

Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Penerima Platinum

The Influence of Company Size, Profitability and Leverage on Corporate Social Responsibility of Corporate Platinum Award Recipient

Hilya Syilfania, Parawiyati, Listyowati

Universitas Merdeka Malang, Jalan Terusan Raya Dieng, 65146, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of Firm Size (Size), Profitability (ROA), and Leverage (DAR) on the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) of companies that receive platinum awards in 2021. The period used in this study are listed companies. as the recipient of the 2021 platinum award which was listed on the Indonesia Stock Exchange during 2016-2020. This research is an associative causality study using a quantitative approach. The sample in this study as many as 7 companies that received the platinum award in 2021 were determined based on the purpose sampling method. Data is collected through documentation by taking secondary data. The data analysis technique used is multiple linear regression. The results of this study indicate that the size of the company (Size) has a positive and significant effect on CSR disclosure, Profitability has no effect on CSR disclosure, and Leverage has a negative and significant effect on CSR disclosure. This means that the effect of firm size as measured by assets and leverage as proxied by DAR (Debt Assets Ratio) has an influence on CSR disclosure. However, for companies with high profits and obtaining platinum awards listed on the Exchange during the observation, profitability has no effect on CSR disclosure.

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR); Company Size (size); Profitability; and Leverage.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Ukuran Perusahaan (*Size*), Profitabilitas (ROA), dan *Leverage* (DAR) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan yang menerima penghargaan platinum tahun 2021. Periode yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar sebagai penerima penghargaan platinum tahun 2021 yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2016-2020. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausalitas dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 7 perusahaan yang menerima penghargaan platinum tahun 2021 ditentukan berdasarkan metode *purpose sampling*. Data dikumpulkan melalui dokumentasi dengan mengambil data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

Ukuran Perusahaan (*Size*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR, Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, dan *Leverage* yang berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini berarti bahwa pengaruh Ukuran Perusahaan yang diukur dari aset dan *Leverage* yang diprosikan dengan DAR (*Debt Assets Ratio*) mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Namun demikian bagi perusahaan dengan mempunyai laba tinggi dan memperoleh penghargaan platinum yang tercatat di Bursa selama pengamatan, profitabilitas tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility (CSR)*; Ukuran Perusahaan (*size*); Profitabilitas; dan *Leverage*.

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan cara perusahaan dalam mengelola proses bisnis agar mendapatkan hasil yang positif untuk masyarakat. Didalam pasal 1 butir 3 UU No 40 tahun 2007 berhubungan dengan PT pengertian *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan komitmen perseroan yang berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan sebagai bentuk peningkatan terhadap kualitas hidup dan lingkungan yang lebih bermanfaat, baik bagi perseroan tersebut sendiri, komunitas setempat, maupun bagi masyarakat pada umumnya. Meskipun tanggungjawab sosial perusahaan telah menjadi kekhawatiran yang signifikan bagi otoritas publik dan masyarakat, beberapa perusahaan justru mengabaikan dan bahkan tidak melaporkan tanggungjawab sosial terkait keadaan di sekitar mereka. Oleh karena itu, Pemerintah menetapkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 yang mengatur tanggungjawab sosial dan lingkungan yang terkandung dalam Bab V Pasal 74 dan Pasal 66 ayat(2) bagian C sebagai bentuk *support* terhadap CSR. Dengan menyampaikan CSR, perseroan akan mendapatkan manfaat yang dapat meningkatkan insentif tambahan bagi perseroan. Belkaoui (1989) dalam Prasetyorini (2018) menemukan bahwa (1) perusahaan akan mengungkapkan laporan tanggung jawab sosial ketika melakukan kegiatan sosial, hal ini didasari pada adanya hubungan positif antara pengungkapan sosial dengan kinerja sosial perusahaan, (2) hubungan positif pengungkapan sosial dan visitabilitas politis, dimana perusahaan besar akan mengungkapkan informasi sosial yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan kecil dikarenakan perusahaan besar akan lebih diawasi, (3) jika rasio utang/modal semakin tinggi maka pengungkapan tanggungjawab sosialnya akan semakin rendah hal ini dikarenakan jika *laverage* semakin tinggi maka kemungkinan besar perusahaan akan melanggar perjanjian kredit, dari hal tersebut maka terdapat hubungan negatif antara *financial leverage* dengan pengungkapan sosial. Ada beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang mengungkapkan pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* terhadap CSR, namun terdapat perbedaan dari hasil penelitian-penelitian tersebut. Perbedaan hasil tersebut membuat peneliti ingin mencoba untuk menggunakan faktor tersebut sebagai variabel penelitian, anatara lain : Ukuran Perusahaan (*Size*), Profitabilitas, dan *Leverage*. Peneliti merasa tertarik untuk mengkaji ulang hitungan dari penelitian terdahulu mengenai aspek apa saja yang dapat memberi dampak dalam pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (CSR).

