

## PENGARUH *GROWTH FIRM*, PROFITABILITAS, DAN LIKUIDITAS TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Serly Bella Andara  
Sherly.beella99@gmail.com  
Kurnia

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

### ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of growth firm, profitability, and liquidity on Corporate Social Responsibility (CSR). Corporate social responsibility was in the form of social responsibility to the society and environment. Meanwhile, the population of this research was Food and Beverages sub-sector which were listed on Indonesia Stock Exchange (IDX) during 4 years (2017-2020). Moreover, this research used the quantitative method. Furthermore, the data collection technique used purposive sampling technique to provide a sample based on determined criteria. In line with that, there were 11 companies as research sample from 44 observations. Additionally, the research data analysis technique used multiple linear regressions analysis conducted by SPSS program 26 version. In addition, the research result showed that growth firms had a positive effect on corporate social responsibility. On the other hand, profitability did not affect corporate social responsibility. In contrast, liquidity has a negative effect on corporate social responsibility.

*Keywords: growth firm, liquidity, corporate social responsibility*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *growth firm*, profitabilitas, dan likuiditas terhadap Corporate Social Responsibility (CSR). Corporate social responsibility adalah bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) selama 4 tahun pada periode 2017-2020. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pada penelitian ini teknik yang digunakan untuk memperoleh sampel adalah metode *purposive sampling* berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan. Sampel yang diperoleh sebanyak 11 sampel perusahaan dengan 44 pengamatan. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda yang dilakukan dengan program SPSS versi 26. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *growth firm* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*, profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*, dan likuiditas berpengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility*.

*Kata Kunci: growth firm, likuiditas, corporate social responsibility*

### PENDAHULUAN

Sebuah tanggung jawab sosial yang sudah menjadi kewajiban untuk dijalankan oleh suatu perusahaan kepada semua pemangku kepentingan, seperti karyawan, pemegang saham, organisasi masyarakat, dan kepentingan pemangku lainnya yang memiliki hubungan dengan perusahaan. Dalam hal ini dukungan dari masyarakat merupakan hal yang terpenting agar perusahaan tidak mengalami kendala dalam menjalankan aktivitas perusahaan dan untuk mencapai keuntungan. perusahaan yang berada dalam suatu lingkup masyarakat dapat memberikan dua dampak yaitu (*positive externalities*) seperti memberikan keuntungan dalam meningkatkan ekonomi, sosial, lingkungan, ilmu pengetahuan, dan juga kesejahteraan. Dan (*negative externalities*) seperti pencemaran, polusi, kerusakan sumber daya alam, dan juga ketimpangan sosial, yang bilamana jika perusahaan tidak mengelola dengan baik akan memberikan dampak yang cukup buruk kepada masyarakat. Maka dari itu untuk kelancaran

bisnis perusahaan, pentingnya dalam memperhatikan keadaan sosial sekitar serta kesejahteraan masyarakat yang berada di sekitar perusahaan, untuk itu diharapkan perusahaan mampu mengendalikan dampak negatif terhadap lingkungan masyarakat sekitar.

Di Indonesia regulasi tentang pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* telah ditetapkan dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74, yang menyebutkan bahwa: "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang atau yang memiliki keterkaitan dengan sumber daya alam diwajibkan melaksanakan tanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan", dengan tujuan tidak ada lagi penyebutan secara luas dengan ungkapan bahwa CSR merupakan suatu hal yang bersifat sukarela (*voluntary*), namun secara sah hukum yang ada di Indonesia CSR bersifat wajib bagi setiap perusahaan Perseroan. Pengungkapan CSR merupakan uraian informasi terkait penyajian suatu laporan yang berisi tentang informasi tanggung jawab sosial dan menyertakan laporan tanggung jawab sosial di dalam laporan tahunan.

Tujuan pelaporan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan yang dimiliki perusahaan merupakan salah satu bentuk rasa tanggung jawab dari perusahaan pada investor maupun *stakeholder*. Dalam pengungkapan CSR dapat membuat investor tertarik dan mempererat hubungan pada *stakeholders* serta mendapatkan *support* atau dukungan dari lingkup masyarakat, sehingga bilamana banyak investor yang memiliki ketertarikan untuk berinvestasi pada perusahaan, maka akan memberikan dampak yang positif pada bertambahnya jumlah modal, dan kebutuhan perusahaan pun dapat terpenuhi, maka peluang pendapatan laba tinggi yang didapatkan oleh perusahaan dapat dicapai (Indraswari dan Astika, 2014).

Tetapi pada faktanya, tidak bisa dipungkiri bahwa sampai saat ini didapati banyak dari perusahaan yang masih belum menjalankan tanggung jawab sosial atau CSR, karena mereka beranggapan bahwa program CSR dianggap perusahaan memberatkan biaya serta membuat pendapatan atau laba semakin berkurang. Karena pada dasarnya untuk mengeluarkan biaya pembangunan perusahaan masih dirasa kurang, sehingga akan membuat perusahaan berfikir ulang untuk mengeluarkan biaya tanggung jawab sosial CSR. Bersama dengan adanya banyak faktor yang masih menjadi pertimbangan perusahaan dalam menjalankan program CSR (*Corporate Social Responsibility*), yaitu salah satunya dampak menjalankan program CSR tidak bisa dirasakan perusahaan secara langsung (Andreas *et al.*, 2015).

Sedangkan CSR merupakan salah satu bentuk perhatian dari perusahaan untuk memberikan peningkatan kualitas pada kesejahteraan kalangan masyarakat, lingkungan, dan juga bagian dari cara investor dalam berinvestasi yang mendukung kelangsungan perusahaan kedepannya dan salah satu dari bentuk strategi jangka panjang. Selain itu biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk program CSR menjauhkan perusahaan dari stigma buruk karena perusahaan terus menampilkan hasil kinerja yang baik (Sekarwigati dan Efendi, 2019).

*Growth Firm* atau Pertumbuhan perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam menunjukkan perkembangan perusahaan dari masa ke masa. Dikatakan bila tingginya tingkat kemampuan perusahaan dalam penjualan dari tahun ke tahun, hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil mencapai tujuan perusahaan, yang bilamana penjualan perusahaan mengalami peningkatan, maka laba yang dihasilkan pula akan bertambah sehingga tanggung jawab sosial perusahaan akan diungkapkan (Suartini dan Sulisty, 2017). pertumbuhan perusahaan dapat dilihat pada aset, penjualan dan laba bersih perusahaan yang pada dasarnya ketiganya memiliki prinsip yang sama yaitu pertumbuhan perusahaan dapat dimaknai sebagai suatu nilai pada periode relatif terhadap periode sebelumnya (Aprilia *et al.*, 2021).

