

Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi pada Perusahaan Sektor Konsumen Primer yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021)

The Effect of Leverage, Profitability, And Company Size on the Disclosure of Corporate Social Responsibility (Study of Primary Consumer Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2021)

Felia Dwihertha Mulyantari¹, Siska Priyandani Yudowati²

¹ Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia
eliadwii@student.telkomuniversity.ac.id

² Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia
siskayudowati@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Corporate Social Responsibility merupakan suatu kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk rasa tanggung jawab kepada masyarakat sekitar maupun luas. Kegiatan CSR juga bisa meningkatkan citra dan nilai suatu perusahaan. Perusahaan yang sudah melakukan kegiatan CSR harus membuat laporan yang tertuang pada laporan keberlanjutan. Dengan mengungkapkan kegiatan CSR juga perusahaan akan memberikan *insight* baru kepada investor untuk melakukan penanaman modal. *Leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan merupakan variabel independen dalam penelitian ini, sedangkan variabel dependennya adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan pada sektor konsumen primer yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2021. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi data panel, pengujian hipotesis dilakukan dengan metode Uji F, Uji t dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Secara parsial, *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya untuk menggunakan variabel lain agar mengetahui variabel lain dalam pengungkapan *corporate social responsibility*.

Kata Kunci- *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, pengungkapan *corporate social responsibility*

Abstract

Corporate Social Responsibility is a social and environmental responsibility activity carried out by the company as a form of accountability to the nearby and wider community. CSR activities can also improve the image and value of a company. Companies that have carried out CSR activities must make their account written in the sustainability report. By disclosing CSR activities, the company will also provide new insights to investors to do the investment. *Leverage*, profitability, and company size are the independent variables in this study, while the dependent one is the disclosure of corporate social responsibility activities. This research aims to determine how much leverage, profitability, and company size can influence corporate social responsibility disclosure. The objects used in this study are companies in the primary consumer goods sector that are listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2017-2021. This study used quantitative methods, and hypothesis testing was conducted using multiple regression analysis. In addition, hypothesis testing was carried out using the F test, t-test, and coefficient of determination test. The results of this study indicate that leverage, profitability, and firm size influence the disclosure of corporate social responsibility simultaneously. On the other hand, partially, leverage has no effect on the disclosure of corporate social responsibility, while profitability and company size have an effect on it. For further research, it is better to use other variables in order to find out other variables in the disclosure of corporate social responsibility.

Keywords- company size, disclosure of corporate social responsibility, leverage, profitability

I. PENDAHULUAN

Belakangan ini *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu yang sering dibahas belakangan ini oleh masyarakat dan banyak dijadikan ajang pencitraan oleh sebagian perusahaan yang ada di Indonesia pada saat pandemi. Hal ini didukung oleh pernyataan Susanto Samsudin (2022) dengan meningkatnya keikutsertaan perusahaan dalam Bisnis Indonesia *Corporate Social Responsibility Award* (BISRA) sebesar 34% (Habitat Indonesia, 2022). *Corporate social responsibility* (CSR) merupakan suatu tanggung jawab sosial perusahaan yang berupa kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan terhadap masyarakat sebagai bentuk kepedulian dalam meningkatkan kesejahteraan dan memberikan dampak positif bagi lingkungan. CSR di Indonesia diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 47 Tahun 2012 Pasal 2 dan 3, dalam PP ini disebutkan bahwa sebuah perseroan selaku subjek hukum memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Kegiatan *corporate social responsibility* perlu diungkapkan oleh perusahaan agar para investor dapat mengetahui tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dijalankan perusahaan pada laporan keuangan (Ria, 2016:3). Pengungkapan CSR menjadi salah satu patokan pertimbangan bagi calon investor untuk menanamkan modalnya atau tidak. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam mengungkapkan kegiatan CSR, faktor-faktor tersebut diantaranya yaitu *Leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan (Ana & Nera, 2018). Beberapa peneliti antara lain Chusaeri et al (2019) menyatakan bahwa Profitabilitas dan *Leverage* tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR, sedangkan Hendrayani et,al (2017) mengungkapkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan sangat berpengaruh pada pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan (Chusaeri et al., 2019; Hendrayani et al., 2020).