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) mengungkapkan bahwa CSR atau tanggungjawab sosial perusahaan adalah komitmen dalam dunia usaha untuk terus bertindak secara etis, beroperasi dengan legal dan berkontribusi untuk meningkatkan ekonomi, serta meningkatkan kualitas hidup bagi karyawan. Dalam penelitian ini pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada suatu perusahaan dapat diukur menggunakan *CSR Disclosure Index* (CSRI). Estimasi CSR menggunakan CSRI yang mengacu pada pengelompokan CSR ke dalam klasifikasi energi, lingkungan, produk, tenaga kerja, keterlibatan masyarakat dan umum.

Ukuran perusahaan adalah salah satu faktor dalam karakteristik perusahaan yang dihubungkan dengan struktur perusahaan yang dapat diukur dari total aset yang dimiliki perseroan. Total aset mengacu pada semua sumber daya yang diperoleh perusahaan dari transaksi masa lalu yang diharapkan membawa manfaat ekonomi bagi perusahaan di masa depan. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan dihitung dengan jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan yang diambil dari laporan keuangan perusahaan tahun 2016-2020. Logaritma digunakan sebagai ukuran kesetaraan perusahaan dengan variabel lain, dikarenakan jumlah total aktiva perusahaan relatif besar dibanding variabel lain dalam kajian ini, rumus ukuran perusahaan = $\log(\text{total aset})$. Dampak ukuran perusahaan atas pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan tercermin dalam teori keagenan. Teori keagenan menjelaskan bahwa semakin besar industri maka semakin besar biaya keagenan yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam mengungkapkan informasi dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil. Berdasarkan teori keagenan, manajemen perusahaan mempertimbangkan keinginan dan kemakmuran pemilik perusahaan dan pemangku kepentingan perusahaan sebelum memutuskan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial, sehingga perusahaan dapat dengan baik menerapkan pemerintahan yang baik tanpa masalah keagenan. Perusahaan yang besar cenderung mempunyai kapasitas perusahaan yang lebih bagus daripada perusahaan yang cenderung kecil, terlihat dari seberapa besar keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan dan kemampuannya dalam mengoptimalkan nilai ekonomisnya. Berdasarkan kemampuan keuangan ini, perusahaan mampu memenuhi sebagian besar kewajiban pengungkapan CSR mereka dibandingkan dengan perusahaan kecil. Ukuran perusahaan merupakan salah satu karakteristik keuangan yang mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Rasio profitabilitas digunakan untuk menghitung kemampuan suatu industri dalam memperoleh keuntungan melalui berbagai aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Menurut Harmono (2018), 6 metrik yang dapat digunakan untuk menghitung profitabilitas yaitu *net profit margin*; *gross profit margin*; ROA; ROE; EPS dan ROI. *Net profit margin* menghitung kapasitas perusahaan untuk menimbulkan laba bersih pada perdagangan perusahaan. Rasio ini menggambarkan kemampuan seluruh bagian produksi, personalia, penjualan dan keuangan Sudana (2015). *Gross profit margin* menghitung kapasitas perusahaan dalam memperoleh laba kotor dari penjualan perusahaan. Rasio tersebut menggambarkan efisiensi yang dicapai oleh sektor produksi Sudana (2015). *Return on assets* menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menggunakan semua asetnya guna memperoleh