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mengukur seberapa tinggi hasil laba yang bisa didapatkan oleh perusahaan. Kesuksesan perusahaan dalam pengelolaan aktivitya dan menjadikan sebagai laba perusahaan adalah sebuah tolak ukur profitabilitas

perusahaan. Dengan tingginya tingkat profitabilitas yang telah dimiliki oleh suatu perusahaan, semakin besar pula pengungkapan pada kegiatan tanggung jawab sosial (CSR) oleh perusahaan karena akan banyak investor yang tertarik. tingginya laba yang dihasilkan perusahaan tidak selalu menjadi tolak ukur kesuksesan perusahaan, yang pada umumnya stakeholder memiliki ketertarikan pada kemampuan perusahaan tersebut dalam menghasilkan laba atau profit. Profitabilitas dapat mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang, karena profitabilitas menjelaskan apakah bisnis yang dijalankan oleh perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik dimasa depan (Andreas *et al.*, 2015).

Likuiditas (*Liquidity Ratio*) adalah kesanggupan perusahaan dalam memenuhi jangka pendeknya. Dalam memperkirakan sebesar apa tingkatan perusahaan bisa mengembalikan pinjaman (*short terms*), perusahaan menggunakan rasio likuiditas untuk pengukurannya (Kasmir, 2016). Terdapat dua rasio likuiditas yaitu *Current Ratio* dan *Quick Ratio*. *Current Ratio* menggunakan total aktiva lancar dan kewajiban lancar sebagai perbandingan (*current assets/current liabilities*). Sedangkan *Quick Ratio* menggunakan aktiva lancar dikurangi persediaan dengan kewajiban lancar sebagai perbandingan. Dalam penelitian ini untuk mengukur likuiditas menggunakan *Current Ratio*. Kewajiban jangka pendek perusahaan merupakan kapasitas perusahaan yang harus dipenuhi, dengan tingginya tingkat likuiditas pada perusahaan, oleh sebab itu perusahaan akan mengeluarkan biaya CSR yang cukup besar sehingga program CSR yang dilakukan juga semakin tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya tingkat likuiditas berarti perusahaan memiliki kemampuan dalam mengelola keuangannya sehingga membuat investor tertarik untuk berinvestasi (Sekarwigati dan Effendi, 2019).

Penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali faktor-faktor dalam penelitian terdahulu tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Karena dalam penelitian terdahulu terdapat perbedaan dari hasil penelitiannya seperti dalam penelitian Sekarwigati dan Effendi (2019) yang meneliti tentang Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Hasil penelitiannya diketahui bahwa informasi nilai ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR. Nilai profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR. Dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap CSR. Berbeda dengan hasil penelitian Hasnia dan Rofingatum (2017) yang meneliti tentang Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Growth*, Dan *Media Exposure* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (studi empiris pada perusahaan manufaktur dan perusahaan jasa yang terdaftar di BEI tahun 2013 - 2015). Hasil penelitiannya diketahui bahwa informasi nilai profitabilitas, likuiditas, dan *growth* tidak berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan sedangkan *media exposure* berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian tentang *corporate social responsibility* sudah banyak dilakukan, namun penelitian yang menggunakan variabel analisis *growth firm* (pertumbuhan perusahaan), profitabilitas dan likuiditas pada sektor makanan dan minuman (*food and beverage*) pada periode terbaru masih belum banyak dilakukan. Atas dasar ini peneliti ingin memberikan bukti secara empiris mengenai sejauh mana pengaruh *growth firm*, profitabilitas, dan likuiditas terhadap *corporate social responsibility*. Pemilihan sampel pada penelitian ini dilakukan pada Perusahaan sektor makanan dan minuman (*food and beverage*) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 - 2020. Peneliti memilih sampel pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI karena masih perusahaan tersebut masih terbilang produktif menjalankan bisnis perusahaan. Selain itu produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut merupakan salah satu bahan konsumtif yang sebagian besar masyarakat butuhkan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *growth firm*, profitabilitas dan likuiditas terhadap *corporate social responsibility*.

## TINJAUAN TEORITIS

### *Stakeholder Theory*

*Theory stakeholder* adalah badan entitas atau pihak-pihak yang memiliki kepentingan dalam perusahaan yang meliputi karyawan, kalangan masyarakat, pemegang saham, pesaing dari perusahaan luar, dan sebagainya. Teori ini menjelaskan bahwa perusahaan bukan hanya sebagai entitas yang hanya melakukan kegiatan operasional untuk kepentingannya sendiri tetapi juga harus memberikan manfaat atau kontribusi bagi *stakeholder*, terdapat fokus utama dari perusahaan adalah meminimalisir perbedaan pendapat yang akan menimbulkan konflik dengan *stakeholder* (Wigrhayani dan Sapari, 2019). *Stakeholder* menyadari bahwa dengan berkembangnya perusahaan terdapat penambah nilai perusahaan, yaitu dengan melakukan kegiatan sosial seperti *corporate social responsibility*.

Teori pemangku kepentingan ini menjelaskan bahwa CSR merupakan kegiatan yang penting bagi perusahaan, hal tersebut disebabkan para *stakeholder* perlu mengevaluasi serta memperbaiki sejauh mana perusahaan menjalankan peran sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh *stakeholder*. Bukan hanya bertanggung jawab kepada pemilik usaha atau pemegang saham (*stakeholder*), perusahaan juga kini memiliki tanggung jawab terhadap segala aspek terutama aspek sosial dan kesejahteraan masyarakat (*stakeholder*), maka disebut dengan tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (Yurika dan Viriany, 2019).

### *Legitimacy Theory*

Teori legitimasi (*legitimacy theory*) merupakan teori yang menjelaskan bahwa unit usaha atau bisnis yang berkelanjutan berusaha untuk meyakinkan bahwa setiap kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan sudah sesuai dengan norma dan aturan yang berlaku di tempat dimana perusahaan tersebut berdiri atau beroperasi (Yovana dan Kadir, 2020). Menurut Yurika dan Viriany (2019) teori legitimasi merupakan teori yang tidak dapat dipisahkan antara perusahaan dan masyarakat. Teori ini bisa dianggap sebagai sesuatu yang perusahaan cari atau butuhkan dari masyarakat dan pemberian sesuatu dari masyarakat untuk perusahaan.

