerjaan, pencemaran lingkungan, pertimbangan bagi hasil suatu industry dalam era otonomi daerah . Selain itu, dalam pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.01 (revisi 2009,7:12) masih bersifat sukarela dalam mengungkapkan CSR kepada publik melalui laporan tahunan perusahaan. Dampak dari belum diwajibkan PSAK untuk mengungkapkan informasi sosial yang menimbulkan praktik pengungkapan informasi yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat *Voluntary* (sukarela), *unaudited* (belum diaudit), dan *unregulated* (tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu) (Daud, 2015).

Salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah *profitabilitas*, dimana perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang kuat akan mendapatkan tekanan yang lebih dari pihak eksternal perusahaan untuk lebih mengungkapkan pertanggungjawaban socialnya secara luas (Novrizal & Fitri, 2016). Ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR tercermin dalam teori agensi yang menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar, oleh karena itu perusahaan besar cenderung akan lebih banyak mengungkapkan informasi tanggung jawab socialnya daripada perusahaan kecil. Akan tetapi, tidak semua penelitian mendukung hubungan antara ukuran perusahaan dengan luas pengungkapan CSR perusahaan.

Leverage memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Haryati (2015) menyampaikan pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki *rasio leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan CSR supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi.

Penelitian - penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Pertentangan hasil penelitian tersebut dapat terjadi karena beberapa alasan seperti: 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.

B. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Corporate Social Responsibility.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah kewajiban Pengusaha untuk merumuskan kebijakan membuat keputusan, atau mengikuti garis tindakan yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai-nilai masyarakat. Definisi tersebut, dapat diperbarui oleh Davis (1960) dalam Totok (2018) yang menyatakan bahwa keputusan dan tindakan bisnis diambil dengan alasan, atau setidaknya sebagian, melampaui kepentingan ekonomi atau teknis langsung perusahaan.

Perkembangan signifikan tanggung jawab sosial perusahaan-perusahaan di Indonesia ditandainya dengan adanya Undang-undang tentang perseroan terbatas No 40 Tahun 2007 (UU PT), disahkan pada tanggal 20 Juli 2007 yang mengharuskan Perseroan untuk melaksanakan tanggungjawab sosial (CSR). Pada pasal 74 Undang-undang perseroan terbatas menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan

kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebuah pendekatan yang mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis perusahaan dan dalam interaksi dengan pemangku kepentingan (*Stakeholder*) dalam berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan ISO 26000 menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah bentuk kepedulian sosial perusahaan yang saat ini menjadi aspek penting dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan.

ISO 26000 adalah standar internasional untung tanggungjawab sosial dan bersifat *guideline* (pedoman) sehingga perusahaan harus mengembangkan strategi dan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berdasarkan kondisi objekif internal dan eksternal perusahaan (Putri Kurnis, 2017). Jadi, tanggung jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja, tetapi juga terhadap para *Stakeholder* yang berkaitan dan 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 *stakeholder*-nya.

Pengungkapan CSR adalah data yang diungkapkan perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan (Hackston dan Milne, 1996). Sedangkan definisi operasional praktek pengungkapan sosial yang diterapkan dalam penelitian ini adalah banyaknya item-item pengungkapan sosial yang diungkapkan dalam laporan tahunan yang dikeluarkan oleh perusahaan.

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

Profitabilitas

Definisi *Profitabilitas* merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba (keuntungan) dalam suatu periode tertentu (Ernawati dan Widyawati, 2015). *Rasio Profitabilitas* merupakan *Rasio* yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan asaet, maupun pengguna modal. (Hery, 2015). Rasio Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas nomal bisninya.

$$ROA = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan (*Size*) merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang skalanya besar biasanya cenderung lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial daripada perusahaan yang mempunyai skala kecil. Semakin besar aktiva maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan, maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan itu dikenal dalam masyarakat (Saputri Dwi, 2017). Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan.