keuntungan sebelum pajak. Rasio tersebut berarti bagi manajemen guna menilai efektivitas dan efisiensi manajemen dalam mengendalikan semua aset perusahaan. Semakin besar *return on assets* maka semakin efisien aset perusahaan tersebut digunakan, dengan sebutan lain jumlah yang sama bisa menghasilkan keuntungan yang lebih besar dan sebaliknya. *Return on Equity* (ROE) menggambarkan kapasitas perusahaan dalam memperoleh laba sehabis pajak menggunakan modal perusahaan itu sendiri. Rasio ini penting bagi pemegang saham karena menentukan efektivitas dan efisiensi pengelolaan modal oleh manajemen perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu keputusan yang harus disepakati bersama oleh pemangku kepentingan perusahaan dan manajer. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung mengungkapkan informasi CSR yang lebih tinggi. Tingkat profitabilitas yang tinggi membuat perusahaan rela mengeluarkan banyak uang untuk memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dengan persetujuan para pemangku kepentingan perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) bermanfaat bagi perusahaan yang ingin menjaga dan mempromosikan citra perusahaan yang baik sehingga perusahaan dapat memperoleh nilai tambah dari para pemangku kepentingan, calon investor, masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan dengan menerapkan Tanggung Jawab sosial yang dipenuhi oleh perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berdampak positif kepada pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (CSR). Variabel profitabilitas yang diwakili oleh ROA (*return on total assets*) diukur dengan membagi total laba bersih setelah pajak dengan total aset. Kemampuan perusahaan guna memperoleh laba dalam rangka menaikkan nilai pemegang saham perusahaan disebut profitabilitas. Menurut Kasmir (2012), manfaat menggunakan rasio profitabilitas adalah: (1) Mengetahui tingkat keuntungan perusahaan pada suatu periode; (2) Mengetahui laba perusahaan tahun sebelumnya melalui tahun berjalan; (3) Mengetahui laba perkembangan dari waktu ke waktu; (4) Mengetahui besarnya laba bersih setelah pajak dari modal milik sendiri; (5) Mengetahui kapasitas produksi seluruh dana perusahaan, baik menggunakan dana pinjaman maupun dana milik sendiri; (6) Manfaat lainnya.

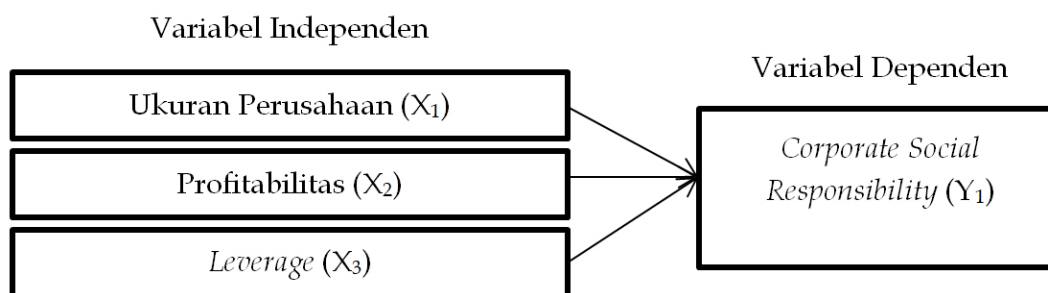
Leverage digunakan untuk menghitung seberapa aset perusahaan dibiayai oleh utang (Kasmir, 2010). Manfaat penggunaan leverage adalah: (1) kemampuan menganalisis posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lain, (2) kemampuan menganalisis kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban tetap (seperti cicilan pinjaman termasuk bunga); (3) Menganalisis keseimbangan nilai aset, terutama nilai aset tetap dan modal, (4) Menganalisis seberapa besar aset perusahaan dibiayai melalui utang, (5) Menganalisis tingkat pengaruh utang perusahaan terhadap manajemen aset; (6) Menganalisis atau Mengukur seberapa besar setiap modal sendiri yang digunakan untuk menjamin utang jangka panjang. (7) Menganalisis berapa banyak dana pinjaman yang akan dipulihkan dalam kondisi beberapa kali dana sendiri; (8) Manfaat lainnya. Hal ini sesuai dengan teori keagenan, bahwa semakin tinggi tingkat *leverage* maka akan tinggi pula pengungkapan informasi perusahaan, karena dipengaruhi oleh biaya keagenan untuk perusahaan dengan struktur modal yang lebih tinggi (Jensen dan Meckling, 1976). Semakin tinggi *leverage*, semakin besar kemungkinan pelanggaran perjanjian kredit dengan kreditur. Oleh karena itu, perusahaan