Maka legitimasi adalah salah satu manfaat bagi perusahaan dalam mempertahankan unit usaha. Kegiatan dari tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tujuan bahwa apa yang dilakukan oleh perusahaan atas kegiatan yang dilakukannya sudah selaras dengan sistem sosial dimana perusahaan tersebut melakukan operasi bisnis. Teori ini memiliki argumen bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial atau CSR dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari kalangan masyarakat. Dengan adanya legitimasi tersebut perusahaan dapat terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan dan legitimasi ini dapat meningkatkan nilai perusahaan. Legitimasi tidak hanya berfokus pada hak investor namun juga berfokus pada hak-hak publik (Ratmono dan Sagala, 2015).

### *Triple Bottom Line Concepts*

Konsep *Triple, Bottom, Line* (3P: *People, Planet, Profit*) merupakan suatu konsep yang dikenal sebagai konsep tanggung jawab pada keuangan sosial dan juga lingkungan. Konsep *Triple Bottom Line* diperkenalkan oleh Elkington pada tahun 1997 melalui bukunya yang berjudul *Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*. Konsep yang dikembangkan oleh Elkington memiliki istilah *economic prosperity, environmental, quality and social justice*. Elkington melalui bukunya menjelaskan bahwa perusahaan yang menginginkan keberlanjutan harus memperhatikan 3P, yaitu (1) *Profit* (Keuntungan) salah satu tujuan utama yang dimiliki perusahaan pada setiap aktivitasnya. (2) *People* (Masyarakat sebagai Pemangku Kepentingan) merupakan *stakeholder* yang terpenting bagi perusahaan, karena sebagai bagian yang tak terpisahkan peran masyarakat dalam mendukung perusahaan sangat berpengaruh bagi keberlangsungan perusahaan, maka diperlukan komitmen antar keduanya untuk mendapatkan keuntungan atau kesejahteraan bersama-sama. (3) *Planet* (Lingkungan) dengan maksud perusahaan harus memperhatikan lingkungannya. Dalam aktivitas operasional

perusahaan, lingkungan secara tidak langsung terdampak dampak akan hal itu, maka tanggung jawab dalam memperhatikan lingkungan harus dijalankan oleh perusahaan demi keberlanjutan perusahaan (Wigrhayani dan Sapari, 2019).

### **Corporate Social Responsibility**

CSR merupakan sebuah bentuk tanggung jawab yang dilakukan oleh perusahaan secara sukarela terhadap masyarakat dan lingkungan serta pemerintah, dengan maksud tujuan untuk meminimalkan dampak negatif yang disebabkan dari aktivitas perusahaan dan tentunya memberi kontribusi bagi kemajuan ekonomi sekitar yang berkelanjutan (Liu *et al.*, 2016). Selain itu CSR juga berpengaruh jangka panjang dalam menjalankan strategi bisnis perusahaan, maka keterikatan perusahaan tidak hanya diterapkan kepada entitas pemegang saham atau *stakeholder* dalam memberikan komitmen finansial, tetapi juga kepada entitas lain yang berkepentingan terhadap perusahaan.

Pada dasarnya nilai acuan tanggung jawab sosial atau CSR merupakan aktivitas atas suatu kegiatan yang diperuntukan pada komunitas masyarakat yang tergambar dari bagaimana perusahaan memberikan keperluan masyarakat yang ada disekitar perusahaan. Mewujudkan suatu tindakan untuk komunitas yang sesuai dengan keperluan dan keadaan sosial pada komunitas masyarakat sekitar merupakan fokus dari nilai CSR sendiri. Perusahaan memiliki tanggung jawab sosial dari tanggung jawab ekonomi atas investasi dana yang dikelola perusahaan dan pelaksanaannya akan disampaikan nanti melalui pertanggungjawaban pada laporan keuangan, membuat pelaksanaan yang akan disampaikan melalui laporan keuangan menjadi keharusan perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

### **Growth Firm**

Indraswari dan Mimba (2017) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan merupakan indikator yang dapat menunjukkan kinerja perusahaan, baik tidaknya kinerja perusahaan akan terlihat pada rasio ini. Aktivitas ekonomi yang lancar merupakan harapan para pemangku kepentingannya, perusahaan pastinya akan meningkatkan aktivitas sosialnya dengan melaksanakan program tanggung jawab sosial untuk menarik *stakeholder*. Dikatakan perusahaan memiliki suatu perkembangan yaitu apabila perusahaan memiliki kondisi yang lebih baik dari masa ke masa.

Dengan adanya kenaikan gaji, bonus, kenaikan jabatan, dan lain sebagainya merupakan indikator bahwa perusahaan mengalami pertumbuhan dan secara tidak langsung pihak internal perusahaan memperoleh kesejahteraan tersebut, sementara untuk pihak luar (*external*) bisa mendapatkan keuntungan (*dividen*) lebih pada saat berinvestasi. Penilaian dari *growth firm* bisa didapatkan dari meningkatnya pendapatan maupun meningkatnya penjualan pada suatu perusahaan dan juga meningkatnya aset yang perusahaan miliki. Penjualan tahun berjalan yang dikurangi penjualan sebelumnya merupakan perbandingan dalam menghitung *growth firm*. Atau pendapatan pada tahun berjalan dikurangi dengan pendapatan tahun sebelumnya. Untuk memastikan perusahaan mengalami pertumbuhan atau tidaknya bisa dilihat dari laporan keuangan perusahaan yang meliputi *asset growth ratio* atau bisa juga pada *sales growth ratio*.