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

Leverage

Leverage merupakan tingkat kemampuan perusahaan dalam menggunakan aktiva dan atau dana yang mempunyai beban tetap (hutang dan atau saham istimewa) dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan yang bersangkutan. *Rasio leverage* adalah mengukur seberapa besar digunakan untuk memberikan gambaran yang mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat pada tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. (Werner R. Murhadi: 2015). *Leverage* dapat diartikan sebagai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya, dengan demikian *leverage* juga mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan, Sembiring (2005). Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat *leverage* adalah *Debt To Equity Ratio* (DER).

$$DER = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Ekiutas Pemegang Saham}}$$

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Hubungan *profitabilitas* terhadap pengungkapan CSR menurut Bowman dan Haire (1976) dalam Heckston dan Milne (1996) bahwa kepekaan sosial membutuhkan gaya managerial yang sama sebagaimana yang diperlukan untuk dapat membuat perusahaan menguntungkan (*profitable*). Pengungkapan CSR merupakan cerminan suatu pendekatan manajemen dalam menghadapi lingkungan yang dinamis dan multidimensional serta kemampuan untuk mempertemukan tekanan social dengan reaksi kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, keterampilan manajemen perlu dipertimbangkan untuk survive dalam lingkungan perusahaan masa kini.

Kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi social yang dilakukan oleh perusahaan

H1 : : Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

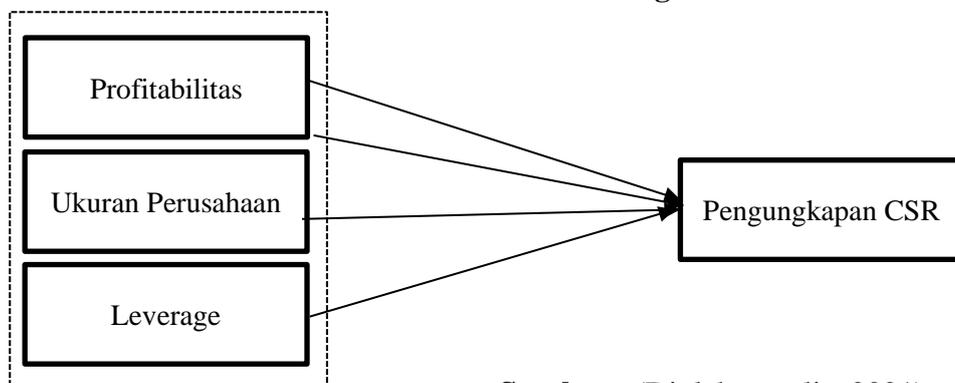
Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR tercermin dalam teori agensi yang menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar, oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi daripada perusahaan kecil. Penjelasan lain yang juga sering diajukan adalah perusahaan besar memiliki sumber daya yang besar sehingga tidak perlu ada tambahan biaya yang besar untuk dapat melakukan pengungkapan dengan lebih lengkap.

H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

Leverage memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Scott (2000) menyampaikan pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki *rasio leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan CSR supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi.

H3 : Leverage berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

Kerangka Pemikiran



Sumber : (Diolah penulis, 2021)

C. METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah semua perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017-2019 yaitu terdapat 26 perusahaan. Jumlah sampel yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini adalah 18 perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang telah dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode ini menciptakan kriteria-kriteria tertentu yang digunakan sebagai metode pengumpulan sampel kriteria tersebut sebagai berikut:

1. Perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2019.
2. Perusahaan sektor makanan dan minuman yang menerbitkan dan mempublikasikan laporan keuangan pada periode 2017-2019.
3. Perusahaan sektor makanan dan minuman yang tidak menerbitkan dan mempublikasikan laporan keuangan pada periode 2017-2019.

4. Perusahaan sektor makanan dan minuman yang melaporkan pengungkapan CSR pada periode 2017-2019

Tabel 1 : Sampel Penelitian

NO	KODE	NAMA PT
1	AISA	PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk
2	ALTO	PT Tri Banyan Tirta Tbk
3	CAMP	Campina Ice Ccream Industry Tbk, PT
4	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
5	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk, PT
6	DLTA	Delta Djakarta Tbk (DLTA)
7	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk, PT
8	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, PT
9	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk, PT
10	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk, PT
11	MYOR	Mayora Indah TBK, PT (MYOR)
12	PCAR	Prima Cakralawa Abadi Tbk
13	PSDN	PT Prashida Aneka Niaga Tbk
14	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk, PT
15	SKBM	PT Sekar Bumi Tbk
16	SKLT	Sekar Laut Tbk, PT
17	STTP	PT Siantar Top Tbk
18	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk, PT

Sumber : (Diolah Penulis, 2021)

Metode Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2018) yang dimaksud dengan analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih nama yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Pengolahan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan Uji Analisis Deskriptif, Uji Asumsi Klasik yang terdiri Uji Normalitas, Uji Heterokedastisitas, Uji Multikolinieritas, Uji Autokorelasi, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Korelasi Berganda, Koefisien Determinasi, Uji Hipotesis (Uji T dan Uji F).

D. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

**Tabel 2. Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROE	30	1	60	15.57	14.626
LEVERAGE	30	15	71	38.77	18.895
UKURAN PERUSAHAAN	30	27734826	3057745383	2184694130.77	873646000.016
CSR	30	3137931034	4136363636	3876281934.83	184464847.179
Valid N (listwise)	30				

Sumber : Hasil Output SPSS, 2021

Dari hasil analisis deskriptif pada tabel diatas, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Nilai rata-rata Profitabilitas sektor makanan dan minuman tahun 2017-2019 adalah sebesar 15.57 dengan standar deviasi sebesar 14.626. Hasil ini dapat diartikan bahwa nilai standar deviasi Profitabilitas lebih kecil dari nilai rata-ratanya. Nilai minimum Profitabilitas sebesar 1 yang diperoleh PT Tri Banyan Tira Tbk d.h PT Sekar Bumi Tbk, sedangkan nilai maksimum Profitabilitas sebesar 60 yang diperoleh PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk.
2. Nilai Rata-rata Ukuran perusahaan yang bersektor makanan dan minuman tahun 2017-2019 adalah sebesar 2184694130.77 dengan standar deviasi sebesar 873646000.016. Hasil ini dapat diartikan bahwa nilai standar deviasi Ukuran perusahaan lebih kecil dari nilai rata-ratanya. Nilai minimum Ukuran perusahaan sebesar 27734826 yang diperoleh oleh PT Tri Banyan Tirta Tbk sedangkan nilai maksimum Ukuran perusahaan sebesar 3057745383 yang diperoleh PT Mayora Indah Tbk.
3. Nilai rata-rata *Leverage* perusahaan sektor makanan dan minuman tahun 2017-2019 adalah 38.77 dengan standar deviasi sebesar 18.895. Hasil ini dapat diartikan bahwa nilai standar deviasi *Leverage* lebih kecil dari nilai rata-ratanya. Nilai minimum *Leverage* sebesar 15 yang diperoleh PT Tri Banyan Tirta Tbk , sedangkan nilai maksimum *Leverage* sebesar 71 yang diperoleh PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk.
4. Nilai Rata-rata *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang bersektor makanan dan minuman tahun 2017-2019 adalah sebesar 3876281934.83 dengan standar deviasi sebesar 184464847.179. Nilai minimum kinerja keuangan sebesar 31379310.34 yang diperoleh PT Multi Bintang Indonesia Tbk, sedangkan nilai maksimum *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 4136363636 yang diperoleh PT Tri Banyan Tirta Tbk, PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk, PT Sariguna Primatirta Tbk d.h PT Delta Djakarta Tbk

**Tabel 3. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-.0000003
	Std. Deviation	154087531.69628
		316
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.061
	Negative	-.096
Test Statistic		.096
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

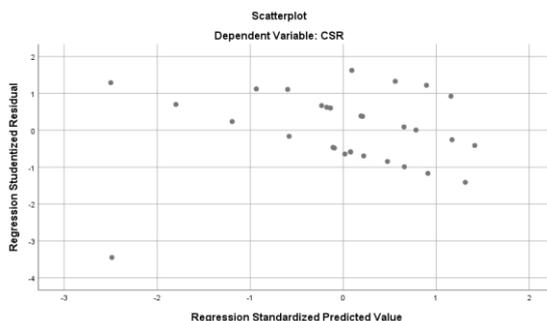
Berdasarkan uji normalitas dengan menggunakan uji *One-Sample Kolmogorof-Smirnov*, dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yakni: “jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal dan jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Dari tabel diatas yang telah diolah maka dapat dilihat bahwa nilai Asymp. sig (2-tailed) adalah 0,200 yang berarti lebih besar dari 0,05. Maka data tersebut dinyatakan terdistribusi normal.

Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1	PROFITABILITAS (X1)	.877 1.140
	UKURAN PERUSAHAAN (X2)	.906 1.103
	LEVERAGE (X3)	.880 1.137

Berdasarkan data di atas diperoleh nilai VIF menunjukkan bahwa Profitabilitas mempunyai nilai *tolerance* 0,877 > 0,10 dan nilai VIF 1,140 < 10. Ukuran perusahaan mempunya nilai *tolerance* 0,906 > 0,10 dan nilai VIF 1,103 < 10. *Leverage* mempunyai nilai *tolerance* 0,880 > 1,010 dan nilai VIF 1.137 < 10. Sehingga disimpulkan bahwa data tersebut terbebas dari gejala multikolinearitas.

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas



Dari hasil *output* SPSS v.25 *scatterplot* diatas menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas atau sesuai dengan kriterianya bahwa jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 6. Uji Autokorelasi
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.550 ^a	.302	.222	162734570.969	2.191

Berdasarkan data diatas, terlihat bahwa nilai DW adalah 2.191 dan berdasarkan tabel *Durbin Watson*, didapatkan nilai DU untuk sampel sebanyak 30 dan variable independen sebanyak 2 variabel adalah 1.6498. Berdasarkan persamaan tersebut maka dapat dibentuk $1,6498 < 2,191 < 2,3502$. Berdasarkan persamaan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa data lolos dari gejala autokorelasi.

**Tabel 7. Uji T
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3797513032.608	120588438.575		31.492	.000
PROFITABILITAS (X ₁)	-6513259.092	2206099.362	-.516	-2.952	.007
UKURAN PERUSAHAAN (X ₂)	.020	.036	.093	.540	.594
LEVERAGE (X ₃)	3542286.639	1705097.482	.363	2.077	.048

**Tabel 8. Uji F
ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	298245060191894660.000	3	99415020063964880.000	3.754	.023 ^b
Residual	688546055303338880.000	26	26482540588589956.000		
Total	986791115495233540.000	29			

**Tabel 9. Koefisien Determinasi
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.550 ^a	.302	.222	162734570.969	2.191

Dari hasil perhitungan koefisien korelasi di atas, maka untuk menentukan besar kecilnya hubungan Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai R square yang didapat sebesar 0,302. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa besarnya variasi variable independen dalam mempengaruhi kinerja keuangan adalah sebesar 2,22% dan sisanya sebesar 69,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

PEMBAHASAN

Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Hasil Penelitian ini membuktikan bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari hasil uji t sebesar 2.952 dan dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 2,04227 dengan nilai signifikan 0,07 dan taraf signifikan 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $2,952 > 2.04227$ dan nilai signifikan $0,07 > 0,05$ diketahui bahwa Profitabilitas berpengaruh negative signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019. Hal ini didukung dengan penelitian sebelumnya oleh Aulia & zulaikha (2015) yang berhasil membuktikan bahwa hubungan negative antara profitabilitas dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Hal penelitian ini mendukung teori *Stakeholder* yang menyatakan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), dimana ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi manajemen menganggap tidak memerlukan pelaporan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang suksesnya keuangan perusahaan. Sebaliknya ketika perusahaan mendapatkan laba yang rendah maka manajemen berharap para pengguna laporan keuangan tetap akan membaca kabar baik kinerja yang disampaikan oleh perusahaan melalui lingkup sosial dengan tujuan agar para investor tetap berinvestasi di perusahaan tersebut.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dari hasil uji t sebesar 0,540 dan dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 2,04227 dengan nilai signifikan 0,594 dan taraf signifikan 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0,540 < 2.04227$ dan nilai signifikan $0,594 > 0,05$ diketahui bahwa Ukuran perusahaan Tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019. Hal ini didukung dengan penelitian sebelumnya oleh Tria Dewi Putri (2017) dan Kartini Maiyarni & Tiswiyanti (2019) . Hasil penelitian ini dapat menyatakan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dalam hasil ini sesuai dengan teori *Stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan akan berusaha menaati peraturan dan norma – norma yang ada dalam masyarakat termasuk dengan undang-undang No. 40 tahun 2017 agar keberadaan perusahaan dapat diterima ditengah masyarakat. Alasan lainnya adalah perusahaan juga menganggap bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sangat penting untuk mengangkat citra perusahaan dan tingkat penjualan di tengah ketatnya persaingan. Oleh karena itu, besar kecilnya perusahaan atau berapapun asset yang dimiliki perusahaan tidak akan menurunkan atau meningkatkan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan.