dengan *leverage* yang tinggi dapat menurunkan pengungkapan CSR supaya tidak menjadi fokus kreditor. Menurut Kasmir (2012), ada tujuh (7) rasio dalam rasio *leverage*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rasio utang terhadap aset (*debt to assets ratio*). Rasio utang adalah rasio yang digunakan untuk menghitung rasio total utang terhadap total aset. Dengan sebutan lain, seberapa besar aset perusahaan dibayari oleh utang, atau sebesar apa utang perusahaan memengaruhi manajemen aset. Leverage diukur dengan menggunakan rumus DAR (*Debt-to-Asset Ratio*), yaitu dengan membagi jumlah hutang dengan total aset perusahaan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif kausal. Menurut Chandrarin (2018), penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengungkap hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dan variabel terikat dalam kajian ini adalah pengungkapan CSR dengan menggunakan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI). Menurut Haniffa, dkk (2005), rumus CSRI adalah: $CSRI_i =$ dengan penjelasan yaitu jumlah skor yang diperoleh masing-masing perusahaan dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dibagi dengan jumlah item untuk perusahaan j. Sedangkan indeks CSR dihitung dengan menggunakan variabel *dummy*, perusahaan diberi skor 1 jika mengungkapkan item CSR, dan skor 0 jika item *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak diungkapkan.

Variabel independen ada 3 yaitu ukuran perusahaan yang diproksikan dengan Logaritma normal (Ln) dari total aset, profitabilitas yang dihitung dengan *Return On Asset* (ROA) dan *Leverage* yang diproksikan menggunakan *Debt to Assets Ratio* (DAR). Untuk lebih jelasnya, gambar kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis penelitian yaitu: H_1 = ukuran perusahaan berpengaruh positif pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, H_2 = profitabilitas berpengaruh positif pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, H_3 = leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Sampel dalam penelitian ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah cara mengidentifikasi sampel penelitian dengan evaluasi tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya lebih representatif (Sugiyono, 2017). Kriteria penentuan sampel adalah: (1) perusahaan yang terdaftar sebagai penerima penghargaan platinum 2021; (2) perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan secara lengkap tahun 2016-2020. (3) Perusahaan menyediakan informasi dan data pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang lengkap pada informasi yang dibutuhkan untuk penelitian.. Berikut ini daftar sampel perusahaan yang menerima penghargaan platinum tahun 2021:

Tabel 1. Obyek Penelitian

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1.	ANJT	PT Austindo Nusantara Jaya Tbk,
2.	BTPN	PT Bank BTPN Tbk,
3.	BJBR	PT BPD Jawa Barat & Banten Tbk (Bank BJB)
4.	BBRI	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero)
5.	-	PT Indonesia Power
6.	-	PT Pupuk Indonesia (Persero)
7.	-	PT Pupuk Kalimantan Timur

Sumber : Data diolah, 2022

Dari sumber pengumpulan data, di penelitian ini menggunakan data sekunder, termasuk laporan tahunan dan keberlanjutan perusahaan dari perusahaan yang disebutkan di atas, yang telah terdaftar di BEI selama 5 tahun dari tahun 2016 sampai 2020. Data tersebut diakses dan diambil melalui www.idx.co.id dan di website masing-masing perusahaan. Dokumen lain yang digunakan dalam penelitian ini adalah Standar Pelaporan Keberlanjutan GRI 2016 atau GRI *Standards* yang diterbitkan oleh GSSB (Global Sustainability Standards Board) No. 102, 103, 200, 300 dan 400 tahun 2016. Data yang dipakai dalam kajian ini tergolong data kuantitatif jika dilihat dari data pada sebuah tabel yaitu mengandung unsur numerik.