### **Profitabilitas**

Profitabilitas perusahaan merupakan suatu bentuk kemampuan perusahaan dalam mendapatkan sebuah keuntungan untuk menjamin keberlanjutan unit bisnis perusahaan atau rasio profitabilitas adalah suatu rasio yang menyatakan tingkat kemampuan suatu perusahaan dalam mengelola aktiva untuk menjadi sebuah keuntungan atau laba yang berdampak terhadap penjualan dan *return* investasi yang cepat (Indraswari dan Mimba, 2017). Fahmi (2016) menyatakan bahwa arti dari rasio profitabilitas ialah besar kecilnya tingkat suatu

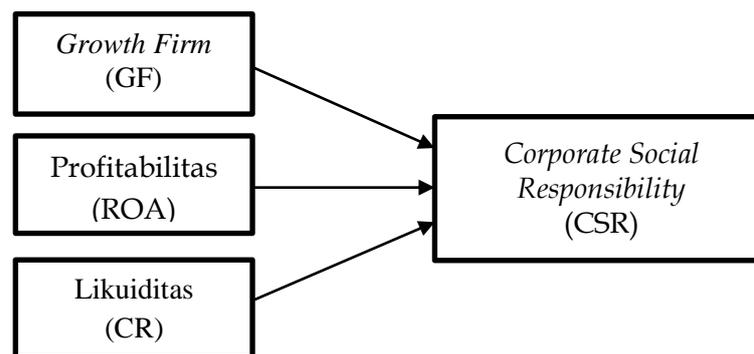
keuntungan yang didapatkan perusahaan dari hubungan antara penjualan dan investasi yang dapat mengukur secara keseluruhan efektivitas manajemen dengan menggunakan rasio ini.

### Likuiditas

Harjito dan Martonono (2014) menyatakan bahwa likuiditas merupakan indikator perusahaan dalam mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab terhadap kewajiban keuangan saat terjadi jatuh tempo dengan menggunakan aktiva lancarnya. Rasio likuiditas (*ratio liquidity*) merupakan rasio yang dapat mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban perusahaan (*short term liabilities*) (Kasmir, 2014). Pengukuran dapat dilaksanakan untuk beberapa periode sehingga akan terlihat bagaimana perkembangan likuiditas pada perusahaan dari tahun ke tahun.

### Rerangka Konseptual

Berdasarkan uraian dari beberapa teori dan penelitian terdahulu yang sudah diuraikan sebelumnya, maka rerangka pemikiran yang digambarkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1  
Rerangka Konseptual

### Pengembangan Hipotesis

#### Pengaruh *Growth Firm* Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Pertumbuhan yang tinggi merupakan kesempatan bagi investor untuk berinvestasi karena kinerja yang dihasilkan dari tahun ke tahun menunjukkan hasil yang baik. Dikatakan perusahaan mengalami pertumbuhan, apabila memiliki kinerja yang lebih baik dari tahun sebelumnya yang dapat dilihat dari aset yang dimiliki, penjualan maupun laba, sehingga banyak investor yang tertarik karena pertumbuhan perusahaan yang tinggi, dan pengungkapan CSR dapat menaikkan citra perusahaan serta bukti bahwa kinerja perusahaan semakin baik (Yovana dan Kadir, 2020). Dari penelitian tersebut dapat dibentuk hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : *Growth firm* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*

#### Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2018) menyatakan terjadinya pengungkapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan adalah salah satu faktor dari tingginya keuntungan yang didapat. Semakin tinggi keuntungan yang didapat maka semakin tinggi *stakeholder* mendapatkan *return*. Sehingga profitabilitas menjadi salah satu faktor dalam mengungkapkan CSR. Semakin tinggi keuntungan yang dihasilkan maka semakin tinggi pula dividen yang diterima *stakeholder*. Maka bisa dikatakan tinggi rendahnya tingkat profitabilitas perusahaan dapat berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Dari penelitian tersebut dapat dibentuk hipotesis sebagai berikut:

H<sub>2</sub> : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*

### **Pengaruh Likuiditas Terhadap Corporate Social Responsibility**

Rasio likuiditas dapat merefleksikan seberapa *likuid* perusahaan dan bagaimana kemampuan perusahaan dalam mengembalikan hutang jangka pendeknya. Jika tinggi maka perusahaan dapat membuktikan kepada entitas bahwa perusahaan mampu memenuhi biaya untuk kegiatan unit bisnisnya dan kegiatan sosial perusahaan. Perusahaan dengan likuiditas tinggi dapat memberikan sinyal kepada perusahaan lain bahwa mereka mendapati kinerja yang lebih baik dengan cara melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Kasmir, 2016). Penelitian yang sudah dilakukan oleh Ikhsan, 2014 (dalam Sekarwigati dan Effendi, 2019) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Dari penelitian tersebut dapat dibentuk hipotesis sebagai berikut:

H<sub>3</sub> : Likuiditas berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis, Populasi dan Sampel Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, yaitu pada jenis penelitian ini memiliki keterikatan karakteristik masalah berupa hubungan sebab – akibat antara dua variabel atau lebih. Penelitian kausal komparatif merupakan jenis penelitian *ex post facto* yang merupakan jenis penelitian terhadap sampel atau data yang dikumpulkan setelah adanya peristiwa (Sugiyono, 2013). Maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan sebab – akibat antara variabel bebas terhadap variabel terkait. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini merupakan *growth firm*, profitabilitas, dan likuiditas. Sedangkan variabel terkaitnya adalah *corporate social responsibility*.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif sehingga jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif berupa data dokumenter yang dikumpulkan dengan mempelajari dokumen dan laporan keuangan tahunan yang telah ada. Data dokumenter dalam penelitian dapat digunakan sebagai dasar untuk menganalisis data yang kompleks yang dikumpulkan melalui metode observasi dan analisis dokumen. Dalam penelitian ini menggunakan laporan tahunan periode 2017-2020.

Data yang digunakan merupakan data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung melalui perantara. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan yakni laporan tahunan perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama tahun 2017-2020 secara berturut turut. Data diperoleh dari sumber Galeri Bursa Efek Indonesia STIESIA. Metode pengumpulan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling* yang merupakan salah satu teknik pengambilan sampelnya sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti.

### **Variabel dan Definisi Operasional Variabel**

#### **Variabel Penelitian**

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility*. Sedangkan variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *growth firm*, profitabilitas, dan likuiditas.

#### **Definisi Operasional Variabel**

Definisi Operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **Growth Firm**

Menurut Aprilia *et al.*, (2021) untuk menghitung *growth firm* dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$Growth = \frac{Penjualan\ t - Penjualan\ t - 1}{Penjualan\ t - 1}$$

Keterangan :

Total Penjualan t : Penjualan pada periode tahun berjalan.

Total Penjualan t-1 : Penjualan pada periode tahun sebelumnya.

### **Profitabilitas**

Menurut Kasmir (2016) rumus perhitungan profitabilitas dengan menggunakan *Return On Assets* adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{Laba\ Bersih}{Total\ Asset}$$

### **Likuiditas**

Menurut Aprilia *et al.* (2021), rumus perhitungan likuiditas dengan menggunakan *Current Ratio* adalah sebagai berikut:

$$CR = \frac{Aktiva\ lancar}{Hutang\ lancar} \times 100\%$$

### **Corporate Social Responsibility**

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* yang dapat diukur dengan *corporate social responsibility* indeks GRI G4 yaitu 78 item. Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut:

$$CSRI_i = \frac{\sum XY_i}{ni}$$

Keterangan:

CSRI<sub>i</sub> : *Corporate Social Responsibility* indeks perusahaan i.