Pengaruh Leverage terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *Leverage* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dari hasil uji t sebesar 2,077 dan dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 2,04227 dengan nilai signifikan 0,48 dan taraf signifikan 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $2,077 < 2.04227$ dan nilai signifikan $0,48 > 0,05$ diketahui bahwa *Leverage* berpengaruh negative

signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019. Hal ini didukung dengan penelitian sebelumnya oleh Marzully Nur (2015), Bustan & mahfud (2016) dengan hasil penelitiannya bahwa *Leverage* yang diproksikan dengan DER berpengaruh negatif signifikan. Hal ini berarti besar kecilnya *Leverage* yang terjadi memiliki pengaruh secara signifikan pada kenaikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Tindakan perusahaan untuk *Leverage* mendapat respon dari pihak investor. Hal ini berarti bahwa apabila *Leverage* meningkat, maka *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan menurun, Sebaliknya, apabila *Leverage* menurun, *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan meningkat.

Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Hasil dari perhitungan uji f yang dilakukan untuk menjawab rumusan masalah mengenai pengaruh Profitabilitas yang di proksikan dengan *Return on Assets* (ROA), Ukuran Perusahaan yang diproksikan dengan *Size* dan *Leverage* yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) bahwa didapat nilai koefisien regresi dari profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* sebesar 3,754 dengan f_{tabel} 2,98, sedangkan profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan memiliki signifikan 0,23 dan taraf signifikan 0,05. Sehingga dapat disimpulkan $3,754 > 2,98$, dari uji f yang telah dilakukan bahwa Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019.

E. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kesimpulan dari Penelitian ini adalah, Secara parsial terdapat pengaruh negative signifikan antara profitabilitas yang diproksi dengan ROA terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Secara parsial terdapat tidak berpengaruh signifikan antara Ukuran perusahaan yang diproksi dengan SIZE terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Secara parsial terdapat pengaruh negative signifikan antara *Leverage* yang diproksi dengan DER terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Secara Simultan terdapat berpengaruh profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Asset* (ROA), ukuran perusahaan yang diproksikan dengan SIZE dan *leverage* yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Saran

Perusahaan yang terdaftar di BEI sebaiknya menggunakan beberapa atau semua sektor perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih akurat. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan agar periode penelitian dapat ditambah, sampel yang digunakan dapat diperluas ke beberapa sektor perusahaan sehingga menghasilkan informasi yang lebih akurat, serta penambahan terhadap jumlah variabel internal perusahaan seperti *Retur On Asset* (ROA), SIZE, dan *Debt to Equity Ration* (DER) dan lain-lainnya.

REFERENSI

Budiasni.N.W.N. & Darma, G. S. (2016). Penerapan *Corporate Social Responsibility* pada Lembaga Keuangan Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 13(2), 1-19.

Basit, A. Diana, N. & Junaidi, J. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 8(04).

Guntara, D. A. (2017). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (*Doctoral dissertation*, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).

Heryanto, R., & Juliarto, A. (2017). Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *profitabilitas* perusahaan (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2015). *Diponegoro journal of accounting*, 6(4), 540-547.

Iskandar, I. (2016, June). Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas Perusahaan. In *Forum Ekonomi* (Vol. 18, No. 1).

Fahmi Irham. (2017). Analisis Kinerja Keuangan. Jakarta. Alfabeta CV. Cetakan Keempat.

Ghozali Imam, 2018, Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program IBM SPSS 25, Edisi 9, Cetakan ke-9, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Hery, 1975- pengarang; Adi Pramono editor. (2017). *Kajian riset akuntansi : mengulas berbagai hasil penelitian terkini dalam bidang akuntansi dan keuangan* / Hery ; editor, Adi Pramono. Jakarta : PT Grasindo.

Mardikanto Totok. 1947-. (2018). *CSR Corporate Social Responsibility tanggung jawab sosial korporasi* / Totok Mardikanto. Bandung :: Alfabeta.

Murhadi Werner R. (2015). Analisis laporan keuangan : proyeksi dan valuasi saham / Werner R. Murhadi. Jakarta :: Salemba Empat,.