Teknik pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi, yaitu dengan cara melihat dan mencatat data yang relevan dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan metode analisis data kuantitatif. Kemudian menganalisis data yang sudah terkumpul: Pertama, menggunakan Uji Asumsi Klasik sebagai syarat model regresi, sehingga hasil regresi yang diperoleh merupakan perkiraan yang benar. Pengujian hipotesis klasik terdiri dari 4 pengujian, yaitu: (1) uji normalitas yang dirancang guna menguji variabel pengganggu

atau variabel residual dalam model regresi apakah berdistribusi normal, (2) uji multikolinearitas dirancang guna melihat hubungan yang kuat antar variabel independent (3) Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji varians dan residual suatu model regresi tidak sama antar pengamatan lainnya, dan (4) Uji autokorelasi guna menguji korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 pada model regresi linier (sebelum); Kedua, analisis regresi linier berganda. digunakan untuk menguji tingkat kekuatan hubungan antara variabel bebas yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage dengan CSR, ketiga melakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hipotesis ini diuji dengan menguji validitas model linier berganda menggunakan statistik uji-t dan uji-F. dan menarik kesimpulan tentang hasil analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang menerima penghargaan platinum tahun 2021 yang terdiri dari berbagai sektor dan terdaftar di BEL, perusahaan tersebut antara lain adalah PT Austindo Nusantara Jaya Tbk, PT Bank BTPN Tbk, PT BPD Jawa Barat & Banten Tbk (Bank BJB), PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), PT Indonesia Power, PT Pupuk Indonesia (Persero), dan PT Pupuk Kalimantan Timur. Untuk data penelitian diambil selama 5 tahun berturut-turut pada periode 2016 sampai 2020. Pengukuran ukuran perusahaan menggunakan Logaritma normal (Ln), sedangkan pengukuran profitabilitas menggunakan *Return On Asset* (ROA), untuk *leverage* menggunakan *Debt to Assets Ratio* (DAR), dan sedangkan untuk mengungkapkan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) menggunakan rumus *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI). Data hasil penelitian uji asumsi Klasik sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,07514473
	Absolute	,107
Most Extreme Differences	Positive	,074
	Negative	-,107
Test Statistic		,107
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	,130	,316		,410	,685		
1 SIZE	,026	,010	,415	2,568	,015	,818	1,222
ROA	-,055	,713	-,012	-,078	,939	,866	1,155
DAR	-,197	,054	-,625	-3,676	,001	,737	1,358

a. Dependent Variable: CSRI

Sumber : Data diolah, 2022

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,328	,177		1,850	,074
1 SIZE	-,008	,006	-,273	-1,509	,141
ROA	-,602	,400	-,265	-1,505	,142
DAR	,038	,030	,243	1,271	,213

Sumber : Data diolah, 2022

Tabel 5. Hasil Analisis Uji Autokorelasi

Model	Model Summary ^b				
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,483 ^a	,234	,157	,07153	1,723

a. Predictors: (Constant), Lag_Dar, Lag_Roa, Lag_Size

b. Dependent Variable: Lag_Csri

Sumber: Data diolah, 2022

Hasil pengujian normalitas tabel 2 memperlihatkan bahwa data terdistribusi normal. Hal tersebut dibuktikan dengan uji *Kolmogrov-Smirnov* yang mempunyai hasil tingkat signifikan sebesar 0,200 yang terdapat diatas 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis H_a diterima karena ada residual terdistribusi secara normal.

Hasil pengujian multikolinearitas pada tabel 3 memperlihatkan bahwa variabel bebas bernilai *Tolerance* berada di atas 0,10 dan nilai VIF jauh dibawah angka 10. Maka disimpulkan bahwa dalam model ini tidak ada masalah multikolinearitas atau tidak terdapat hubungan atau korelasi yang kuat antar variabel independennya.

Berdasarkan uji Heteroskedastisitas tabel 6 diperoleh hasil bahwa semua nilai signifikan variabel diatas 0,05 yang berarti bahwa tidak terdapat gangguan heteroskedastisitas pada setiap variabel independennya.

Berdasarkan uji autokorelasi tabel 7 di atas diperoleh angka *Durbin Watson* sebesar 1,723, pembanding menggunakan nilai signifikansi 5%, jumlah sampel 35 (n), dan jumlah variabel independen 3 (k=3), maka di tabel *Durbin Watson* akan didapat nilai du sebesar 1,6528 dan nilai dl sebesar 1,2833. Nilai *Durbin Watson* sebesar 1,723 berada di antara nilai batas atas (du) 1,6528 dan (4-du) 2,3472, maka didapatkan hasil pengujian untuk autokorelasi dinyatakan bahwa tidak terdapat autokorelasi pada data penelitian.