$\sum XY_i$  : nilai 1 jika item y diungkapkan; 0 jika item tidak diungkapkan.

Ni : Jumlah item untuk perusahaan i, 78 item pengungkapan.

### **Teknik Analisis Data**

#### **Statistik Deskriptif**

Analisis statistik deskriptif disajikan menggunakan tabel statistik deskriptif dengan memaparkan nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata - rata (*mean*), dan standar deviasi (*standard deviation*) serta mendeskripsikan data-data dari semua variabel yang akan digunakan pada model penelitian (Yovana dan Kadir, 2020).

#### **Analisis Regresi Linear Berganda**

Dalam penelitian ini analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel pada penelitian ini ada *growth firm*, profitabilitas, dan likuiditas sebagai variabel independen, serta *corporate social responsibility* sebagai variabel dependen. Persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini meliputi:

$$CSRI_i = \alpha + \beta_1 GF_1 + \beta_2 ROA_2 + \beta_3 CR_3 + e$$

Keterangan :

CSRI : *Corporate Social Responsibility*

$\alpha$  : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  : Koefisien regresi

GF : *Growth Firm*

ROA : *Return On Assets*

CR : *Current Assets*

e : *standard of error*

### **Pengujian Asumsi Klasik**

Normalitas data pada prinsipnya dapat dideteksi dari penyebaran titik (data) pada sumbu diagonal grafik atau dilihat dari histogram dan residualnya (Ghozali, 2018). Sedangkan uji statistik dalam penelitian ini menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 maka data tersebut berdistribusi normal, namun sebaliknya jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

Uji multikolinieritas merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pada variabel independen yang memiliki kesamaan antar variabel independen dalam satu model pada penelitian. cara untuk melihat ada atau tidaknya multikolinieritas adalah dengan melihat hasil pada uji dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor*. Ketentuan dalam menggunakan pengujian ini adalah jika pada  $VIF < 10$  dan nilai *Tolerance*  $> 0,10$  maka tidak terjadi gejala multikolinearitas. Sedangkan jika pada  $VIF > 10$  dan nilai *Tolerance*  $< 0,10$  maka terjadi gejala multikolinearitas.

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yang bisa terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan yang lain pada model regresi. Apabila nilai D-W menunjukkan tingkat kepercayaan terletak antara -2 sampai +2 maka tidak ada masalah autokorelasi. Dan apabila nilai D-W menunjukkan tingkat kepercayaan terletak tidak diantara -2 sampai +2 maka terjadi autokorelasi.

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji model regresi apakah terjadi suatu perbedaan varian dari nilai residual satu observasi ke observasi lainnya. Dikatakan terjadi heteroskedastisitas, jika tebaran pada titik-titik berada di atas dan di bawah nilai 0 pada sumbu Y dan memiliki bentuk pola yang jelas. Sebaliknya, jika pada tebaran titik-titik memiliki bentuk pola yang tidak jelas maka terjadi homoskedastisitas (Ghozali, 2018).

### **Pengujian Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi atau  $R^2$  salah satu alat tolak ukur seberapa tinggi potensi yang diberikan untuk menguji kemampuan sebuah model yang dapat menjelaskan variasi pada variabel independen. Nilai dari koefisien determinasi yaitu berada antara 0 dan 1. Nilai yang mendekati 1 maka berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel independen (Ghozali, 2018).

### **Menilai Kelayakan Model Regresi (*Goodness of Fit Test*)**

Penggunaan uji F ini dimaksudkan untuk menguji kelayakan model. Terdapat beberapa kriteria pengujian uji F pada suatu penelitian yaitu  $\alpha$  sama dengan 0,05. Beberapa kriteria dalam pengujian ini pada suatu penelitian adalah apabila pada nilai signifikan memperlihatkan bahwa  $\alpha > 0,05$ , maka variabel independen tidak memiliki indikasi pengaruh terhadap variabel terkait atau dependen. Sebaliknya, apabila pada nilai signifikan memperlihatkan bahwa  $\alpha < 0,05$  maka variabel bebas atau independen memiliki indikasi pengaruh terhadap variabel terkait atau variabel dependen (Ghozali, 2018).

## Pengujian Hipotesis

### Uji t

Uji t dilakukan untuk menentukan sejauh mana pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t digunakan pada penelitian ini untuk menguji sejauh mana pengaruh *growth firm*, profitabilitas, dan likuiditas yang merupakan variabel independen terhadap *corporate social responsibility* sebagai variabel dependen (Ghozali, 2018). Kriteria yang digunakan dalam pengujian secara parsial yaitu dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$  atau 5%: (1) Apabila nilai signifikansi uji t  $> 0,05$ , maka diterima dan ditolak. Artinya *growth firm*, profitabilitas, dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*; (2) Apabila nilai signifikansi uji t  $< 0,05$ , maka ditolak dan diterima. Artinya *growth firm*, profitabilitas, dan likuiditas berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Statistik Deskriptif

Hasil analisis statistik deskriptif variabel-variabel dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GF	44	-,937	,803	,139	,286
ROA	44	,077	,873	,296	,185
CR	44	,223	8,638	2,743	2,119
CSR	44	,254	,679	,460	,108
Valid N (listwise)	44				

