



PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

¹Juliana; ²Kornel Munthe

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas

Email : juli65014@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Corporate Sosial Responsibility pada perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Populasi dalam penelitian ini adalah 195 perusahaan, dengan teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling sehingga diperoleh sampel sebanyak 26 perusahaan dengan masa penelitian 4 tahun. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F pada $\alpha = 5\%$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*, profitabilitas dan leverage secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan, Profitabilitas dan Leverage secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020. Variasi CSR mampu dijelaskan oleh variasi Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage sebesar 15,7% dan sisanya 84,3% oleh variasi lain diluar model.

Kata Kunci : Tanggung jawab social, ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage

PENDAHULUAN

Dunia usaha saat ini berkembang sangat pesat, dan semakin terasa pengaruhnya terhadap roda perekonomian masyarakat. Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat diikuti dengan berbagai peraturan yang harus ditaati oleh perusahaan salah satunya adalah CSR (Tanggung jawab sosial) yang harus diungkapkan oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya selama satu periode. Menurut Solihin (2008) Perkembangan CSR untuk konteks Indonesia (terutama yang berkaitan dengan pelaksanaan CSR untuk kategori *discretionary responsibilities*) dapat dilihat dari dua perspektif yang berbeda. Pertama, pelaksanaan CSR memang merupakan praktik bisnis secara sukarela (*discretionary business practice*) artinya pelaksanaan CSR lebih banyak berasal dari inisiatif perusahaan dan bukan merupakan aktivitas yang dituntut untuk dilakukan perusahaan oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku di Negara Republik Indonesia. Kedua, pelaksanaan CSR bukan lagi merupakan *discretionary business practice*, melainkan pelaksanaannya sudah di atur oleh undang.

Undang-undang perseroan terbatas yang ditetapkan oleh pemerintah memberikan gambaran bahwa adanya dukungan pemerintah dalam penerapan CSR. Menurut undang-undang Perseroan Terbatas No.40 tahun 2007 pasal 74:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan 12 diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.



4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Dengan demikian tanggung jawab sosial dan lingkungan bertujuan mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perseroan itu sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat pada umumnya. Menurut Kotijah dkk (2008) dan Hal ini dalam rangka mendukung terjalinnya hubungan perseroan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

Menurut Said (2018) *Corporate Social Responsibility* Sebagai upaya dari perusahaan untuk menaikkan citranya di mata publik dengan membuat program-program amal baik yang bersifat eksternal maupun internal. Program eksternal dengan menjalankan kemitraan (*Partnership*) dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) untuk menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Sedangkan secara internal mampu memproduksi dengan baik, mencapai profit yang maksimal dan mensejahterakan karyawannya.” *Corporate Social Responsibility* sendiri diartikan sebagai bagian dari akuntansi pertanggungjawaban sosial yang mengkomunikasikan informasi sosial kepada *stakeholders*. Dalam upaya meningkatkan daya saing melalui peningkatan transparansi dan akuntabilitas, Ikatan Akutansi Indonesia sejak tahun 2005 mengadakan Indonesia *Sustainability Reporting Award* (ISRA). ISRA adalah penghargaan yang diberikan kepada perusahaan-perusahaan yang telah membuat pelaporan atas kegiatan yang menyangkut aspek lingkungan dan sosial disamping aspek ekonomi untuk memelihara keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan itu sendiri, baik yang diterbitkan secara terpisah maupun terintegrasi dalam laporan tahunan. Pengungkapan juga diatur dalam PSAK no 1 tahun 2009 paragraf 12 yaitu: “Entitas dapat pula menyajikan terpisah dari laporan keuangan. Laporan keuangan mengenai lingkungan hidup dan laporan mengenai nilai tambah, khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peran penting dan bagi industri yang menganggap peranan penting.”

Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan telah melakukan aktivitas sosialnya agar hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram semakin tercapai. Berdasarkan segi ekonomi, memang perusahaan diharapkan mendapat keuntungan setinggi-tingginya. Menurut Anggraini (2006) aspek sosial perusahaan harus memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat yaitu meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungannya. *Corporate Social Responsibility* sangat tergantung dari komitmen dan norma etika perusahaan untuk turut memikirkan kondisi sosial sekitarnya. Perusahaan diharapkan menjadi agen moral, oleh karena itu dengan atau tanpa aturan hukum suatu organisasi bisnis harus menjunjung tinggi moralitas dengan berperan untuk mendukung pembangunan ekonomi, berkerjasama dengan karyawan dan keluarganya dan masyarakat untuk meningkatkan mutu hidup mereka. Meskipun begitu namun pelaporan informasi CSR tersebut menjadi sangat penting ketika ternyata pengungkapan CSR yang dilakukan oleh suatu perusahaan dapat mendatangkan suatu keuntungan. Beberapa keuntungan yang diperoleh dari pelaksanaan CSR perusahaan seperti ketertarikan pemegang saham dan pemakai informasi laporan keuangan, masyarakat semakin menerima keberadaan perusahaan dan memperpanjang keberlangsungan hidup perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan menurut berbagai cara, antara lain: total aset, total penjualan, nilai pasar saham, dan lain-lain. Penentuan ukuran perusahaan dalam penelitian ini didasarkan kepada total aset perusahaan, karena total aset dianggap lebih stabil dan lebih dapat mencerminkan ukuran perusahaan. Semakin besar ukuran sebuah perusahaan, maka perusahaan tersebut akan semakin dikenal oleh masyarakat, hal ini berarti bahwa kesempatan untuk mendapatkan informasi mengenai perusahaan akan menjadi semakin mudah, karena perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung mendapat pengawasan dan perhatian dari masyarakat dan memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan kecil sehingga akan mengungkapkan lebih banyak informasi.



Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mencapai laba. Menurut Sudarmadji dan Sularto (2007) suatu perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan melakukan pengungkapan yang lebih luas dibandingkan dengan yang tingkat profitabilitasnya rendah, sebagai salah satu upaya untuk meyakinkan pihak eksternal bahwa perusahaan berada dalam persaingan yang kuat dan juga memperlihatkan kinerja perusahaan yang baik pada saat itu. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi juga dianggap mampu untuk membiayai aktivitas sosialnya dengan jumlah yang lebih banyak.

Leverage adalah perbandingan antara dana yang diperoleh dari kreditur perusahaan dengan dana yang dimiliki oleh perusahaan. Apabila ternyata pembiayaan yang dilakukan oleh perusahaan dinilai lebih banyak diberikan oleh krediturnya dibandingkan dilakukan dengan dana perusahaan itu sendiri, maka perusahaan itu dikatakan akan mengungkapkan informasi laporan keuangan tahunannya secara lebih luas untuk memenuhi kebutuhan informasi para krediturnya.

Beberapa hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility diantaranya adalah: Janra (2015) meneliti tentang Pengaruh Kepemilikan Manjerial, Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2013. Hasil penelitian menunjukkan bahwa leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggung jawaban sosial, sedangkan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggung jawaban sosial. Gusti dan Eka (2015) meneliti tentang Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan dan Leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan Tanggung Jawab Sosial, sedangkan Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. Syailendra (2016) meneliti tentang Pengaruh Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Leverage dan Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* tetapi Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*. Eka (2014) meneliti tentang Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2009-2012. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. Fajar (2013) meneliti tentang Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2009 – 2011. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap luas pengungkapan Tanggung Jawab Sosial sementara Leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap luas pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.

Dari hasil-hasil penelitian yang diuraikan diatas menunjukkan bahwa masih bervariasi hasil penelitian tentang pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*, dengan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Perbedaan hasil pengaruh tersebut, membuat penulis tertarik untuk meneliti kembali mengenai “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Corporate Sosial Responsibility pada perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”.

KAJIAN PUSTAKA

Fungsi dan Tujuan Manajemen Keuangan

Saat ini manajemen keuangan memegang peranan yang sangat penting, dengan perkembangan tugas manajer keuangan tidak hanya mencatat, membuat laporan, mengendalikan



posisi kas, membayar tagihan-tagihan, dan mencari dana. Akan tetapi, manajer keuangan juga harus mampu menginvestasikan dana mengatur kombinasi sumber dana yang optimal, serta pendistribusian keuangan dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan. Setiap perusahaan selalu membutuhkan dana dalam rangka memenuhi kebutuhan operasional sehari-hari maupun untuk mengembangkan perusahaan. Kebutuhan dana tersebut berupa modal kerja maupun untuk pembelian aktiva tetap, untuk memenuhi kebutuhan dana tersebut, perusahaan harus mampu mencari sumber dana dengan komposisi yang menghasilkan beban biaya paling murah.

Husnan (2013) mengatakan Fungsi utama manajemen keuangan ada 4, yaitu:

1. Manajemen keuangan menyangkut kegiatan perencanaan, analisis, dan pengendalian kegiatan keuangan. Dengan demikian, dalam perusahaan, kegiatan tersebut tidak terbatas pada “Bagian Keuangan”
2. Manajer keuangan perlu memperoleh dana dari pasar keuangan atau *financial market*. Dana yang diperoleh kemudian diinvestasikan pada berbagai aktivitas perusahaan, untuk menandai kegiatan perusahaan. Kalau kegiatan memperoleh dana berarti perusahaan tersebut menerbitkan aktiva finansial, maka kegiatan menanamkan dana membuat perusahaan memiliki aktiva riil.
3. Dari kegiatan menanamkan dana (investasi), perusahaan mengharapkan untuk memperoleh hasil yang lebih besar dari penanam modalnya. Dengan kata lain, harapkan memperoleh “laba”. Laba yang diperoleh perlu diputuskan untuk dikembalikan ke pemilik dan diinvestasikan kembali ke perusahaan.
4. Dengan demikian “manajer keuangan” perlu mengambil keputusan tentang penggunaan dana (disebut sebagai keputusan investasi), memperoleh dana (disebut sebagai keputusan pendanaan), pembagian laba (disebut sebagai kebijakan dividen).

Manajemen keuangan yang efisien membutuhkan tujuan dan sasaran yang digunakan sebagai standar dalam memberikan penilaian efisien keputusan keuangan. Menurut Husnan (2013) pertimbangan sosial terhadap tanggung jawab yang dapat dilihat dari empat segi yaitu:

1. Secara normatif tujuan keputusan keuangan adalah untuk memaksimumkan nilai perusahaan.
2. Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut terjual.
3. Bagi perusahaan yang menerbitkan saham dipasar modal, harga saham yang diperjualbelikan di bursa merupakan indikator nilai perusahaan.
4. Memaksimumkan nilai perusahaan (atau harga saham) tidak identik dengan memaksimumkan laba per lembar saham (*Earning Per Share*). Hal ini disebabkan karena memaksimumkan EPS mengabaikan nilai waktu uang, dan tidak memperhatikan faktor risiko.