Untuk menguji tingkat kekuatan hubungan yang dimiliki antara variabel independen yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* dengan tanggung jawab sosial perusahaan menggunakan analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,130	,316		,410	,685
	SIZE	,026	,010	,415	2,568	,015
	ROA	-,055	,713	-,012	-,078	,939
	DAR	-,197	,054	-,625	-3,676	,001

a. Dependent Variable: CSRI

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel 6 diatas menunjukkan persamaan model regresi sebagai berikut : $Y = 0,130 + 0,026X_1 + (-0,055)X_2 + (-0,197)X_3 + e$.

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* pada pengungkapan tanggungjawabhipotesisb sosial. Hipotesis diuji dengan melakukan pengujian terhadap validitas model linier berganda dengan menggunakan statistik uji-t dan uji-f sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Parsial (Uji statistik t)

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,130	,316		,410	,685
	SIZE	,026	,010	,415	2,568	,015
	ROA	-,055	,713	-,012	-,078	,939
	DAR	-,197	,054	-,625	-3,676	,001

a. Dependent Variable: CSRI

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel 8. Hasil Analisis Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,099	3	,033	5,305	,005 ^b
	Residual	,192	31	,006		
	Total	,291	34			

a. Dependent Variable: CSRI

b. Predictors: (Constant), DAR, ROA, SIZE

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan uji parsial (statistik t) pada tabel 7 diatas dapat kita ketahui bahwa : (a) Ukuran Perusahaan (*Size*) memiliki nilai t hitung 2,568 dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,015. Signifikan t hitung menunjukkan hasil lebih kecil dari alpha (0,05), hipotesis di terima (koefisien regresi berpengaruh signifikan). Jadi secara parsial variabel ukuran perusahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel CSR. (b) Profitabilitas yang diproksikan dengan ROA memiliki nilai t hitung -0,078 dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,939. Signifikan t hitung menunjukkan hasil lebih besar dari alpha (0,05), hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak berpengaruh signifikan). Berarti secara parsial variabel profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel CSR. (c) *Leverage* yang diproksikan dengan DAR memiliki nilai t hitung -3,676 dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,001. Signifikan t hitung menunjukkan hasil lebih kecil dari alpha (0,05), maka hipotesis diterima (koefisien regresi berpengaruh signifikan). Jadi secara parsial variabel *leverage* berpengaruh signifikan terhadap variabel CSR.

Berdasarkan uji simultan (uji F) tabel 8 diatas, terlihat bahwa nilai signifikansi F hitung yaitu sebesar 5,305 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,005. Nilai signifikansi menunjukkan hasil lebih kecil dari 0,05, hal ini berarti bahwa model dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh Ukuran Perusahaan (*Size*), Profitabilitas dan *Leverage* terhadap variabel dependen *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) pada perusahaan penerima penghargaan platinum tahun 2021 di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2016-2020.

Sedangkan untuk mengukur kebaikan (*Goodness of Fit*) pada seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen dengan menggunakan uji koefisien determinasi dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,582 ^a	,339	,275	,07870

a. Predictors: (Constant), DAR, ROA, SIZE

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 9, diperoleh nilai *Adjusted R Square* adalah 0,275, hal ini berarti 27,5% variasi variabel dependen yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dijelaskan oleh tiga variasi variabel independen yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage*. Sedangkan sisanya (100% - 27,5% = 72,5%) dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

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

Hasil penelitian uji statistik, menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan (*Size*) berpengaruh secara signifikan pada *Corporate Social Responsibility* (CSR). Keadaan tersebut ditunjukkan dengan adanya nilai signifikan sebesar $0,015 < \text{nilai } \alpha (0,05)$. Nilai signifikan t hitung $< \text{dari } \alpha (0,05)$ menunjukkan bahwa secara parsial variabel ukuran perusahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan demikian hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, diterima. Adanya pengaruh yang signifikan mengindikasikan bahwa semakin tinggi atau rendahnya Ukuran Perusahaan (*Size*) dapat menjelaskan dan memprediksi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, dibandingkan dengan perusahaan kecil, perusahaan besar memiliki tuntutan keterbukaan informasi yang lebih tinggi. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengungkapkan lebih banyak informasi sebagai tanda bahwa perusahaan telah menetapkan prinsip-prinsip manajemennya dengan benar. Besar kecilnya suatu perusahaan juga