Investor biasa mengartikan *Leverage* sebagai sejumlah utang yang membiayai kegiatan usaha atau pembelian asset perusahaan yang bertujuan untuk keuntungan bisnis atau *Return of Investment* (ROI) bisa semakin maksimal (Surjana, 2021). Semakin tinggi tingkat *Leverage* bisa diartikan semakin tinggi resiko bagi investor, dengan adanya pengungkapan tanggung jawab sosial bisa mengurangi resiko dan keraguan bagi calon investor, karena perusahaan akan mendapatkan citra yang baik dan dukungan dari masyarakat sehingga perusahaan dapat terus melakukan kegiatan operasionalnya (Ana & Nera, 2018).

Profitabilitas dapat diukur dengan *Return on Assets* yang biasa dijadikan sebagai tolak ukur dalam melihat kinerja keuangan perusahaan untuk menilai kondisi perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan, karena tujuan utama perusahaan adalah mendapatkan profit sebanyak mungkin, hal ini menjadikan kinerja keuangan sebagai alat untuk menilai kondisi perusahaan (Lolo & Yuliandhari, 2018).

Ukuran perusahaan dapat diukur dengan berbagai variabel, seperti total aktiva, penjualan, modal, dan laba. Perusahaan dengan total aktiva yang besar dapat diartikan sebagai perusahaan yang sudah dewasa, dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dan stabil dan mampu menghasilkan laba dibandingkan dengan total aktiva yang kecil (Hartono, 2018). Semakin besar perusahaan semakin dikenal luas juga oleh masyarakat luar dan menjadi perhatian publik, maka dari itu semakin besar perusahaan semakin besar juga tuntutan dari publik untuk memperluas informasi perusahaan dibandingkan dengan perusahaan dengan ukuran kecil (Prasethiyo, 2017).

Pelaksanaan pengambilan data pada tugas akhir ini, dibatasi pada kategori produk konsumen primer seperti yang telah dijelaskan pada subbab sebelumnya, pemilihan batasan ini dilakukan karena produk konsumen primer merupakan produk yang sangat dekat pemakaiannya dengan masyarakat luas. Dan juga banyak kasus-kasus dari perusahaan yang bergerak di sektor konsumen primer, sering dikonsumsi dimasyarakat dan harganya relatif rendah atau biasa disebut dengan *Fast Moving Consumers Goods* (FMCG) yang melakukan tindakan yang bersifat merusak lingkungan termasuk diantaranya membuang limbah tidak pada tempatnya dan sampah-sampah produk yang dihasilkan perusahaan. Selain dapat digunakan sebagai pembuktian dari perhitungan yang telah dilakukan pada penelitian-penelitian sebelumnya, diharapkan hasil dari pengerjaan ini dapat dijadikan alat *benchmarking* bagi pemegang kepentingan untuk mengetahui seberapa besar ketergantungan dari profitabilitas, *Leverage* dan ukuran perusahaan terhadap CSR.

II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini bersifat kausal karena semua perilaku dan kejadian dalam penelitian ini memiliki sebab akibat yang saling berhubungan, dengan metodologi penelitian kuantitatif. Data yang didapat pada penelitian ini adalah data sekunder atau didapatkan secara tidak langsung dari sumbernya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan unit analisis dengan metode kelompok yang diambil berdasarkan kriteria tertentu dalam suatu kelompok.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 perusahaan yang berada dalam sektor konsumen primer terdaftar di BEI selama periode 2017-2021. Pemilihan sample dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampel dengan adanya beberapa pertimbangan (Sugiyono, 2014). Jumlah perusahaan yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 10 perusahaan dan berjumlah 54 data sampel yang diambil pada periode 2017-2021. Berikut ini adalah kriteria yang akan diambil dalam penelitian ini yaitu:

- A. Perusahaan sektor konsumen primer di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017-2021.
- B. Perusahaan yang konsisten melaporkan laporan tahunan di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017-2021.
- C. Perusahaan yang konsisten melaporkan laporan keberlanjutan di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017-2021.