Sumber: Data Sekunder, diolah 2022

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini adalah 44 data, berdasarkan 4 tahun pada periode 2017 - 2020. Berikut dapat diketahui hasil analisis statistik deskriptif dapat dijelaskan bahwa: (1) variabel GF (*growth firm*) menunjukkan terdapat nilai minimum -0,937 dan nilai maksimum 0,803. Pada nilai rata-rata sebesar 0,139 dengan standar deviasi sebesar 0,286; (2) Variabel ROA (*Return On Assets*) menunjukkan terdapat nilai minimum 0,077 dan nilai maksimum 0,873. Pada nilai rata-rata sebesar 0,296 dengan standar deviasi sebesar 0,185; (3) Variabel CR (*current ratio*) menunjukkan terdapat nilai minimum 0,223 dan nilai maksimum 8,638. Pada nilai rata-rata sebesar 2,743 dengan standar deviasi sebesar 2,119. Variabel *corporate social responsibility* CSR menunjukkan terdapat nilai minimum 0,254 dan nilai maksimum 0,679. Pada nilai rata-rata sebesar 0,460 dengan standar deviasi sebesar 0,108.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	,466	,034		13,718	,000
	GF	,186	,045	,495	4,165	,000
	ROA	,092	,063	,157	1,453	,154
	CR	-,021	,006	-,418	-3,591	,001

a. Dependent Variable: CSR

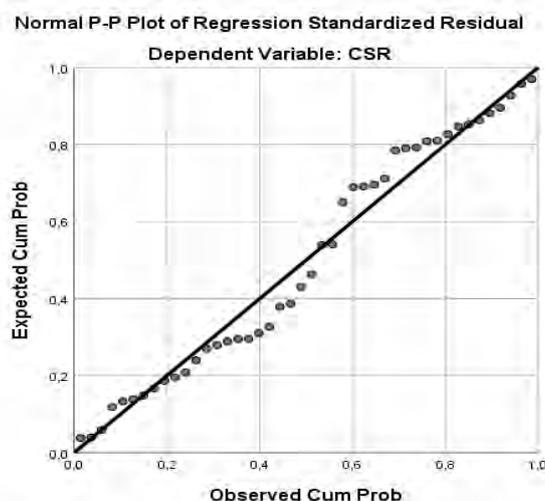
Sumber: Data Sekunder, diolah 2022

Diketahui berdasarkan Tabel 2 diatas, persamaan regresi dapat diinterpretasikan sebagai berikut: (1) Pada nilai koefisien yang terdapat pada variabel GF menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki hubungan positif atau searah dengan *corporate social responsibility*. Maka jika *growth firm* mengalami peningkatan dan variabel lainnya konstan (nol), maka *corporate social responsibility* akan mengalami peningkatan; (2) Pada nilai koefisien yang terdapat pada variabel *Return On Assets* (ROA) menunjukkan bahwa *Return On Assets* (ROA) memiliki hubungan positif atau searah dengan *corporate social responsibility*. Maka kesimpulannya jika *Return On Assets* (ROA) mengalami peningkatan dan variabel lainnya konstan (nol), maka *corporate social responsibility* akan mengalami peningkatan; (3) Pada nilai koefisien yang terdapat pada variabel *Current Ratio* (CR) menunjukkan bahwa *Current Ratio* (CR) memiliki hubungan negatif atau berlawanan arah dengan *corporate social responsibility*. Jika *Current Ratio* (CR) mengalami peningkatan dan variabel lainnya konstan (nol), maka *corporate social responsibility* akan mengalami penurunan. Atau sebaliknya, jika *Current Ratio* (CR) mengalami penurunan dan variabel lainnya konstan (nol), maka *corporate social responsibility* akan mengalami peningkatan.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah model regresi residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi data normal atau mendekati normal.



**Gambar 2**

Hasil Uji Normalitas

Sumber: Data Sekunder, diolah 2022

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

		Unstandardized Residual
N		44
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,06780555
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,111
	Positive	,111
	Negative	-,111
Test Statistic		,111
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Data Sekunder, diolah 2022

Berdasarkan hasil Gambar 2, menunjukkan bahwa titik plot menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal. Maka model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan berdasarkan Uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dalam Tabel 3 diatas, menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* lebih besar dari nilai signifikansi yaitu  $0,200 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa model regresi berdistribusi normal.

### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi terdapat adanya korelasi antar variabel independen dengan variabel independen yang lain. Model regresi yang baik bila menunjukkan hasil bahwa tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Cara melihat adanya masalah multikolinieritas, maka dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF).

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	GF	0,698	1,432
	ROA	0,838	1,193
	CR	0,727	1,376

a. *Dependent Variable: CSR*

Sumber: Data Sekunder, diolah 2022

Berdasarkan hasil Tabel 4 pada uji multikolinieritas menunjukkan bahwa uji multikolinieritas dengan nilai *tolerance* pada setiap variabel bebas lebih dari 0,1 dan nilai VIF pada setiap variabel bebas atau independen lebih dari 1.0 maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini model regresi yang digunakan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas dan variabel independen pada penelitian ini layak digunakan pada penelitian.

### Uji Autokorelasi

Hasil dari uji autokorelasi dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

**Tabel 5**  
**Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,779 <sup>a</sup>	,606	,577	,070302	1,513

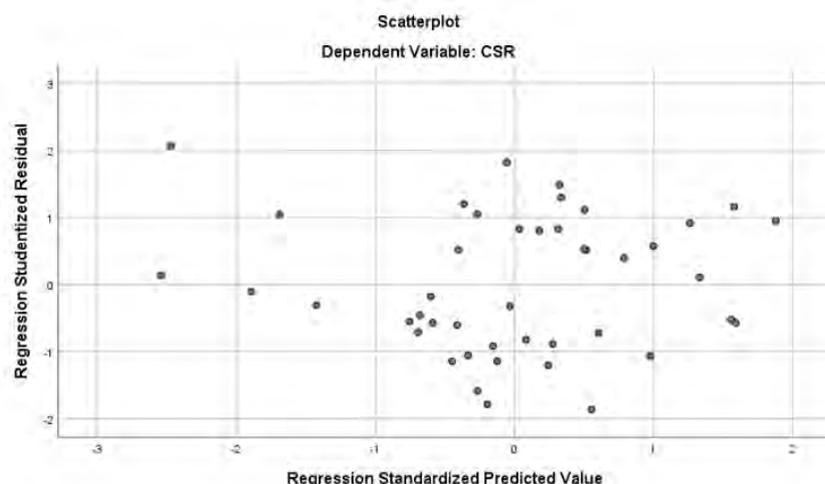
a. Predictors: (Constant)

Sumber: Data Sekunder, diolah 2022

Berdasarkan Tabel 5 di atas, hasil uji autokorelasi, dapat disimpulkan bahwa telah memenuhi kriteria pengambilan keputusan *Durbin-Watson* yaitu  $-2 < 1,513 < 2$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi dan data pada penelitian ini berdistribusi normal.

### Uji Heteroskedasitas

Hasil dari uji heteroskedasitas dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:



**Gambar 3**  
**Grafik Scatterplot**  
Sumber: Data Sekunder, diolah 2022

Berdasarkan Gambar 3 di atas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu y menyebar secara tidak beraturan atau tidak membentuk pola tertentu dan cukup menyebar secara acak. Maka pada gambar di atas dapat disimpulkan bahwa pada model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedasitas.

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinasi digunakan peneliti untuk mengetahui seberapa besar kemampuan kelayakan sebuah model dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen atau variabel terkait. Hasil dari uji koefisien determinasi dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

**Tabel 6**  
**Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,779 <sup>a</sup>	,606	,577	,070302

a. Predictors: (Constant), CR, ROA, GF

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data Sekunder, diolah 2022

Berdasarkan Tabel 6 di atas, hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), hasil menunjukkan bahwa nilai R square sebesar 0,606 atau 60%. Maka bisa disimpulkan bahwa pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan likuiditas hanya bisa menjelaskan variabel terkait atau *corporate social responsibility* sebesar 60%. Dan untuk sisanya yaitu sebesar 40% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini.

### Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit*)

Pada penelitian ini uji statistik F digunakan untuk mengetahui kelayakan model regresi linier sebagai alat analisis yang menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait. Hasil dari uji F dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

**Tabel 7**  
**Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,304	3	,101	20,526	,000 <sup>b</sup>
	Residual	,198	40	,005		
	Total	,502	43			

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), CR, ROA, GF

Sumber: Data Sekunder, diolah 2022

Berdasarkan Tabel 7 di atas, hasil uji statistik F ini menunjukkan hasil bahwa nilai F sebesar 20,526 dan tingkat signifikan yang dimiliki sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Maka pada penelitian ini hasil yang didapatkan adalah *growth firm*, profitabilitas, dan likuiditas berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* dan layak dijadikan sebagai model penelitian karena sudah memenuhi kriteria pengujian uji statistik F.

### Pengujian Hipotesis (Uji t)

Pengujian uji t yang dilakukan pada penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh setiap variabel bebas secara individu terhadap variabel terkait. Hasil dari uji t dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

**Tabel 8**  
**Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		t	Sig.
1	(Constant)	13,718	,000
	GF	4,165	,000
	ROA	1,453	0,154
	CR	-3,591	0,001

a. Dependent Variable: Corporate Social Responsibility

Sumber: Data Sekunder, diolah 2022

Berdasarkan hasil uji t yang diperoleh (uji hipotesis) pada Tabel 8 di atas, maka kesimpulan dari hasil tersebut adalah sebagai berikut: (1) Variabel *growth firm* yang diukur dengan penjualan neto (*net sales*) memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ) dan nilai t hitung sebesar 4,165. Jadi dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima, sehingga *growth firm* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility* terbukti adanya; (2) Variabel profitabilitas yang diukur dengan *Return On Assets* (ROA) memiliki tingkat signifikan sebesar 0,154 ( $0,154 > 0,05$ ) dan nilai t hitung sebesar 1,453. Jadi dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  ditolak, sehingga profitabilitas berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility* tidak terbukti; (3) Variabel likuiditas yang diukur dengan *Current Ratio* (CR) memiliki tingkat signifikan sebesar 0,001 ( $0,001 < 0,05$ ) dan nilai t hitung sebesar -3,591. Jadi dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  ditolak, sehingga likuiditas berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility* tidak terbukti.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh *Growth Firm* Terhadap *Corporate Social Responsibility***

Berdasarkan hasil uji t pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *growth firm* yang pengukurannya menggunakan total penjualan (*nett sales*) berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima.

Hal ini disebabkan oleh pertumbuhan perusahaan yang menggambarkan bahwa adanya kemajuan dalam kinerja keuangan serta strategi yang dilakukan oleh perusahaan. Hal tersebut dapat meningkatkan perusahaan dalam pengungkapan tanggung jawab sosialnya agar mendapatkan citra baik yang dapat meningkatkan minat investor (Aprilia *et al.*, 2020). Pertumbuhan perusahaan merupakan rangkaian yang terdiri dari pertumbuhan laba bersih perusahaan, pertumbuhan aset perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan juga pertumbuhan dividen per saham (Kasmir, 2016). Tingginya tingkat pertumbuhan penjualan, maka pendapatan yang didapat oleh perusahaan juga tinggi, sehingga perusahaan dapat memaksimalkan pendapatannya untuk meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosialnya karena pertumbuhan penjualan yang didapat perusahaan tidak lepas dari pengaruh peran investor sebagai pemberi modal dan masyarakat sebagai konsumen. Selain sebagai kewajiban perusahaan dalam bertanggung jawab terhadap aspek sosial, masyarakat, dan lingkungan demi mendapatkan profit, tanggung jawab sosial perusahaan dapat memberi keuntungan lebih seperti dukungan dari masyarakat untuk keberlangsungan unit bisnis yang dijalankan oleh perusahaan (Nofita, 2018). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nuraeni dan Rakhmawati (2016) dengan menggunakan sampel perusahaan industri semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2010 - 2014 yang menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

### **Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility***

Berdasarkan hasil uji t pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas yang pengukurannya menggunakan ROA (*Return on Assets*) tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  ditolak.

Profitabilitas merupakan gambaran dari perusahaan dalam mendapatkan keuntungan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki. Perusahaan yang memiliki tingkat keuntungan yang tinggi memiliki peluang yang tinggi dalam mengungkap tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Keuntungan yang diperoleh perusahaan dapat menarik investor dalam memberikan modal, karena akan berpeluang mendapatkan *return* tinggi. Keuntungan perusahaan juga dapat menjamin keberlanjutan unit bisnis yang dijalankan oleh perusahaan. Keuntungan yang tinggi, akan berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

Dalam penelitian ini profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR, perusahaan dengan keuntungan yang tinggi akan fokus terhadap pengelolaan profit secara efektif dan

efisien yang diperuntukkan untuk kesejahteraan perusahaan. Tingginya profit yang diperoleh perusahaan belum tentu dialokasikan secara maksimal untuk tanggung jawab sosial perusahaan, sehingga tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) hanya akan dilakukan sesuai regulasi atau aturan yang sudah ditetapkan dan hanya untuk kebutuhan *stakeholder* akan informasi yang dibutuhkan mengenai CSR, oleh karena itu, tinggi rendahnya profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR (Nuraeni dan Rakhmawati, 2016). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasnia (2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*, maka tinggi atau rendahnya keuntungan perusahaan tidak berpengaruh terhadap kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

### **Pengaruh Likuiditas Terhadap Corporate Social Responsibility**

Berdasarkan hasil uji t pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel likuiditas yang pengukurannya menggunakan CR (*Current Ratio*) berpengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility*. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  ditolak.

Perusahaan dengan likuiditas tinggi menggambarkan bahwa perusahaan dalam keadaan likuid, yang menunjukkan bahwa perusahaan mampu membayar kewajiban jangka pendeknya sesuai jatuh tempo. Keberhasilan perusahaan dalam mengelola kinerja keuangannya dapat memenuhi kegiatan operasionalnya, sehingga peluang dalam melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan akan tinggi. Perusahaan yang mampu membayar hutang jangka pendek tepat waktu juga dapat membuat kepercayaan investor maupun kreditur bertambah terhadap perusahaan untuk memberikan modal sehingga memungkinkan *stakeholder* akan selalu mendukung perusahaan (Samsiyah, 2019).

Dalam penelitian ini likuiditas berpengaruh negatif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi akan cenderung memiliki pengungkapan CSR yang rendah, karena perusahaan akan mengutamakan dana yang dimiliki untuk membayar hutang jangka pendeknya agar tetap menjaga kepercayaan investor atau kreditur terhadap perusahaan. Sebaliknya, perusahaan dengan likuiditas yang rendah akan meningkatkan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan untuk menarik minat investor (Aprilia *et al.*, 2020). Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sekarwigati dan Effendi (2019) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility*.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan pada hasil penelitian "Pengaruh Growth Firm, Profitabilitas, dan Likuiditas Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI periode 2017 - 2020" maka kesimpulan yang didapat pada penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Hasil penelitian menunjukkan bahwa *growth firm* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *growth*, maka semakin luas pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Perusahaan mampu mengelola kinerja keuangannya dengan baik sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dan menarik minat investor dalam memberikan modal; (2) Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Hal ini dapat terjadi karena perusahaan akan mengelola keuntungan yang didapat untuk kesejahteraan perusahaan. Tinggi rendahnya keuntungan yang didapat perusahaan tidak berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), sehingga pelaksanaan CSR hanya dilakukan sesuai regulasi atau aturan yang sudah ditetapkan; (3) Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility*. Hal ini dapat terjadi karena perusahaan dengan likuiditas tinggi (*liquid*) cenderung memiliki pengungkapan CSR yang

rendah karena perusahaan akan mengutamakan dananya untuk membayar hutang jangka pendeknya untuk menjaga kepercayaan investor maupun kreditur. Dan pada perusahaan dengan likuiditas yang rendah akan meningkatkan kegiatan CSR untuk menarik minat investor.

### Saran

Saran yang bisa diberikan antara lain untuk meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan adalah: (1) Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan bisa menambah jumlah variabel independen, memperpanjang periode penelitian yang akan digunakan, serta total sampel dengan kriteria lebih luas yang akan digunakan pada penelitian berikutnya. Hasil daripada penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai acuan atau bahan referensi kepada peneliti selanjutnya dengan tujuan agar bisa memberikan kemudahan; (2) Bagi perusahaan, perusahaan sebaiknya memperhatikan rasio *growth firm* atau pertumbuhan perusahaan yang pada penelitian ini menggunakan penjualan sebagai acuan variabel pertumbuhan perusahaan, yang sudah terbukti bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan perlu meningkatkan kinerjanya khususnya pada penjualan. Jika perusahaan memiliki nilai yang tinggi pada pertumbuhannya maka dengan demikian akan menarik minat investor untuk menempatkan modalnya terhadap perusahaan yang memiliki nilai pertumbuhan yang tinggi. Perusahaan khususnya pada sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebaiknya memperhatikan kinerja keuangannya seperti asset, modal, laba dan yang lainnya agar digunakan secara efektif dan efisien, yang juga bisa diimbangi dengan meningkatkan kinerja keuangan dan melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaannya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, A., T. Lestari, dan S. Rosyafah. 2020. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan (Growth Firm), Likuiditas, Profitabilitas, dan Biaya Operasional Terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI periode 2015-2016. *Jurnal Riset Akuntansi* 1(1): 121-131.
- Andreas, H. H., U. D. Sucahyo, dan D. Elisabeth. 2015. Corporate Social Responsibility. *Jurnal Manajemen* 15(1): 119-135.
- Fahmi, I. 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. Alfabeta. Bandung.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi kesembilan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hasnia dan S. Rofingatun. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Growth, dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Daerah* 12(1): 56-71.
- Harjito, D. A. dan Martono. 2014. *Manajemen Keuangan*. Edisi Kedua. Ekonisia. Yogyakarta.
- Indraswari, L. dan Astika. 2015. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik pada Pengungkapan CSR. *E-Jurnal Akuntansi Universitas udayana* 11(1): 289-302.
- Indraswari, L. dan H. Mimba. 2017. Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Kapitalisasi Pasar, dan Kepemilikan Saham Publik pada Tingkat Pengungkapan CSR. *E-Jurnal Akuntansi* 20(2): 1219-1248.
- Kasmir. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Edisi Pertama, Cetakan keenam. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Liu, M. A., Irwansyah, dan Z. Fakhroni. 2016. Peran Agency Cost Reduction Dalam Memediasi Corporate Social responsibility dengan Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 18(2): 141-156.

- Nofita, M. 2018. Pengaruh Likuiditas dan Sales Growth terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas. Surabaya.
- Nuraeni dan A. Rakhmawati. 2016. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Food & Beverage yang Listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2009-2013. *Jurnal Heritage* 4(1)
- Rakhmawati, N. L. 2018. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan Sektor Food and Beverage yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 8(1): 1-14.
- Ratmono, D., dan W. M. Sagala. 2015. Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Sarana Legitimasi: Dampaknya Terhadap Tingkat Agresivitas Pajak. *Jurnal Nominal* 4(2): 16-30.
- Samsiyah, E., 2019. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*. 8(1): 1-19.
- Sekarwigati, M., dan B. Effendi. 2019. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Likuiditas Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 1(1): 16-33.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Suartini, S. dan H. Sulistyono. 2017. *Praktikum Analisis Laporan Keuangan Bagi Mahasiswa dan Praktikan*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 Tentang *Perseroan Terbatas*.
- Wigrhayani, S. N., dan Sapari. 2019. Pengaruh Tipe Industri, Growth, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 8(8): 1-21.
- Yurika dan Viriany. 2019. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi* 1(8): 703-711.
- Yovana, G. D., dan A. Kadir. 2020. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Manajemen dan Akuntansi* 21(1): 15-23.