Dengan demikian memaksimumkan ini perusahaan juga tidak identik dengan memaksimumkan laba, apabila laba diartikan sebagai laba akuntansi. Sebaliknya memaksimumkan nilai perusahaan akan identik dengan memaksimumkan laba dalam pengertian ekonomi (*economic profit*). Hal ini disebabkan karena laba ekonomi diartikan sebagai jumlah kekayaan yang bisa dikonsumsi tanpa membuat pemilik kekayaan tersebut menjadi lebih miskin. Sayangnya konsep keuntungan ekonomi ini akan sangat sulit diterapkan, sehingga kalau kita mendengar istilah laba dalam lingkup perusahaan, bisa dipastikan pengertiannya adalah pengertian akuntansi, dengan demikian tujuan pengelolaan keuangan tersebut sebenarnya bisa berlaku untuk siapa saja, bukan terbatas pada perusahaan.

Rasio Keuangan

Rasio keuangan sangat penting dalam melakukan analisis terhadap kondisi keuangan perusahaan. Bagi investor pada umumnya lebih banyak tertarik pada kondisi keuangan jangka pendek dan kemampuan perusahaan untuk membayar deviden informasi tersebut dapat diketahui dengan cara yang lebih sederhana yaitu dengan menghitung rasio keuangan yang sesuai dengan yang diinginkan Fahmi (2015).



Menurut Harahap (2010) rasio rasio keuangan yang sering digunakan adalah sebagai berikut:

1. Rasio Likuiditas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya likuiditas.
2. Rasio Solvabilitas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk mengukur sejumlah mana aktiva perusahaan dibiayai oleh utang. Artinya besarnya jumlah utang yang digunakan perusahaan untuk membiayai kegiatan usahannya jika dibandingkan dengan menggunakan modal sendiri
3. Rasio Profitabilitas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam suatu periode tertentu
4. Rasio Aktivitas adalah rasio yang menggambarkan aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam menjalankan operasinya atau rasio yang digunakan untuk
5. mengukur tingkat efisiensi pemanfaatan sumber daya perusahaan.
6. Rasio Pertumbuhan adalah rasio yang menggambarkan presentase kenaikan penjualan atau pendapatan tahun ini dibandingkan tahun lalu.
7. Penilaian Pasar (*Market Based Ratio*) adalah rasio yang menggambarkan situasi atau keadaan prestasi perusahaan dipasar modal.
8. Rasio Produktivitas adalah rasio yang menunjukkan tingkat produktivitas dari unit atau kegiatan yang dinilai.

Analisis rasio keuangan atas laporan keuangan akan menggambarkan atau menghasilkan suatu pertimbangan terhadap baik atau buruknya keadaan atau posisi keuangan perusahaan, serta bertujuan untuk menentukan seberapa efektif dan efisien dalam kebijaksanaan manajemen dalam mengelola keuangan perusahaan setiap tahunnya.

Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan (*Size*) merupakan tingkat identifikasi besar atau kecilnya suatu perusahaan. Menurut Hilmi dan Ali (2008) ukuran perusahaan dapat dinilai dari beberapa segi. Besar kecilnya ukuran perusahaan dapat didasarkan pada total nilai aktiva, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya. Semakin besar nilai item-item tersebut maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Semakin besar aktiva maka semakin banyak modal yang ditanam dan semakin besar pengaruhnya terhadap lingkungan sekitar, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ia dikenal dalam masyarakat. Dalam penelitian ini besar kecilnya perusahaan dapat dilihat dari segi total aktiva, karna dengan total aktiva perusahaan mencerminkan luasnya cakupan perusahaan dan pengaruhnya terhadap sekelilingnya. Hal ini karena ketiadaan sumber daya dan sumber dana yang cukup besar dalam laporan tahunan. Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan, Logaritma Natural total asset.

$SIZE = \ln(\text{Total Asset}) \dots \dots \dots (1)$

Profitabilitas

Kasmir (2011:196) menjelaskan bahwa hasil pengukuran dapat dijadikan sebagai alat evaluasi kinerja perusahaan selama ini, apakah efektif atau tidak. Kegagalan atau keberhasilan dapat dijadikan sebagai bahan acuan untuk perencanaan laba kedepan. Oleh karena itu rasio profitabilitas ini sering disebut sebagai salah satu alat ukur kinerja perusahaan. Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu. Untuk menilai besarnya laba dari waktu ke waktu. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Indikator yang digunakan untuk mengukur profitabilitas dalam penelitian ini diprosikan dengan *return on Asset*, karena *return on asset* memfokuskan pada kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam operasi perusahaan. Dan adapun alasan peneliti

menggunakan indikator ROA yaitu karena besarnya *return on asset* dapat menggambarkan hasil dari serangkaian kinerja perusahaan, digunakan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan dan merupakan perhitungan yang dapat dipertanggung jawabkan terhadap profitabilitas. ROA juga menggambarkan pengaruh gabungan dan pengelolaan asset dan pengelolaan hutang terhadap hasil-hasil operasi. Artinya hasil dari fakta ini menunjukkan pula bagaimana manajemen mengelola asset dan hutangnya semakin baik manajemen mengelola asset dan hutangnya maka tingkat profitabilitas akan meningkat. Skala pengukuran menggunakan *return on assets* dengan rumus:

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}} \times 100\% \dots\dots\dots (2)$$

Leverage

Menurut Brigham dan Houston (2010), rasio leverage atau sovabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan menggunakan pendanaan melalui hutang. Artinya, berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivanya. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio leverage digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajiban baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan. Para penelitian ini memilih indikator *debt to equity ratio*. Alasannya memilih *debt to equity ratio* yaitu karena rasio ini sudah cukup efektif pada kinerja kebijakan hutang perusahaan dan mencakup semua kegiatan tentang bagaimana kemampuan perusahaan dalam membayar kewajibannya dengan menggunakan aktiva yang dimilikinya. *Debt to assets ratio* menurut Darsono dan Ashri (2017), rasio yang menekankan pentingnya pendanaan hutang dengan jalan menunjukkan presentase aktiva perusahaan yang didukung oleh hutang, rasio ini juga menyediakan informasi tentang kemampuan perusahaan dalam mengadaptasikan kondisi pengurangan aktiva akibat kerugian tanpa mengurangi pembayaran bunga kepada kreditor. Rumus untuk mencari *debt ratio* dapat digunakan sebagai berikut.

$$\text{Debt to Assets Ratio (Debt Ratio)} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Assets}} \times 100\% \dots\dots\dots (3)$$

Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Pasal 1 ayat (3) Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Menurut Ardianto dan Machfudz (2011) CSR merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memerhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan. Menurut Prastowo dan Huda (2011) tanggung jawab social tidak hanya berkaitan dengan perusahaan saja sebagaimana yang dikenal CSR selama ini. Tetapi, setiap organisasi yang memiliki dampak atas kebijakan-kebijakannya terutama terhadap lingkungan dan masyarakat Menurut Kast (2003) mendefinisikan Tanggung jawab sosial sebagai bentuk keterlibatan dari organisasi dalam upaya mengatasi kelaparan dan kemiskinan, mengurangi pengangguran dan tunjangan untuk pendidikan dan kesenian. Hal ini didasari pemikiran bahwa semua organisasi adalah sistem yang bergantung pada lingkungannya dan karena ketergantungan itulah maka suatu organisasi perlu memperhatikan pandangan dan harapan masyarakat.

Kata *disclosure* memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan Ghazali dan Anis (2007). Sedangkan jenis Pengungkapan yang hubungannya dengan persyaratan yang ditetapkan oleh standar terbagi menjadi dua yaitu :

1. Pengungkapan yang bersifat wajib (*mandatory disclosure*) Merupakan semua pengungkapan informasi yang diwajibkan oleh peraturan pemerintah yang diatur dalam Lampiran Keputusan Bapepam No. Kep- 431/BL/2012.



2. Pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) Merupakan semua pengungkapan diluar yang diwajibkan oleh Bapepam. Pengungkapan sukarela ini yang akan sangat berguna untuk mengiringi asimetri informasi yang terjadi dipasar modal.

Corporate Sosial Responsibility termasuk dalam pengungkapan yang bersifat wajib bagi perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, hal tersebut disebutkan dalam Lampiran Keputusan Bapepam No.Kep-432/BL/2012.

Landasan hukum Corporate Social Responsibility

Suatu perusahaan tetap memiliki apa yang dinamakan sebagai *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan, yang juga harus juga tercermin dalam kegiatan perusahaan tersebut. Kewajiban perusahaan menjalankan CSR diatur dalam Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT). Dalam UU disebutkan bahwa perusahaan yang berkecimpung di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Biaya CSR perlu dianggarkan dan diperhitungkan sebagai pengeluaran wajib perusahaan.

Berikut isi pasal 74 UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT).

- Ayat 1: Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
- Ayat 2: Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dalam ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- Ayat 3: Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- Ayat 4: Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Ketentuan mengenai CSR ini bertujuan untuk tetap menciptakan hubungan persroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat (Penjelasan Pasal 74 ayat (1) UUPT.) Dengan demikian, meninjau dari Tanggung Jawab sosial dan Lingkungan yang diatur dalam UUPT, CSR merupakan tanggung jawab sosial perusahaan khusus yang bidang usahanya adalah mengelola atau berkaitan dengan SDA, yang untuk itu harus menganggarkan dan mempertimbangkan pelaksanaan CSR sebagai biaya perusahaan. Hal ini dikhususkan bagi perusahaan yang kegiatan usahanya dibidang dan/atau dengan SDA karena erat kaitannya dengan hak konstitusional masyarakat sebagaimana diatur dalam pasal 33 ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945 (Keputusan Mahkamah Konstitusi 53/PUU-VI/2008).

Meskipun secara sempit dapat dilihat bahwa CSR hanya untuk perusahaan yang bidang usahanya mengelola atau berkaitan dengan SDA, sebenarnya pengertian CSR dapat dilihat secara luas. Adanya CSR ini berlandaskan pada prinsip bahwa setiap perseroan selaku objek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan, sebagaimana nyatalan dalam pasal 2 Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (PP TJSL). Berarti bahwa secara umum, Perseroan sebagai subjek hukum memang memiliki tanggung jawab atas sisoal dan lingkungan, namun secara khusus diatur bagi perseroan bidang usaha mengelolah atau berkaitan dengan SDA, kewajiban untuk melaksanakan CSR, karena bersinggungan dengan konstitusi.

Manfaat Corporate Social Responsibility (CSR)

Adapun manfaat dari *corporate social responsibility* sebagai berikut;

1. Meningkatkan Citra Perusahaan, Manfaat CSR yang pertama adalah Meningkatkan Citra Perusahaan. Perusahaan yang melakukan kegiatan CSR akan dipandang memiliki nilai kepedulian yang tinggi di masyarakat. Awareness positif masyarakat terhadap perusahaan akan meningkatkan citra perusahaan itu sendiri.

2. Memperkuat “Brand” Perusahaan, Manfaat CSR yang kedua adalah Memperkuat “Brand” Perusahaan. Tidak jarang perusahaan yang melakukan CSR juga turut memberikan produknya secara gratis kepada masyarakat. Dengan memberikan produk secara gratis tersebut, secara tidak langsung perusahaan sudah memperkuat posisi brand dan produknya di masyarakat. Masyarakat yang menerima produk yang diberikan secara cuma-cuma tersebut akan memakai dan menggunakan dan mengetahui keunggulan produk tersebut.
3. Mengembangkan kerja sama dengan Para Pemangku Kepentingan, Dalam menjalankan kegiatan CSR, perusahaan tidak bekerja sendirian. Biasanya perusahaan akan bekerja sama dengan pemerintah daerah setempat atau dinas terkait untuk bekerja sama menjalankan program CSR-nya. Terjalannya relasi antara perusahaan dan pemangku kepentingan ini akan mengembangkan kerja sama di antara mereka ke depannya.
4. Membedakan Perusahaan dengan Pesaingnya, Kompetisi di dunia usaha memang tidak dapat dihindari. Banyak cara dilakukan perusahaan untuk dapat unggul dari kompetitornya. Salah satunya adalah dengan melakukan kegiatan CSR. Dengan melakukan CSR, perusahaan akan berusaha tampil beda dari pesaingnya dan menunjukkan bahwa perusahaannya peduli dengan masyarakat sekitar.
5. Menghasilkan Inovasi dan Pembelajaran untuk Meningkatkan Pengaruh Perusahaan, CSR bukan sekedar kegiatan putus yang dilakukan perusahaan kepada masyarakat. CSR adalah kegiatan yang berkesinambungan dalam rangka memperdayakan masyarakat. Dengan CSR pula perusahaan sebenarnya bisa menghasilkan inovasi dan pembelajaran yang dapat meningkatnya pengaruh perusahaan dimasyarakat, industri terkait bahkan pemerintahan.
6. Membuka Akses untuk Investasi dan Pembiayaan bagi Perusahaan, Perusahaan yang melakukan CSR biasanya menjadi magnet tersendiri untuk para investor. Banyak investor yang menanamkan investasinya pada perusahaan yang memiliki kegiatan CSR di dalamnya karena dapat meningkatkan citranya juga.
7. Meningkatkan Harga Saham, Pada akhirnya jika perusahaan rutin melakukan CSR yang sesuai dengan bisnis utamanya dan melakukannya dengan konsisten dan rutin, masyarakat bisnis (investor, kreditur,dll), pemerintah, akademisi, maupun konsumen akan makin mengenal perusahaan.

Berdasarkan peraturan Laporan Bapeoam no. VII. G.2 tentang laporan tahunan ada 11 item dari 90 item yang tidak sesuai untuk diterapkan dengan kondisi di Indonesia. Selanjutnya dilakukan penyesuaian dengan cara menghapus 11 item pengungkapan tersebut. Sehingga secara total tersisa 79 item pengungkapan CSR di Indonesia.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) secara teoritis perusahaan besar tidak terlepas dari tekanan dan perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program social yang dibuat perusahaan sehingga CSR akan semakin luas. Dari sisi tenaga kerja semakin banyaknya jumlah tenaga kerja dalam suatu perusahaan, maka tekanan pada pihak manajemen untuk memperhatikan kepentingan tenaga kerja akan semakin banyak dilakukan oleh perusahaan, semakin besar perusahaan akan semakin menyerap sumber daya alam yang besar dapat merusak cadangan sumber daya alam, dan rusaknya lingkungan hidup maupun lingkungan social masyarakat dan jika semakin kecil nilai perusahaan itu maka cangkupannya terhadap CSR. Oleh karena itu semakin besar perusahaan maka dituntut untuk melakukan CSR. Penelitian yang berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini yakni Ukuran Perusahaan dan CSR adalah penelitian Sembiring (2005). Akan tetapi Robert (1992) mendapat hasil tidak ada hubungan dari variabel ukuran perusahaan terhadap CSR.

Pengaruh ROA terhadap pengungkapan CSR perusahaan



ROA merupakan salah satu rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan jumlah aktiva yang dimiliki secara keseluruhan ROA disebut sebagai *Earning* karena rasio ini menggambarkan keuntungan dari setiap rupiah asset yang digunakan melalui rasio ini akan dapat mengetahui apakah perusahaan telah efisien dalam memanfaatkan aktiva dalam kegiatan operasional perusahaan atau tidak sehingga, semakin tinggi nilai rasio ini maka keadaan suatu perusahaan dikatakan semakin baik. Perusahaan yang mempunyai kinerja keuangan yang solit akan memiliki sumber daya untuk melakukan kegiatan CSR lebih banyak. Angka ROA dikatakan baik apabila $>2\%$ Lestari (2007). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dengan proksi ROA memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR suatu perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggarini (2008), hasil penelitian Wicaksono (2012), ROA sebagai salah satu rasio profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai profit yang diperoleh perusahaan dan dinyatakan melalui rasio ROA maka akan semakin banyak pula pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan

Menurut Brigham dan Houston (2010:104), rasio leverage atau solvabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan menggunakan pendanaan melalui Hutang. Artinya, besarnya jumlah utang yang digunakan perusahaan untuk membiayai kegiatan usahanya jika dibandingkan dengan menggunakan modal sendiri. Hasil penelitian terdahulu seperti Eka (2014) dan Syailendra (2016) menunjukkan bahwa Leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Dengan demikian, apabila rasio leverage lebih rendah dari pada pengungkapan tanggung jawab sosial atau jika lebih tinggi pengungkapan tanggung jawab sosial dari pada leverage maka itu akan memberikan pengaruh positif atau signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian adalah pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebanyak 195 populasi. Teknik pengambilan sample menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan sample berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu sehingga diperoleh 26 sample.

Variabel Independen (X)

Variabel independen dalam penelitian ini adalah Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage.

1. Ukuran Perusahaan (X1)

Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$SIZE = \ln(\text{Total Asset}) \dots \dots \dots (4)$$

2. Profitabilitas (X2)

Rasio profitabilitas diukur dengan *Return On Asset*. *Return On Asset* dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}} \times 100\% \dots \dots \dots (5)$$

3. Leverage (X3)



Rasio Leverage diukur dengan *Debt to Equity Ratio*. untuk menghitung Debt to Equity Ratio (DER):

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Equity}} \times 100\% \dots \dots \dots (6)$$

Variabel Dependen (Y)

Variabel Dependen yang diteliti dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan pada perusahaan yang menjadi objek penelitian. Rumus perhitungan Indeks pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (*Corporate Social Responsibility*) adalah sebagai berikut:

$$CSRIi = \frac{\sum X_{ij}}{N_{ij}} \dots \dots \dots (7)$$

Keterangan:

CSRIj = Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan j

$\sum X_{ij}$ = Jumlah Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan j

N_{ij} = Jumlah seluruh item pengungkapan tanggung jawab perusahaan j

Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang sesuai dengan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka digunakan data sekunder dengan teknik dokumentasi. (www.idx.co.id).

Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisi regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \dots \dots \dots (8)$$

Keterangan :

Y = Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

a = Konstanta

X_1 = Ukuran Perusahaan

X_2 = Profitabilitas

X_3 = Leverage

b = Koefisien regresi

e = *error* (kesalahan residu)

Uji Asumsi Klasik

Tahapan pertama pelaksanaan analisis pada penelitian ini melalui uji asumsi klasik, untuk menghindari terjadinya penyimpangan asumsi-asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik ini bertujuan agar variabel-variabel bebas yang digunakan sebagai estimatoe dapat memberikan estimasi secara lebih akurat terhadap variabel terikat dalam penelitian, dengan modal regresi yang memenuhi kriteria BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*). Pengujian asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Autokorelasi.

Uji Hipotesis

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan rasio ukuran perusahaan, profitabilita, dan leverage secara parsial terhadap pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI untuk priode 2016-2020 dengan uji t dan uji F.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran dari setiap variabel yang diteliti seperti nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi (standard deviation) setiap variabel yang digunakan. Berikut ditampilkan data statistik secara umum dari keseluruhan data yang digunakan.

Tabel 1 Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
UP	130	60.00	1951.00	196.5846	285.42637
ROA	130	.00	206.00	126.0731	37.87756
DER	130	8.00	2129.00	1359.9077	396.72603
CSR	130	177.00	785.00	483.0462	126.55182
Valid N (listwise)	130				

Sumber : Hasil Output SPSS 23 (data diolah)

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa: Ukuran Perusahaan menunjukkan nilai minimum sebesar 60,00 nilai maximum sebesar 1951,00, rata-rata sebesar 196,58 dan standar deviasi sebesar 285,43 dengan jumlah sampel sebanyak 130 perusahaan. ROA menunjukkan nilai minimum sebesar 0,00%, nilai maksimum 206,0%, rata-rata (*mean*) sebesar 126,0731% dan standar deviasi sebesar 37,8776% dengan jumlah sampel perusahaan sebanyak 130 perusahaan. DER menunjukkan nilai minimum sebesar 8,00%, nilai maximum sebesar 2129,0%, rata-rata sebesar 1359,9077% dan standar deviasi sebesar 396,73% dengan jumlah sampel perusahaan sebanyak 130 perusahaan dan CSR menunjukkan nilai minimum sebesar 177,0%, nilai maximum sebesar 785,0% , rata-rata sebesar 483,05% dan standar deviasi sebesar 126,552% dengan jumlah sampel perusahaan sebanyak 130 perusahaan.

Uji Asumsi Klasik

- Uji Normalitas**, uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable dependen dan variable independen berdistribusi normal. Uji normalitas yang digunakan adalah *kolmogrov-smirnov* dengan menggunakan model exact sig. Hasil penelitian menunjukkan bahwa besarnya signifikan lebih dari 5% yaitu signifikannya sebesar 0,572 yang berarti variabel residual berdistribusi normal. Melalui hasil uji normalitas yang dilakukan, maka dengan demikian secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai observasi data telah terdistribusi secara normal dan dapat dilanjutkan dengan uji asumsi klasik lainnya.
- Uji Multikolonieritas**, uji multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui korelasi linier antara dua atau lebih variable independen digunakan dalam penelitian ini . uji ini dilakukan dengan *tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF). Agar tidak terjadi multikolonieritas, batas *tolerance value* $> 0,10$ dan $VIF < 10$. Adapun hasil uji multikolonieritas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *tolerance value* $> 0,10$ dan $VIF < 10$, sehingga dapat disimpulkan bahwa diantara variable bebas tersebut tidak terdapat hubungan multikolonieritas. Dari hasil uji ini maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini lolos uji gejala multikolonieritas.
- Uji Heteroskedastisitas**, Untuk menentukan heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah yang diprediksi dan sumbu X adalah residu ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-*studentized* seperti dalam gambar berikut; Dari hasil pengujian menggunakan metode *scatterplots* terlihat titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layakdi pakai untuk melihat pengaruh Ukuran perusahaan, Profitabilitas, Leverage terhadap *Corporate Social Responsibility*.

d. **Uji Autokorelasi**, autokorelasi menunjukkan adanya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t-1$. Konsekuensinya varian sampel tidak dapat menggambarkan variasi populasinya. Akibat yang lebih jauh lagi. Model regresi yang dihasilkan tidak dapat digunakan untuk menaksir nilai variable dependen dari variable independennya. Hasil uji Durbin-Watson besaran nilai DW sebesar 1,907. Nilai ini dibandingkan dengan nilai Durbin-Watson (k, n) dengan k menunjukkan jumlah variable indeviden yaitu 3, dan n adalah jumlah sampel yang berjumlah 26. Apabila nilai d yang didapat tergolong pada jarak nilai $du < DW < 4-du$ dikatakan tidak ada autokorelasi positif dan negatif. Nilai $du = 1,744$, $DW = 1,907$ sehingga $1,744 < 1,762 < 2,256$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model yang digunakan tidak ada autokorelasi positif maupun negatif (bebas uji autokorelasi) pada persamaan regresi penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian terhadap variabel independen yaitu Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage terhadap *Corporate Social Responsibility* di tunjukkan pada tabel 2 berikut ini:

Table 2 Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	307.332	54.489		5.640	.000
	UP	-.093	.036	-.211	-2.564	.012
	ROA	.545	.276	.163	1.977	.048
	DER	.092	.026	.289	3.510	.001

a. Dependent Variable: CSR

Sumber : Hasil Output SPSS 23 (data diolah)

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Dari hasil pengujian hipotesis pada tabel 2 diatas menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki t_{hitung} sebesar $-2,564 > t_{tabel}$ yaitu 1,979 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,012 < 0,05$, dan dengan demikian bahwa ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh negative dan signifikan terhadap CSR. Variabel ROA memiliki t_{hitung} sebesar $1,977 < t_{tabel}$ yaitu sebesar 1,979 dengan tingkat signifikan sebesar $0,048 < 0,05$ dan dengan demikian bahwa ROA secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR. Variabel DER memiliki t_{hitung} sebesar $3,510 > t_{tabel}$ 1,979 dengan tingkat signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ dan demikian bahwa DER secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk menguji masing-masing variabel independen secara bersama-sama apakah berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 3 Analisis Anova

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	258360.782	3	86120.261	6.003	.001 ^b
	Residual	1807620.941	126	14346.198		
	Total	2065981.723	129			

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), DER, UP, ROA

Sumber : Hasil Output SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} 6,003 lebih besar dari F_{tabel} 1,979 dengan demikian H_a diterima. Hal ini berarti bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage secara simultan berpengaruh signifikan terhadap CSR.

Koefisien Determinasi R^2)

R^2 dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variasi ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage mampu menjelaskan variasi CSR. Untuk melakukan R^2 adalah sebagai berikut:

Tabel 4 Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.396 ^a	.157	.137	117.59398

a. Predictors: (Constant), DER, UP, ROA

b. Dependent Variable: CSR

Sumber : Hasil Output SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4 diatas di peroleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,157 atau 15,7%, hal ini menunjukkan bahwa variasi ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage mampu menunjukkan variasi *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020 sebesar 15,7% sedangkan sisanya 84,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terungkap atau diluar penelitian ini.

Pembahasan**Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility***

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan tingkat identifikasi besar atau kecilnya suatu perusahaan. Besar kecilnya ukuran perusahaan dapat didasarkan pada total nilai aktiva, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya. Semakin besar nilai item-item tersebut maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan pada penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Hasil dari hipotesis pertama yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility* diterima. Nilai koefisien regresi dalam variabel ukuran perusahaan sebesar -2,564 menunjukkan arah hubungan negatif (berlawanan arah), yang artinya bahwa jika ukuran perusahaan mengalami kenaikan, maka *corporate social responsibility* mengalami kenaikan juga. Sebaliknya, apabila ukuran perusahaan mengalami penurunan, maka *corporate social responsibility* akan mengalami penurunan. Tingkat signifikansi pada hasil uji hipotesis (uji t) sebesar $0,012 < 0,05$ yang artinya bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Penelitian ini sama dengan Gusti dan Eka (2015) dengan judul Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Dan tidak sesuai dengan penelitian Kurniawati (2014) Secara parsial Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR. Pengaruh negatif nilai Ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dalam penelitian ini mengisyaratkan bahwa perusahaan yang memiliki nilai ukuran perusahaan yang rendah cenderung tidak akan mengungkapkan aktifitas *corporate social responsibility* yang lebih luas dan transparan.

Pengaruh Profitabilitas (ROA) terhadap *Corporate Social Responsibility*

Donovan dan Gibson (2000) menyatakan bahwa salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan CSR adalah ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, manajemen menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu suksesnya keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, manajemen berharap para pengguna laporan akan melihat informasi dari kinerja perusahaan yang bagus, misalnya dalam lingkup sosial. Sehingga investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Variabel *return on asset* memiliki nilai thitung sebesar 1,977 lebih kecil dari nilai ttabel 1,979 ($1,977 < 1,979$) dengan tingkat signifikan sebesar 0,048 lebih kecil dari 0,05 ($0,048 < 0,05$) dengan demikian bahwa *return on asset* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR pada perusahaan



manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sama halnya dengan penelitian Janra (2015) dengan judul “Pengaruh Kepemilikan Manjerial, Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2013. Hasil penelitian ini menunjukkan *Return on Asset* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2013. Dengan melihat aranya yang positif maka dapat dikatakan bahwa ketika nilai perusahaan tinggi yang tercermin dari *return on asset* perusahaan yang tinggi dikarenakan aktiva yang cenderung lebih cepat berputar dalam mendapatkan laba.

Pengaruh Leverage pada *Corporate Social Responsibility*

Menurut Brigham dan Houston (2010), rasio leverage atau solvabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan menggunakan pendanaan melalui Hutang. Artinya, besarnya jumlah utang yang digunakan perusahaan untuk membiayai kegiatan usahanya jika dibandingkan dengan menggunakan modal sendiri. Variabel *return on asset* memiliki nilai thitung sebesar 3,510 lebih kecil dari nilai ttabel 1,979 ($3,510 > 1,979$) dengan tingkat signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) maka DER secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sama halnya dengan penelitian Syailendra (2016) dengan judul “Pengaruh Leverage, Profitabilitas dan Ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*. Hasil penelitian ini menunjukkan Leverage mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2014. Dengan demikian, apabila rasio leverage lebih rendah dari pada pengungkapan tanggung jawab sosial atau jika lebih tinggi pengungkapan tanggung jawab sosial dari pada leverage maka itu akan memberikan pengaruh positif atau signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dan jika leverage lebih tinggi dari CSR maka itu akan memberikan pengaruh yang negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari pembahasan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: (1) Ukuran Perusahaan secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020, (2) Profitabilitas dan leverage secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020 (3) Ukuran perusahaan, Profitabilitas dan Leverage secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020 dan (4) Variasi CSR mampu dijelaskan oleh variasi Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage sebesar 15,7% dan sisanya 84,3% oleh variasi lain diluar model.

Saran

Dari hasil pembahasan penelitian disarankan sebagai berikut; bagi calon Investor ukuran perusahaan, Profitabilitas dan Leverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia agar lebih seksama dan juga memperhatikan aspek *Corporate Social Responsibility* perusahaan sebagai pertimbangan dalam melakukan investasi, bagi Perusahaan disarankan agar secara konsisten memberikan atau menyalurkan CSR sehubungan dengan Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage pada Perusahaan Manufaktur, dan bagi Pemerintah diharapkan melakukan pengawasan mengenai pengungkapan CSR perusahaan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Anggraini, Fr. Reni Retno (2006), “Pengungkapan Informasi Sosial dan FaktorFaktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)”, Simposium Nasional Akuntansi 9
- Brigham dan Houston. 2010. Dasar-dasar Manajemen Keuangan Buku 1,Edisi 11. Jakarta: Salemba Empat.
- Fahmi, Irham. 2015. Analisis Laporan Keuangan. Bandung: Alfabeta.
- Gusti dan Eka ,Ida.2015.” Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan CSR”. Fakultas Ekonomi Universitas Udayana:E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 11.1 (2015): 289-302.
- Ghozali dan Anis .2007.Teori Akuntansi, Edisi ke tiga, Universitas Diponegoro.
- Ghozali, 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Harahap, Sofyan Syafri. (2013). Analisa Kritis atas Laporan Keuangan. Jakarta: PT Raja. Grafindo Persada
- Hilmi dan Ali. 2008. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan: Studi Empiris pada Perusahaan-perusahaan yang Terdaftar di BEJ Periode 2004-2006. Simposium Nasional Akuntansi XI, Pontianak.
- Husnan, Suad. (2013). Manajemen Keuangan Edisi Keempat. Yogyakarta : BPFE.
- Janra, D. M. (2015). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosialperusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2013). E-Jurnal Akuntansi Universitas Negeri Padang, 3(1), 15.
- Kasmir, 2008, Analisis Laporan Keuangan, Rajawali Pers, Jakarta.
- Said. 2018. *Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Governance*. Yogyakarta : Deepublish
- Samsiyah, Eka dan Kurnia. 2014. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Jurnal & Riset Akuntansi. Vol. 3 No. 4.
- Sembiring. (2005). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. Paper Presented at the Seminar Nasional Akuntansi, Solo
- Solihin, Ismail, (2008), *Corporate Social Responsibility From Charity To Sustainability*, Salemba Empat, Jakarta.
- Sudarmadji dan Sularto, 2007. “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, leverage, dan Tipe Kepemilikan Perusahaan Terhadap Luas *Voluntary Disclosure* Laporan Keuangan Tahunan”, Proceeding PESAT, Volume 2.