menentukan tingkat kepercayaan investor, dan semakin banyak yang tahu tentang perusahaan maka semakin mudah untuk mendapatkan informasi tentangnya. Semakin besar perusahaan maka semakin luas pengungkapan CSR perusahaan tersebut. Teori keagenan menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih tinggi daripada perusahaan kecil karena perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih tinggi. Dengan demikian hasil penelitian ini yaitu ukuran perusahaan mempunyai pengaruh terhadap CSR mendukung hasil penelitian dari Hardianti dan Anwar (2020).

Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Hasil penelitian uji statistik, menunjukkan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar 0,939 lebih besar dari nilai α (0,05). Nilai signifikan t hitung lebih besar dari α (0,05) menunjukkan bahwa secara parsial variabel Profitabilitas tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan demikian hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, ditolak.

Tidak ada pengaruh signifikan yang menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas tidak dapat menjelaskan dan memprediksi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), hal ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Hardianti dan Anwar (2020). Profitabilitas tidak mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dapat dijelaskan dengan mengadopsi asumsi teori *stakeholder* bahwa ketika mengambil keputusan, terutama keputusan pendanaan, manajemen perusahaan akan selalu mengutamakan kepentingan pemangku kepentingan perusahaan untuk menciptakan tata kelola perusahaan yang baik.

Tingkat profitabilitas perusahaan yang tinggi tidak menjamin pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), karena manajemen harus terlebih dahulu mempertimbangkan kepentingan pemangku kepentingan untuk membuat keputusan. Jika pemangku kepentingan menolak untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial maka tinggi atau rendahnya tingkat profitabilitas perusahaan, tidak akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan akan lebih mementingkan keputusan para pemangku kepentingan tersebut.

Pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap corporate social responsibility (CSR). Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari nilai α (0,05). Nilai signifikan t hitung lebih kecil dari α (0,05) menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Leverage* mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR). Oleh karena itu, hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, diterima. Adanya pengaruh yang signifikan

menunjukkan bahwa leverage yang tinggi atau rendah dapat menjelaskan dan memprediksi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

Hasil penelitian ini mendukung teori keagenan bahwa semakin tinggi tingkat leverage, semakin tinggi juga tingkat pengungkapan informasi perusahaan, karena dipengaruhi oleh biaya keagenan untuk perusahaan dengan struktur modal yang lebih tinggi (Jensen dan Meckling, 1976). Leverage mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dikarenakan manajer perusahaan akan lebih berhati-hati dalam mengungkapkan CSR agar perusahaan tidak menjadi fokus pihak ketiga dan menciptakan ketidakpercayaan kreditur ketika memberikan bantuan keuangan kepada perusahaan dalam bentuk hutang. Ketika tingkat leverage perusahaan rendah, perusahaan lebih fleksibel dalam mengungkapkan CSR, karena perusahaan dapat menunjukkan bahwa perusahaan memiliki sedikit kewajiban kepada kreditur, sehingga mengoptimalkan keuntungan yang diperoleh dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial.

Sebaliknya, jika perusahaan memiliki *leverage* yang tinggi, maka perusahaan akan kecil kemungkinannya untuk mengungkapkan CSR, sehingga perusahaan terus mendapatkan kepercayaan kreditur dalam mengelola keuangan perusahaan dengan menunjukkan kepada kreditur atau penyandang dana perusahaan bahwa dana digunakan secara tepat untuk melaksanakan. Kegiatan usaha, investasi dan optimalisasi kinerja perusahaan. Adapun variabel *leverage* mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR mendukung hasil penelitian Indriastuty dan Tasman (2019).