Analisis data panel atau regresi data panel merupakan suatu metode yang menyatukan *cross section* dan *time series*. Analisis data panel berfungsi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Metode regresi data panel memiliki persamaan sebagai berikut:

$$CSR_{it} = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + \epsilon$$

Keterangan:

CSR _D	= Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>
α	= Konstanta
X ₁	= <i>Leverage</i>
X ₂	= Profitabilitas
X ₃	= Ukuran Perusahaan
β	= Koefisien Regresi
ϵ	= <i>Error Term</i>
t	= Waktu
i	= Perusahaan

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	<i>Leverage</i>	Profitabilitas	Ukuran Perusahaan	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>
Mean	110,999	12,826	13,752	0,339
Maximum	129,208	20,276	13,824	0,346
Minimum	92,729	-6,975	13,686	0,327
Standar Deviasi	15,611	10,114	0,052	0,007
Observasi	50	50	50	50

Sumber: Data diolah penulis (2022)

Berdasarkan Tabel 1 diketahui masing-masing memiliki nilai mean atau rata-rata, nilai tertinggi, nilai terendah dan standar deviasi, dimana semuanya memiliki nilai dan arti tersendiri khususnya di Perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2021 dengan observasi sebanyak 50.

Nilai *leverage* dari segi rata-rata 10 perusahaan selama 5 tahun sebesar 110,999 dan standar deviasi sebesar 15,611. Nilai rata-rata lebih besar jika dibandingkan dengan standar deviasi yang mengartikan bahwa data berkelompok dan tidak bervariasi. Selanjutnya nilai tertinggi sebesar 129,208 yaitu berada pada PT. Unilever, Tbk, nilai terendah sebesar 92,729 berada pada PT. Wilmar Cahaya Indonesia, Tbk. Rasio *leverage* ini jika alokasinya dengan tepat maka akan menghasilkan pengembalian yang maksimal.

Nilai profitabilitas dari segi rata-rata 10 perusahaan selama 5 tahun sebesar 12,826 dan standar deviasi sebesar 10,114. Nilai rata-rata lebih besar jika dibandingkan dengan standar deviasi yang mengartikan bahwa data berkelompok dan tidak bervariasi. Selanjutnya nilai tertinggi sebesar 20,276 yaitu berada pada PT FKS Food Sejahtera, Tbk, dan nilai terendah sebesar -6,975 berada pada PT. FKS Food Sejahtera, Tbk,. Disini ada temuan pada PT. FKS Food Sejahtera, Tbk dimana nilai tertinggi dan terendah ada pada perusahaan tersebut, artinya pada saat nilai ROA negatif perusahaan sedang mengalami masalah keuangan namun FKS di tahun 2019 dan lainnya mampu meningkatkan kinerja keuangannya dengan mencapai ROA tertinggi, dimana kerugian yang didapat pada tahun tersebut sudah mampu tertutupi.

Nilai ukuran perusahaan dari segi rata-rata pada 10 perusahaan selama 5 tahun sebesar 13,752 dan standar deviasi sebesar 0,052. Nilai rata-rata lebih besar jika dibandingkan dengan standar deviasi yang mengartikan bahwa data berkelompok dan tidak bervariasi. Selanjutnya nilai tertinggi sebesar 13,824 yaitu berada pada PT. FKS Food Sejahtera, Tbk, nilai terendah sebesar 13,686 berada pada PT. Sampoerna Agro, Tbk.

Nilai pengungkapan *corporate social responsibility* dari segi rata-rata pada 10 perusahaan selama 5 tahun sebesar 0,339 dan standar deviasi sebesar 0,007. Nilai rata-rata lebih besar jika dibandingkan dengan standar deviasi yang mengartikan bahwa data bervariasi dan tidak berkelompok. Selanjutnya nilai tertinggi sebesar 0,346 yaitu berada pada PT. Austindo Nusantara Jaya, Tbk, nilai terendah sebesar 0,327 berada pada PT. Unilever, Tbk,.

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

		DER	UP	ROA
		DER	UP	ROA
DER	DER	1.000000	0.241867	0.217161
UP	UP	0.241867	1.000000	0.034772
ROA	ROA	0.217161	0.034772	1.000000

Gambar 1. Hasil Uji Multikolinieritas (Sumber: Data diolah penulis, 2022)

Berdasarkan *output views* (terlampir), maka dapat disimpulkan bahwa di dalam model regresi tidak terjadi multikolinearitas. Artinya tidak terjadi hubungan timbal balik antara variabel independen, maka data tersebut layak untuk dianalisis menggunakan regresi berganda. Hasil hubungan menandakan $> 0,05$.

2. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 2. Hasil Uji Heterokedasitas

Dependent Variable: RESABS
Method: Panel Least Squares
Date: 10/16/22 Time: 00:41
Sample: 2017 2021
Periods included: 5
Cross-Sections included: 10
Total panel (balanced) observations: 50

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.020158	0.006555	3.075241	0.3500
DER	-1.07E-05	1.63E-05	-0.656541	0.5147
UP	-2.76E-05	3.36E-05	-0.820994	0.4159
ROA	-0.000732	0.000475	-1.543264	0.1296

Sumber: Data diolah penulis (2022)

Pada grafik di atas dapat disimpulkan, bahwa *Leverage*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan pada sektor konsumen primer yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2021 mempunyai nilai probabilitas $> 0,05$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

C. Pemilihan Model Regresi Data Panel

1. Uji Chow

Tabel 3. Hasil Uji Chow

Redundant *Fixed Effects* Tests
Equation: Untitled
Test *Cross-Section Fixed Effects*

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-Section F	160.922416	(9,37)	0.0000
Cross-Section Chi-Square	184.622765	9	0.0000

Cross-Section Fixed Effects test equation:

Dependent Variable: CSR

Method: Panel Least Squares

Date: 10/16/22 Time: 00:16

Sample: 2017 2021

Periods included: 5

Cross-Sections included: 10

Total panel (balanced) observations: 50

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
DER	0.000134	0.000141	0.950268	0.3469
UP	0.000446	0.000292	1.527672	0.1334
ROA	0.005508	0.004122	4.336395	0.0010
C	0.386589	0.056934	6.790184	0.0000
R-squared	0.104674	Mean dependent var	0.339160	
Adjusted R-squared	0.046283	S.D. dependent var	0.084197	
S.E. of regression	0.082226	Akaike info criterion	-2.082082	
Sum squared resid	0.311008	Schwarz criterion	-1.929120	
Log likelihood	56.05204	Hannan-Quinn criter.	-2.023833	
F-statistic	1.792642	Durbin-Watson stat	0.139674	
Prob(F-statistic)	0.161802			

Sumber: Output Eviews 9, data diolah oleh penulis (2022)

Dari hasil pengujian dengan uji chow di atas dapat dilihat hasil bahwa nilai probabilitas *Cross-Section F* adalah $0.0000 < 0,05$ artinya, H_0 ditolak. Dengan demikian H_a diterima, H_a pada uji Chow adalah *Fixed Effect Model*, maka menurut uji Chow model yang tepat untuk uji data panel ini adalah *Fixed Effect Model*.

2. Uji Hausman

Tabel 4. Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test

Equation: Untitled

Test Cross-Section Random Effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-Section random	19.511189	3	0.0002

Cross-Section Random Effects test comparisons:

Variable	Fixed	Random	Var (Diff.)	Prob.
DER	-0.000039	-0.000028	0.000000	0.0001
UP	0.000036	-0.000010	0.000000	0.0002
ROA	0.109849	0.007952	0.000640	0.0001

Sumber: Output Eview 9, data diolah penulis oleh penulis (2022)

Dari hasil pengujian dengan uji Hausman di atas dapat dilihat hasil bahwa nilai probabilitas *Chi-Square* adalah $0,0002 < 0,05$ artinya, H_0 ditolak. Dengan demikian H_a diterima, maka menurut uji Hausman model yang tepat untuk uji data panel ini adalah *Fixed Effect Model*.

3. Uji Lagrange Multiplier (LM)

Tabel 5. Hasil Uji Lagrange Multiplier

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects
Null hypotheses: No effects
Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	1.167382 (0.2799)	16.15042 (0.0001)	17.31780 (0.0000)
Honda	-1.080455 (0.8600)	4.018758 (0.0000)	2.077695 (0.0189)
King-Wu	-1.080455 (0.8600)	4.018758 (0.0000)	2.744481 (0.0030)
Standardized Honda	-0.708576 (0.7607)	4.824697 (0.0000)	-0.405561 (0.6575)
Standardized King-Wu	-0.708576 (0.7607)	4.824697 (0.0000)	0.549635 (0.2913)
Gourieroux, et al.*	--	--	16.15042 (0.0001)

Sumber: Output Eviews 9, data diolah oleh penulis (2022)

Dari hasil pengujian dengan uji Lagrange Multiplier (LM) di atas dapat dilihat hasil bahwa nilai LM hitung adalah $0.2799 > 0,05$ artinya, nilai LM hitung $> Chi-Squared$ tabel maka model yang dipilih adalah *Random Effect*.

D. Analisis Regresi Data Panel

Tabel 6. Hasil Regresi Data Panel

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
DER	-3.94E-05	3.06E-05	-1.286598	0.2062
UP	3.57E-05	5.97E-05	3.598048	0.0035
ROA	0.109849	0.026769	4.103537	0.0002
C	1.167176	0.368095	3.170854	0.0031

Effects Specification

Cross-Section fixed (dummy variables)

Sumber: Output Eviews Statistik Versi 9, data diolah penulis (2022)

Berdasarkan output eviews, diperoleh persamaan Regresi Linier Berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,167176 - 3,94E-05 \text{ DER} + 0,109849 \text{ ROA} + 3,57E-05 \text{ UP} + e$$

Dimana:

Y	= Corporate Social Responsibility
α	= 1,167176
DER	= Koefisien Regresi Leverage
β_1	= -3,94E-05
ROA	= Koefisien Regresi Profitabilitas
β_2	= 0,109849
UP	= Koefisien Regresi Ukuran Perusahaan
β_3	= 3,57E-05

Interprestasi:

1. Konstanta sebesar 1,167176 menunjukkan bahwa jika variabel *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan nol (0) maka Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang terjadi sebesar 1,167176.
2. Koefisien regresi *Leverage* sebesar -3,94E-05, artinya setiap 1 kenaikan *Leverage* akan meningkatkan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebesar -3,94E-05. Sebaliknya setiap penurunan *Leverage* sebesar 1 maka *Corporate Social Responsibility* akan menurun sebesar -3,94E-05. Dengan asumsi Profitabilitas, Ukuran Perusahaan tetap.
3. Koefisien regresi untuk Profitabilitas sebesar 0,109849 menyatakan bahwa setiap peningkatan Profitabilitas sebesar 1 maka Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* akan mengalami peningkatan sebesar 0,109849. Sebaliknya setiap penurunan Profitabilitas sebesar 1 maka Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* akan menurun sebesar 0,109849. Dengan asumsi *Leverage*, Ukuran Perusahaan tetap.
4. Koefisien regresi Ukuran Perusahaan sebesar 3,57E-05, artinya setiap Rp.1 kenaikan Earning Per Share maka akan meningkatkan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebesar 3,57E-05. Sebaliknya setiap penurunan 3,57E-05 sebesar Rp.1 maka Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* akan menurun sebesar 3,57E-05. Dengan asumsi *Leverage*, Profitabilitas tetap.

E. Pengujian Hipotesis

1. Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Koefisien Determinasi

Cross-Section fixed (dummy variables)			
R-squared	0.977697	Mean dependent var	0.339160
Adjusted R-squared	0.970463	S.D. dependent var	0.084197
S.E. of regression	0.014470	Akaike info criterion	-5.414537
Sum squared resid	0.007747	Schwarz criterion	-4.917411
Log likelihood	148.3634	Hannan-Quinn criter.	-5.225229
F-statistic	135.1625	Durbin-Watson stat	1.460457
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Output views 9, data diolah penulis (2022)

Berdasarkan *output views* (terlampir), nilai R-Square sebesar 0,977697 atau 97,7679% dari Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di pengaruhi oleh *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan sedangkan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini sebesar $100\% - 97,7679\% = 2,24\%$, misalnya struktur modal, likuiditas. Besarnya pengaruh variabel lain ini sering disebut sebagai ε (*error term*).

2. Uji Simultan (F-test)

Tabel 8. Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan

Dependent Variable: CSR
 Method: Panel Least Squares
 Date: 10/16/22 Time: 00:22
 Sample: 2017 2021
 Periods included: 5
 Cross-Sections included: 10
 Total panel (balanced) observations: 50

R-squared	0.977697	Mean dependent var	0.339160
Adjusted R-squared	0.970463	S.D. dependent var	0.084197
S.E. of regression	0.014470	Akaike info criterion	-5.414537
Sum squared resid	0.007747	Schwarz criterion	-4.917411
Log likelihood	148.3634	Hannan-Quinn criter.	-5.225229
F-statistic	135.1625	Durbin-Watson stat	1.460457
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Output Eviews 9, data diolah penulis (2022)

Berdasarkan hasil uji F terlihat bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($135,162 > 2,822$) dengan tingkat Prob (F-Statistic) sebesar 0.000000. Dengan menggunakan tingkat α 0.05 atau 5% maka H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh signifikan *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

3. Uji Parsial (*t-test*)

Tabel 9. Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
DER	-3.94E-05	3.06E-05	-1.286598	0.2062
UP	3.57E-05	5.97E-05	3.598048	0.0035
ROA	0.109849	0.026769	4.103537	0.0002
C	1.167176	0.368095	3.170854	0.0031

Effects Specification

Cross-Section fixed (dummy variables)

Sumber: Output Eviews 9, data diolah penulis (2022)

Berdasarkan data di atas pengujian variabel *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan (variabel bebas) terhadap *Corporate Social Responsibility* menghasilkan:

- Variabel X_1 (*Leverage*) terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menunjukkan hasil nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($-1,286598 < 1,676$) dengan tingkat signifikansi (p-value) = $0,2062 > 0,05$. Karena nilai p-value $> \alpha$ (5%) maka dengan demikian H_{01} diterima, yang berarti bahwa *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- Variabel X_2 (Profitabilitas) terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menunjukkan hasil nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($4,103537 > 1,676$) dengan tingkat signifikansi (p-value) = $0,0002 < 0,05$. Karena nilai p-value $< \alpha$ (5%) maka dengan demikian H_{01} ditolak, yang berarti bahwa Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- Variabel X_3 (Ukuran Perusahaan) terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menunjukkan hasil nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($3,598048 > 1,676$) dengan tingkat signifikansi (p-value) = $0,0035 < 0,05$. Karena nilai p-value $< \alpha$ (5%) maka dengan demikian H_{01} ditolak, yang berarti bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

F. Analisis dan Pembahasan

1. Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporation Social Responsibility*

Nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($135,162 > 2,822$) dengan tingkat Prob (F-Statistic) sebesar 0.000000. Dengan menggunakan tingkat α 0.05 atau 5% maka H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh signifikan *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Semakin tinggi *debt ratio* berarti semakin besar jumlah pinjaman yang digunakan untuk menghasilkan keuntungan perusahaan. Pembiayaan dengan menggunakan utang mempunyai

pengaruh bagi perusahaan karena utang mempunyai beban yang bersifat tetap, kegagalan perusahaan dalam membayar bunga atas utang dapat menyebabkan kesulitan keuangan yang berakhir dengan kebangkrutan perusahaan.

Semakin besar ukuran suatu perusahaan, dengan melihat total asset atau jumlah penjualan dalam laporan keuangan, sudah tidak diragukan lagi dari segi kekayaan dan *performance* yang bagus sehingga akan memberikan daya tarik kepada investor untuk menanamkan modalnya dengan cara membeli saham karena dapat menyebabkan harga saham bergerak naik. Tingkat nilai perusahaan yang besar dalam persaingan menunjukkan daya saing perusahaan tinggi dibandingkan perusahaan yang kecil.

2. Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($-1,286598 < 1,676$) dengan tingkat signifikansi ($p\text{-value}$) = $0,2062 > 0,05$. Karena nilai $p\text{-value} > \alpha$ (5%) maka dengan demikian H_0 diterima, yang berarti bahwa *Leverage* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan tidak sejalan dengan hipotesis yang diambil oleh penulis. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian dari Yuanita dan Muslih (2019) bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR (Yuanita & Muslih, 2019).

Leverage menggambarkan bahwa seberapa pengaruh hutang dalam membiayai perusahaan. Hasil dalam penelitian ini mengartikan bahwa besar kecilnya *leverage* pada perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*. Semakin tinggi *leverage* perusahaan tidak akan membuat perusahaan lebih mengungkapkan kegiatan CSR-nya. Bisa dilihat dalam penelitian ini sebagai salah satu contoh pada tahun 2019 PT Unilever Indonesia Tbk memiliki nilai maksimal pada tahun 2019 pada rasio DER sebesar 290,950 akan tetapi pada tahun 2019 juga PT Unilever Indonesia Tbk menjadi nilai minum dalam pengungkapan CSR sebesar 0,1436.

3. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($4,103537 > 1,676$) dengan tingkat signifikansi ($p\text{-value}$) = $0,0002 < 0,05$. Karena nilai $p\text{-value} < \alpha$ (5%) maka dengan demikian H_0 ditolak, yang berarti bahwa Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Semakin tinggi tingkat rasio profitabilitas menggambarkan perusahaan bahwa semakin tinggi tingkat perolehan labanya. Profitabilitas yang tinggi menandakan bahwa perusahaan sudah cukup efektif dalam menghasilkan laba. Apabila perusahaan memiliki laba yang besar maka perusahaan akan meningkatkan kegiatan tanggungjawab sosial dan lingkungan terhadap masyarakat dan sekitarnya. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Ana dan Nera (2018) bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (Ana & Nera, 2018).

Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi biasanya akan mengungkapkan informasi lebih luas lagi untuk menunjukkan kinerja perusahaan yang lebih baik, dan semakin tinggi tingkat profitabilitas biasanya perusahaan memiliki kemampuan yang lebih baik untuk terlibat pada kegiatan CSR dengan alasan akuntabilitas dan menunjukkan kontribusinya terhadap masyarakat untuk kesejahteraan sosial. Dari uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap CSR. karena semakin tinggi keuntungan yang diperoleh perusahaan maka semakin tinggi juga pengungkapan atas informasi sosialnya karena profitabilitas merupakan faktor yang menjadikan manajemen lebih longgar dan fleksibel terhadap pengungkapan CSR kepada para pemegang saham.

4. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($3,598048 > 1,676$) dengan tingkat signifikansi ($p\text{-value}$) = $0,0035 < 0,05$. Karena nilai $p\text{-value} < \alpha$ (5%) maka dengan demikian H_0 ditolak, yang berarti bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Besar/kecilnya suatu perusahaan di hadapan publik. Semakin besarnya perusahaan maka semakin tinggi juga total aset yang dimiliki dan akan mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut tergolong kedalam perusahaan yang besar. Perusahaan yang tergolong besar memiliki kecenderungan akan tekanan yang dimiliki salah satunya tentang kegiatan sosialnya. Perusahaan besar juga diiringi dengan aktivitas operasionalnya yang tinggi dan memiliki dampak lebih besar terhadap masyarakat yang ada disekitar lingkungan dimana perusahaan itu melakukan kegiatan operasionalnya.

Berdasarkan uraian diatas maka bisa ditarik kesimpulan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, karena semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar juga perhatian masyarakat yang ditujukan kepada perusahaan tersebut. Hal ini menyebabkan perusahaan mendapat tekanan untuk pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Ana dan Nera (2018) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR (Ana & Nera, 2018).

IV. KESIMPULAN

Dalam penelitian ini terdapat 50 data observasi yang diperoleh dari 10 perusahaan pada sektor konsumen primer yang terdaftar pada BEI tahun 2017-2021. Data yang digunakan diambil dari laporan tahunan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis menyimpulkan hal-hal sebagai berikut:

- A. *Leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021.
- B. *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021.
- C. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021.
- D. Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021.

REFERENSI

- Ana, W., & Nera, M. (2018). No Title Pengaruh Size, Leverage, dan Profitabilitas terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Kalbisocio: Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 5(1).
- Chusaeri, N., Maslichah, & Mawardi, M. C. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Harga Saham Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2014-2016. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 8(4), 1–11.
- Habitat Indonesia. (2022). *Bisra Award 2022*.
- Hartono, E. (2018). Implementasi Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 2(1), 108–122.
- Hendrayani, Y., Maryam, S., & Uljanatunnisa, U. (2020). CSR Partnership Model for Sustainable MSMEs Development: A Case Study of the Partnership Program at PT Jasa Marga (Persero) Tbk. *Society*, 8(1), 94–108.
- Lolo, Y. E. P., & Yulianthari, W. S. (2018). *Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Solvabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi pada Perusahaan di Indeks Sri-Kehati Tahun 2015-2018)*. Universitas Telkom.
- Prasethiyo, D. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Sensitivitas Industri, dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Akuntansi*, 5(2).
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Surjana, R. (2021). *Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Efektivitas Pajak Pada Perusahaan Sektor Pertanian yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2013 - 2019*. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
- Yuanita, R., & Muslih, M. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Slack Resources Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (csr) (studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017). *EProceedings of Management*, 6(3).