SIMPULAN DAN SARAN

Ukuran Perusahaan (*size*) yang diukur dengan total aset berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), artinya Ukuran Perusahaan (*size*) dilihat dari aset berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan yang menerima penghargaan platinum tahun 2021. Meskipun profitabilitas yang diukur dengan ROA tidak berdampak pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), hal ini dikarenakan ketika perusahaan memiliki tingkat keuntungan yang tinggi, perusahaan tidak diharuskan untuk melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi laporan keuangan perusahaan. Demikian pula investor percaya bahwa semua perusahaan yang berhubungan langsung dengan lingkungan harus mengungkapkan tanggung jawab sosialnya, sehingga investor tidak perlu memperhatikan pengungkapan tanggung jawab sosial saat melakukan investasi, hal ini yang membuat investor mengabaikan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan *leverage* yang diprosikan menggunakan DAR (Debt to Asset Ratio) berpengaruh pada pengungkapan CSR. Tingkat *leverage* yang dimiliki perusahaan akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial, dimana manajemen perusahaan akan berusaha untuk menghindari perusahaan menjadi fokus investor, calon investor dan kreditur karena tingkat leverage yang tinggi. Semakin tinggi tingkat leverage, semakin tinggi pula kewajiban yang ditanggung oleh perusahaan tersebut.

Adapun saran bagi peneliti selanjutnya adalah menambah sampel penelitian lebih luas. Perusahaan sebaiknya melaporkan pengungkapan CSR yang lebih lengkap, jelas dan transparan. Investor dan calon investor harus lebih memperhatikan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan saat melakukan investasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam. (2012). ISO 26000 Sebagai Pedoman Baru Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR). <http://entergizer.wordpress.com/2012/10/09/iso-26000-sebagai-pedoman-baru-tanggung-jawab-sosial-perusahaan-csr/>. Diakses pada tanggal 04 Mei 2022.
- Astuti, Rachmawati N. P. (2015). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Manufaktur terhadap Pengungkapan *Cosporate Social Responsibility* (CSR) Serta Dampak terhadap Reaksi Investor. *E-Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Brigham, Eugene F. dan Houston, Joel F. (2001). *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Erlangga.
- Chandrarin, Grahita. (2018). *Akuntansi Metode Penelitian*. Jakarta : Salemba Empat
- Cooke, T. E. (1989). Voluntary disclosure by Swedish companies. *Journal of International Financial Management and Accounting*.
- Darwin, Ali. (2004). Penerapan Sustainability Reporting di Indonesia. *Konvensi Nasional Akuntansi V, Program Profesi Lanjutan*. Yogyakarta.
- Haniffa, R.M. dan T.E. Cooke. (2005). *The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting*. *Journal of Accounting and Public Policy* 24.
- Haryoko, Supto. (1999). Efektivitas Pemanfaatan Media, Teknologi Informasi sebagai Optimalisasi Model Pembelajaran.
- Hidayati, Nurul. (2014). *Analisis Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas Perusahaan: Studi Empiris pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. *E-Skripsi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*.
- Jensen, Michael C. dan William H. Meckling. (1976). "Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure". *Journal of Financial Economics*. Vol. 3 No. 4. Pp. 305-360.
- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ningsih, Elsa Marya. (2018). Riset-Riset *Cosporate Social Responsibility* di Indonesia: Sebuah Peta. *E-Skripsi. Universitas Andalas Padang*.
- Prasetyorini, Ratih. (2018). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Profitabilitas pada Sektor Property yang Terdaftar di BEI. *E-Skripsi Stiesia Surabaya*.
- Purnama, S. dan Mayliza, R. (2019). Nilai Perusahaan di Lihat dari Aspek Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dengan struktur modal sebagai Variabel Intervening.
- Putri, Rindu Kurnia. (2017). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, dan Basis Kepemilikan terhadap Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar*

di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2012-2014. *E-Jurnal Universitas Riau* Vol. 4 No. 1. 2017.

Rusmana, Agus et al. (2019). *The Future of Organizational Communication In The Industrial Era 4.0: Book Chapter Komunikasi Organisasi*. Bandung: Media Akselerasi.

Sembiring, Edy Rismanda. (2005). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di BEI. *Simposium Nasional Akuntansi VIII*.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian dan Pengembangan Research and Development*. Bandung: Alfabeta.

Sura, S., Parawiyati, Harmono. (2022). *Implementasi Good Governance terhadap Nilai Perusahaan Melalui Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. *E-Jurnal Riset Akuntansi dan Komputerisasi Akuntansi* 2581-2343.

Undang-Undang Republik Indonesia Pasal 1 Butir 3 No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas