

PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, SIZE, DAN UMUR PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Dewi Nur Indah Sari
dewiindah0920@gmail.com
Ikhsan Budi Riharjo

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

The research aimed to examine the effect of profitability, leverage, size and firm age on the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) at manufacturing companies in the consumer goods industry listed on The Indonesia Stock Exchange (IDX) in the 2018-2020 period. The research sample collection used purposive sampling to provide data followed by the research variable, meanwhile, this research was a quantitative approach. Based on the determined criteria, the research data obtained 81 observations from 27 company samples during 3 years of the observation period. The research analysis method used multiple linear regression with the SPSS application. The research result concluded that: (1) Profitability was proxy with Return On Assets (ROA) did not affect the disclosure of Corporate Social Responsibility, (2) Leverage was proxy with Debt Equity Ratio (DER) did not affect the disclosure of Corporate Social Responsibility, (3) Size had positive effect on the disclosure of Corporate Social Responsibility, (4) Firm ages had a positive effect on the disclosure of Corporate Social Responsibility.

Keywords: profitability, leverage, size, firm ages, disclosure of corporate social responsibility

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara profitabilitas, leverage, size, dan umur perusahaan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2020. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan tujuan untuk memperoleh data sesuai dengan variabel penelitian dengan jenis data yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Berdasarkan kriteria untuk pemilihan sampel penelitian yang telah dibuat maka diperoleh data penelitian sebanyak 81 pengamatan dari 27 sampel perusahaan selama 3 tahun pengamatan. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa: (1) Profitabilitas yang diproksikan dengan Return On Assets (ROA) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility, (2) Leverage yang diproksikan dengan Debt Equity Ratio (DER) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility, (3) Size berpengaruh positif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility, (4) Umur Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility.

Kata Kunci: profitabilitas, leverage, size, umur perusahaan, pengungkapan corporate social responsibility

PENDAHULUAN

Diera modern perusahaan harus membuat suatu rancangan atau rencana agar dapat bersaing dan dapat mempertahankan bisnisnya. Tanggung jawab sosial atau Corporate Social Responsibility (CSR) adalah salah satu perencanaan atau program yang dapat dilakukan perusahaan untuk menciptakan pandangan masyarakat yang baik terhadap perusahaan. Wujud dukungan pemerintah adalah dengan memberikan suatu penghargaan kepada setiap perusahaan yang melakukan CSR dengan baik, agar perusahaan lebih termotivasi dalam penerapan program tersebut. Pemerintah juga akan memberikan sanksi terhadap perusahaan yang tidak menerapkan CSR.

Tujuan melakukan program tersebut guna memperoleh kesan positif dari lingkungan sekitar perusahaan berdiri dan agar operasional perusahaan dapat beroperasi dengan lancar tanpa gangguan dan berkelanjutan. Kelanjutan sebuah perusahaan tergantung pada bagaimana sebuah perusahaan dapat menjalin hubungan dengan masyarakat dan beradaptasi dengan lingkungan sekitar dimana sebuah perusahaan didirikan. Menurut Hadi (2011) jaminan keberhasilan sebuah perusahaan harus memperhatikan dampak sosial untuk menyeimbangkan lingkungan masyarakat. Selain tujuan diatas adapun tujuan lain yaitu untuk mengurangi dampak kerusakan lingkungan disekitar perusahaan, perusahaan tersebut wajib melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Saputra, 2016).

Suatu perusahaan kini diwajibkan melakukan Tanggung jawab sosial hal ini telah di atur di dalam Undang-Undang No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, tanggung jawab sosial, dan lingkungan yang berlaku bagi perseroan yang mengelola atau memiliki dampak terhadap sumber daya alam dan tidak dibatasi kontribusinya serta dimuat dalam laporan keuangan. Dengan pelaksanaan program ini membuat reputasi perusahaan yang baik sehingga kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan meningkat.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) seperti Profitabilitas, *Leverage*, *Size*, dan Umur Perusahaan. Profitabilitas merupakan tingkat pendapatan baik tinggi maupun rendah yang menunjukkan kesuksesan sebuah perusahaan dalam melaksanakan usaha dan menjalankan usahanya. Jika sebuah Perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi maka pengungkapan CSR akan semakin tinggi pula.

Leverage merupakan rasio untuk mengukur penggunaan dana bersumber dari hutang atau pinjaman untuk mendanai sebuah perusahaan. Perusahaan yang didanai dengan pinjaman otomatis akan terbebani pembayaran cicilan (Pokok pinjaman dan bunga) dan biaya lain-lain seperti biaya administrasi, biaya komisi (Kasmir, 2017:151). Perusahaan dianggap baik apabila perusahaan memiliki pengelolaan laporan keuangan yang baik, dalam artian perusahaan memiliki hutang yang tidak lebih besar dari pada pendapatan. Tingkat *leverage* perusahaan yang semakin tinggi mengakibatkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) semakin rendah

Size (Ukuran perusahaan) merupakan pengukuran yang digunakan untuk mengukur tingkat besar kecilnya suatu perusahaan (Yurika dan Viriany, 2019). Perusahaan dengan tingkat total aset yang besar berarti perusahaan memiliki ukuran perusahaan yang besar dan dikenal luas. Dapat dikatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin besar juga pengungkapan CSR dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Umur Perusahaan menggambarkan seberapa lama sebuah perusahaan berdiri dan berjalan. Umur perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya dan dapat mempertahankan usahanya. Semakin lama umur sebuah perusahaan lebih didorong untuk melakukan CSR.

Perusahaan yang memiliki potensi keuntungan yang besar yang dapat menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi Indonesia salah satunya adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi. Perusahaan ini diyakini memiliki tingkat penjualan yang tinggi, karena industri barang konsumsi adalah produsen barang konsumtif yang telah menjadi kebutuhan primer bagi seluruh masyarakat. Hal ini menjadi alasan peneliti melakukan penelitian menggunakan objek perusahaan manufaktur. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang dapat dijelaskan antara lain: (1) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?, (2) Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?, (3) Apakah *size* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?, (4) Apakah umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, *leverage*, *size*, dan umur perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Menurut Jensen dan Meckling (1976) teori ini membahas mengenai kontrak antara prinsipal sebagai pemilik perusahaan dengan agent yaitu manajemen sebagai pihak profesional yang ditunjuk sebagai pengatur perusahaan. Dalam hubungan keduanya terdapat perbedaan kepentingan terkait dalam mengambil keputusan dan kebijakan perusahaan sehingga dapat memunculkan masalah keagenan.

Konflik antara pemilik dan manajemen menjadi pemicu munculnya biaya keagenan (*agency cost*). Apabila kedua belah pihak memiliki tujuan yang bertolak belakang maka dapat menimbulkan masalah keagenan. Suatu perusahaan semakin besar dalam hubungan keagenan maka biaya keagenan juga akan semakin besar. Teori keagenan muncul untuk mengatasi konflik agensi dalam hubungan keagenan.

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Sinyal adalah tindakan yang dilakukan perusahaan untuk menyampaikan informasi dengan memberikan petunjuk kepada investor dalam memandang prospek perusahaan untuk kedepannya. Informasi yang telah disampaikan dan diterima oleh pasar merupakan sinyal yang dapat bersifat positif atau negatif, tergantung dari prioritas atas sinyal tersebut. Keadaan satu pihak mengalami kelebihan informasi sedangkan pihak lain tidak dikenal sebagai ketimpangan informasi atau asimetris informasi (Gumanti, 2017:249). Teori sinyal berkaitan dengan mengurangi asimetris informasi antara kedua belah pihak.

Teori Stakeholder (*Stakeholders Theory*)

Stakeholder merupakan individu atau kelompok meliputi masyarakat, karyawan, konsumen, distributor yang terlibat dalam kepentingan atas aktivitas perusahaan. Menurut Ghazali dan Chairi (2007) menjelaskan bahwa teori stakeholder dikaitkan dengan pengungkapan CSR merupakan bentuk pertanggung jawab perusahaan tidak hanya mementingkan kepentingan usahanya dan para pemilik saham (*shareholder*), namun juga memberikan manfaat kepada *stakeholder*.

Profitabilitas

Rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba dari sumber seperti penjualan, modal, kas, jumlah cabang perusahaan, dan jumlah karyawan yang ada (Sofyan, 2008 dalam Ningsih, 2016). Rasio untuk mengukur profitabilitas menggunakan *Return On Asset (ROA)* adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba atas total aset yang dimiliki. Pengukuran menggunakan ROA dipilih karena menunjukkan kemampuan sebuah perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi investor dari modal yang diinvestasikan.

Leverage

Leverage merupakan rasio untuk mengukur penggunaan dana bersumber dari hutang atau pinjaman untuk mendanai sebuah perusahaan. Pengukuran rasio leverage menggunakan *Debt to Equity Ratio (DER)* yaitu pengukuran untuk membandingkan hutang dan ekuitas dalam mendanai perusahaan. Alasan menggunakan pengukuran ini karena DER dapat memberikan informasi seberapa besar ekuitas yang digunakan untuk menutupi hutang, agar para investor menyetujui pendanaan perusahaan yang dibiayai hutang sehingga *return* yang diharapkan tetap diperoleh.

Size (Ukuran Perusahaan)

Size (Ukuran perusahaan) merupakan pengukuran yang digunakan untuk mengukur tingkat besar kecilnya suatu perusahaan menggunakan total aktiva dalam kegiatan

perusahaan. Menurut Yurika dan Viriani (2019) ukuran Perusahaan adalah skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan besar dianggap dapat bertahan dan bersaing lebih baik dengan perusahaan kecil, karena memiliki sumber daya yang besar dan memiliki dana yang cukup besar.

Umur Perusahaan

Umur Perusahaan merupakan waktu yang telah dijalani oleh perusahaan beroperasi dari awal berdirinya hingga jangka waktu yang tidak ditentukan. Perusahaan yang memiliki umur yang lebih lama memiliki reputasi yang baik sehingga dapat mempertahankan usahanya lebih lama dipercaya dan bersaing bisnis. Perusahaan tua biasanya cenderung menghasilkan laba yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang baru berdiri.

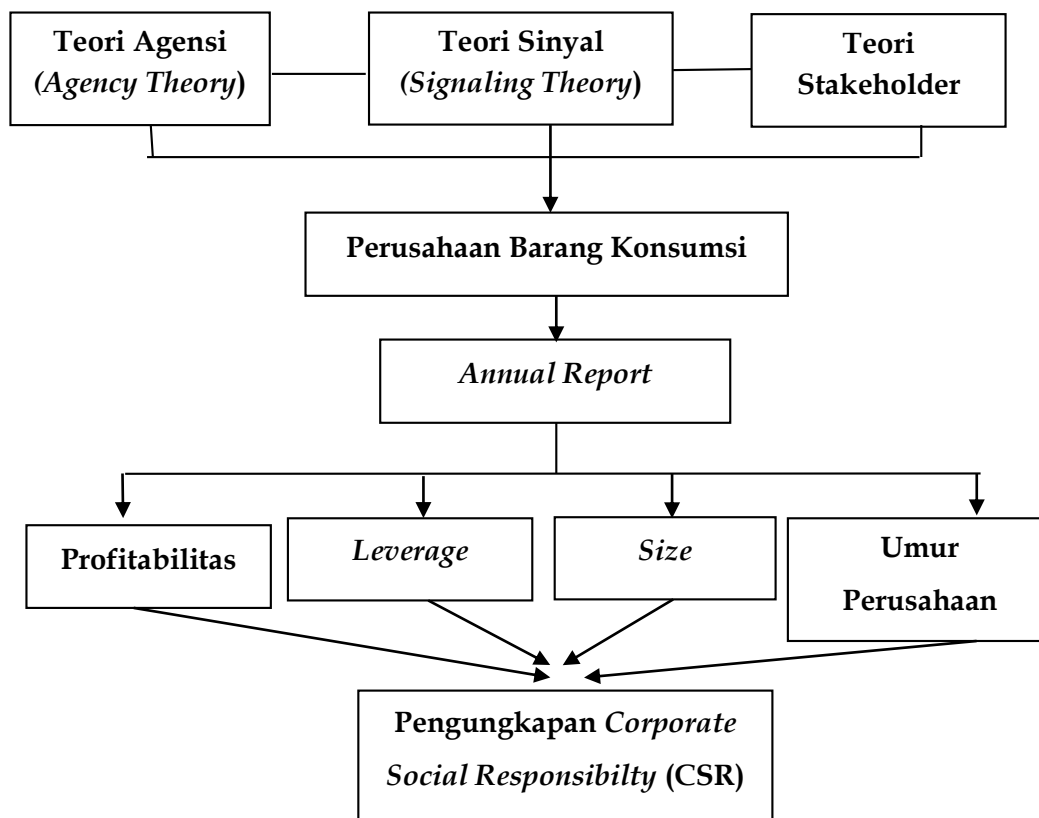
Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Menurut Prianto (2020) pengungkapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan merupakan suatu proses pengkomunikasian kepada kelompok khusus tertentu yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan mengenai dampak sosial dan lingkungan yang diakibatkan dari kegiatan operasional perusahaan.

Pengungkapan CSR sering disebut dengan CSR *disclosure* merupakan laporan atau suatu informasi yang dibutuhkan pihak yang berkepentingan didalam perusahaan tentang kinerja perusahaan yang baik. Tujuan dari CSR *disclosure* adalah perusahaan mempublis laporan dari hasil pelaksanaan tanggung jawab sosial dan kegiatan sosial apa saja yang dilakukan selama periode tertentu. Pengungkapan CSR bersifat sukarela tanpa paksaan.

Rerangka Konseptual

Rerangka konseptual dalam penelitian ini dapat sebagai berikut:



Gambar 1
Rerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Nurbayanti (2020) Hubungan profitabilitas dengan pengungkapan CSR adalah perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi dapat mengatasi biaya dikeluarkan untuk kegiatan pengungkapan tanggung jawab. Tingkat profitabilitas yang tinggi artinya perusahaan memiliki lebih banyak biaya untuk melakukan kegiatan sosial sehingga pengungkapan CSR juga akan semakin besar, dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang lebih rendah. Hal ini dikaitkan dengan teori *stakeholder* dimana perusahaan dituntut untuk memenuhi keinginan para *stakeholder*. Kemampuan perusahaan dalam memaksimalkan laba maka dapat meningkatkan kepercayaan *stakeholder* terhadap perusahaan tersebut.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ruroh dan Latifah (2018) dan Nurbayanti (2020) sejalan dengan penjelasan diatas menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Karena perusahaan yang memiliki laba tinggi, maka perusahaan dapat mengungkapkan CSR lebih luas, sehingga menimbulkan kesan positif terhadap perusahaan tersebut. Berdasarkan penjelasan diatas, maka rumusan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Leverage merupakan penggunaan dana bersumber dari hutang atau pinjaman untuk mendanai sebuah perusahaan. Kesuksesan perusahaan tergantung pada tingkat tinggi rendahnya *leverage*. Perubahan tingkat *leverage* perusahaan dapat menyebabkan perubahan pada keputusan perusahaan dalam mengungkapkan CSR, yaitu semakin tinggi *leverage* (DER) perusahaan maka pengungkapan akan menurun.

Leverage dengan teori sinyal dimana tingkat *leverage* dapat menunjukkan sinyal *good news* dan *bad news*. Semakin banyak informasi pengungkapan CSR yang tinggi hal tersebut termasuk informasi baik maka perusahaan akan mendapat kepercayaan stakeholder dan investor. Informasi yang baik dilandasi oleh tingkat *leverage* rendah artinya perusahaan tersebut tidak memiliki hutang, sehingga perusahaan dapat mengungkapkan CSR lebih luas.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ruroh dan Latifah (2018) dan Putri (2017) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berdasarkan penjelasan diatas, maka rumusan hipotesis sebagai berikut:

H₂: *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengaruh *Size* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Size (Ukuran Perusahaan) merupakan pengukuran untuk mengetahui tingkat besar kecilnya suatu perusahaan. Dalam penelitian ini di proksi dengan nilai logaritma natural dari total asset perusahaan. Semakin besar total aset maka akan semakin besar pula ukuran perusahaan. Semakin tinggi *size* perusahaan maka pengungkapan CSR-nya akan semakin tinggi dan sebaliknya semakin rendah *size* perusahaan maka pengungkapan CSRnya juga semakin kecil (Rukmana *et al.*, 2020). Ukuran perusahaan dikaitkan dengan teori agensi, dimana teori tersebut menjelaskan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin besar pula biaya agen yang muncul dan perusahaan akan melakukan pengungkapan CSR juga semakin besar.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tampubolon dan Dina (2019), Sari *et al.*, (2017) dan Irianti (2020) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berdasarkan penjelasan diatas, maka rumusan hipotesis sebagai berikut:

H₃: *Size* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Febriansyah (2020) umur perusahaan mengukur seberapa lama waktu perusahaan didirikan. Dengan semakin lama umur sebuah perusahaan, maka informasi CSR yang diberikan kepada publik dan pihak-pihak yang berkepentingan akan lebih banyak. Umur perusahaan terkait dengan teori *stakeholder*, semakin umur tua perusahaan dapat sebagai bahan pertimbangan para stakeholder lebih mempercayai perusahaan tersebut dibandingkan perusahaan berumur muda

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Indriyani dan Yuliandhari (2020) dan Febriansyah (2020) yang menunjukkan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berdasarkan penjelasan diatas, maka rumusan hipotesis sebagai berikut:

H₄: Umur Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan melakukan pengujian hipotesis. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, memecahkan masalah.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017:119). Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2020.

Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dimiliki berdasarkan pertimbangan. Pengambilan sampel menggunakan metode, yaitu metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu (Sugiyono, 2017:85). Kriteria pengambilan sampel sebagai berikut:

Tabel 1
Teknik Pengambilan Sampel

Keterangan	Jumlah
Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2020.	32
Laporan Tahunan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang tidak dapat ditemukan secara berturut-turut selama periode 2018-2020.	(2)
Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang tidak melakukan program CSR selama periode 2018-2020.	(3)
Jumlah Sampel	27
Jumlah Pengamatan Tahun 2018-2020	81

Sumber: Bursa Efek Indonesia diolah, 2022

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan dokumentasi. Data dokumentasi merupakan penelitian data yang berupa arsip yang mencakup apa dan kapan suatu kejadian maupun transaksi dan siapa yang terlibat dalam hal tersebut. Pilihan metode pengumpulan data yaitu tergantung pada fasilitas yang tersedia, tingkat akurasi yang disyaratkan, keahlian peneliti, kisaran waktu studi, biaya, dan sumber daya lain yang berkaitan dan tersedia untuk pengumpulan data. Untuk mendapatkan data dan informasi dalam penyusunan penelitian, teknik pengumpulan data menggunakan sumber data yaitu

data sekunder, sumber data di dapat dari database Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (GIBEI) STIESIA Surabaya.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdapat 2 variabel terdiri dari variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Profitabilitas, *leverage*, *Size* dan umur perusahaan. Sedangkan variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pengungkapan CSR

Pengungkapan CSR sering disebut dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Indikator pengungkapan CSR diukur menggunakan CSRD (Corporate Social Responsibility Disclosure Index) yang berdasarkan GRI (Global Reporting Initiatives)-G4. Pengungkapan CSR terdiri dari 7 kategori dengan 78 item - item yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan item CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan, maka akan diberi skor 1, dan bila item tersebut tidak tersedia atau tidak di ungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan, maka akan diberi skor 0. Rumus untuk mengukur pengungkapan CSR sebagai berikut:

$$\text{CSRDRI} = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRDRI : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan

X_{ij} : Jumlah item yang diungkapkan, jika diungkapkan diberi nilai 1.
Jika tidak diungkapkan diberi $0 \leq \text{CSRDRI} \leq 1$

n_j : Jumlah item untuk perusahaan, $n_j \leq 78$

Profitabilitas

Menurut Respati dan Hadiprajitno (2015) profitabilitas diartikan sebagai kemampuan sebuah perusahaan menghasilkan keuntungan dari kegiatan operasionalnya. Alat ukur profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan ROA (*Return On Asset*). Rumus untuk mengukur ROA sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Assets}}$$

Leverage

Leverage merupakan mengukur seberapa besar perusahaan bergantung pada pinjaman dalam mendanai perusahaan. Alat ukur *leverage* dalam penelitian ini menggunakan DER (*Debt to Equity Ratio*). Rumus untuk mengukur DER sebagai berikut:

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Size

Size merupakan tingkat besar kecil nya perusahaan. Ukuran perusahaan semakin besar semakin banyak disoroti publik. *Size* diukur menggunakan log natural total aset, hal ini dipilih

untuk mengurangi perbedaan yang signifikan antara ukuran perusahaan besar dan ukuran perusahaan kecil sehingga data total aset dapat terdistribusi normal. Rumus sebagai berikut:

$$\text{Size} = \text{LN}(\text{Total Aset})$$

Umur Perusahaan

Semakin lama umur perusahaan maka perusahaan dianggap memiliki lebih banyak pengalaman dan lebih profesional dalam menjalankan pekerjaan untuk menghadapi berbagai permasalahan perusahaan. Rumus sebagai berikut:

$$\text{Umur Perusahaan} = \text{Tahun Saat Ini} - \text{Tahun Berdiri}$$

Teknik Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan menggambarkan data yang dikumpulkan tanpa bermaksud membuat kesimpulan. Menurut Ghozali (2018) Statistik deskriptif merupakan suatu gambaran atau deskripsi data yang dapat dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, nilai maksimum dan nilai minimum.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi antara variabel independen dengan variabel dependen apakah terdistribusi dengan normal atau tidak (Febriansyah, 2020). Menguji normalitas residual menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dan analisis grafik normal *probability plot*. Pengambilan keputusan berdasarkan pada uji statistik Kolmogorov-Smirnov, yaitu: a) Nilai signifikan $> 0,05$, artinya data yang akan diolah memiliki distribusi normal, maka regresi ini memenuhi asumsi normalitas data; b) Nilai signifikan $< 0,05$, artinya data yang akan dikelola memiliki distribusi tidak normal, maka regresi ini tidak memenuhi asumsi normalitas data.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ditujukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya hubungan kuat antar variabel independen (variabel bebas). Pengambilan keputusan berdasarkan pada uji statistik Kolmogorov-Smirnov, yaitu: a) Bebas multikolinearitas jika mempunyai nilai $VIF < 10$ dan nilai $TOL > 0,10$; b) Terjadi gejala multikolinearitas jika mempunyai nilai $VIF > 10$ dan nilai $TOL < 0,10$.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksesuaian varian residual dari pengamatan satu ke pengamatan lain. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatter plot antara *SRESID* dan *ZPRED* dimana sumbu Y yaitu Y yang telah diprediksi serta sumbu X yaitu residual yang telah di *studentized*.

Menurut Ghozali (2018:138), Dasar analisis adalah sebagai berikut: a) Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada dalam membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas; b) Jika terdapat pola yang jelas dan titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t (sekarang) dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi dengan cara melakukan uji Durbin - Watson (DW test). Pengambilan keputusannya sebagai berikut: a) Angka D-W dibawah -2 berarti autokorelasi positif; b) Angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi; c) Angka D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negative.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah regresi untuk mengukur seberapa besar variabel bebas memberikan pengaruh terhadap variabel dependen. Dimana variabel independennya adalah profitabilitas, *leverage*, *size*, dan umur perusahaan berpengaruh terhadap variabel dependennya adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Tes statistik regresi berganda dengan menggunakan model sebagai berikut:

$$CSR = \alpha + \beta_1 ROA + \beta_2 DER + \beta_3 SIZE + \beta_4 UM + \varepsilon$$

Keterangan:

CSR	: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>
α	: Konstanta
ROA	: Profitabilitas
DER	: Leverage
SIZE	: Ukuran Perusahaan
UM	: Umur Perusahaan
$\beta_1 \dots \beta_4$: Koefisien Regresi
ε	: <i>Error</i>

Uji F (*Goodness Of Fit*)

Pengujian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui kelayakan model apakah model regresi menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan pada uji ini adalah: a) Jika sig F > 0,05 maka model penelitian ini tidak layak untuk digunakan; b) Jika sig F < 0,05 maka model penelitian ini layak untuk digunakan.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi bertujuan untuk mengukur kemampuan suatu model untuk menerangkan seberapa jauh variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi variabel-variabel independen. Apabila nilai R² semakin besar atau semakin mendekati nilai 1, maka variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen semakin besar. Hasil regresi tersebut dianggap baik. Sedangkan apabila nilai R² menjauhi 1, maka variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen semakin kecil.

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Uji statistik t bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan pada uji ini adalah: a) Jika nilai signifikansi t < 0,05 menunjukkan bahwa hipotesis diterima, Artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen; b) Jika nilai signifikansi t > 0,05 menunjukkan bahwa hipotesis ditolak, Artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Mengenai Subjek dan Objek Penelitian

Perusahaan yang dijadikan objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan jumlah pengamatan 3 (tiga) tahun terhitung pada 2018 - 2020. Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu laporan tahunan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, *leverage*, *size* dan umur perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penentuan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Sampel awal perusahaan yang diperoleh 32 perusahaan, namun setelah proses seleksi berdasarkan kriteria yang telah ditentukan maka sampel akhir yang diperoleh 27 perusahaan. Variabel-variabel Independen yang diteliti dari perusahaan sampel meliputi profitabilitas yang diukur oleh *Return on Assets* (ROA), *leverage* yang diukur oleh *Debt to Equity Ratio* (DER), *size* dan umur perusahaan, sedangkan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengungkapan CSR yang diukur oleh *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI).

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk menggambarkan secara umum mengenai variabel dalam penelitian serta untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat sebelum digunakan dalam analisis regresi berganda.

Hasil uji statistik deskriptif dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 2
Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	81	-.154	.607	.07768	.129656
DER	81	-2.127	5.370	.81838	.917747
SIZE	81	25.360	32.730	28.42617	1.591711
UM	81	4.000	91.000	40.03704	21.298735
CSR	81	.064	.615	.34201	.122910
Valid N (listwise)	81				

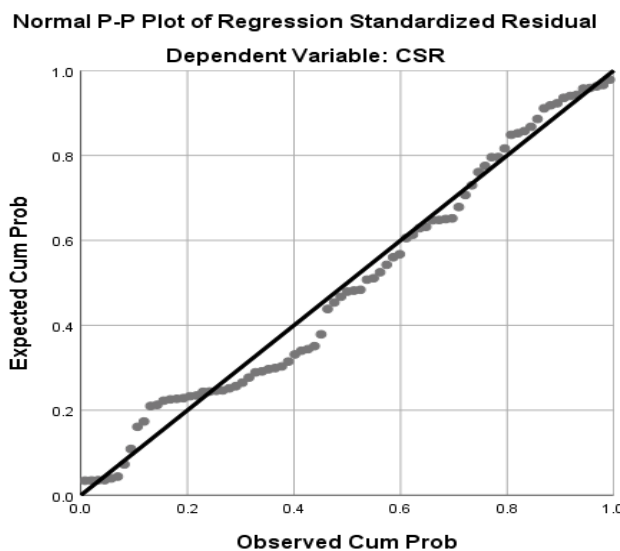
Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah data yang digunakan oleh peneliti adalah 81 data. Hasil analisis deskriptif data tabel diatas adalah: Variabel ROA memiliki nilai minimum sebesar -0,154 yang dimiliki oleh PT. Sentra Food Indonesia, Tbk tahun 2020 dan nilai maksimum sebesar 0,607 yang dimiliki oleh PT. FKS Food Sejahtera, Tbk tahun 2019. Nilai rata-rata ROA sebesar 0,077 dan nilai standard deviasi sebesar 0,129. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, nilai rata-rata lebih kecil dari pada nilai standart deviasi yang dapat diartikan bahwa data dalam variable ROA bersifat heterogen. Hal tersebut memiliki arti bahwa penyebaran data pada penelitian ini merata sehingga tidak terdapat perbedaan yang terlalu tinggi antara data satu dengan yang lain. Variabel DER memiliki nilai minimum sebesar -2,127 yang dimiliki oleh PT. FKS Food Sejahtera, Tbk tahun 2019 dan nilai maksimum sebesar 5,370 yang dimiliki oleh PT Prasadha Aneka Niaga, Tbk tahun 2019. Nilai rata-rata DER sebesar 0,818 dan nilai standard deviasi sebesar 0,917.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, nilai rata-rata lebih kecil dari pada nilai standart deviasi yang dapat diartikan bahwa data dalam variable DER bersifat heterogen. Hal tersebut memiliki arti bahwa penyebaran data pada penelitian ini merata sehingga tidak terdapat perbedaan yang terlalu tinggi antara data satu dengan yang lain. Variabel SIZE memiliki nilai minimum sebesar 25,360 yang dimiliki oleh PT Prima Cakrawala Abadi, Tbk tahun 2020 dan nilai maksimum sebesar 32,730 yang dimiliki oleh PT Indofood Sukses Makmur tahun 2020.

Nilai rata-rata SIZE sebesar 28,426 dan nilai standard deviasi sebesar 1,591. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, nilai rata-rata lebih besar dari pada nilai standart deviasi yang dapat diartikan bahwa data dalam variable SIZE bersifat homogen. Hal tersebut memiliki arti bahwa penyebaran data pada penelitian ini tidak merata sehingga terdapat perbedaan antara data satu dengan yang lain. Variabel UM memiliki nilai minimum sebesar 4 yang dimiliki oleh PT Prima Cakrawala Abadi, Tbk tahun 2018 dan nilai maksimum sebesar 91 yang dimiliki oleh PT Multi Bintang, Tbk tahun 2020. Nilai rata-rata UM sebesar 40,037 dan nilai standard deviasi sebesar 21,298. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, nilai rata-rata lebih besar dari pada nilai standart deviasi yang dapat diartikan bahwa data dalam variable UM bersifat homogen. Hal tersebut memiliki arti bahwa penyebaran data pada penelitian ini tidak merata sehingga terdapat perbedaan antara data satu dengan yang lain. Variabel CSR memiliki nilai minimum sebesar 0,064 yang dimiliki oleh PT Tri Banyan Tirta, Tbk selama 3 tahun dan nilai maksimum sebesar 0,615 yang dimiliki oleh PT Ultajaya Milk Industry, Tbk selama 3 tahun. Nilai rata-rata CSR sebesar 0,342 dan nilai standard deviasi sebesar 0,122. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, nilai rata-rata lebih besar dari pada nilai standart deviasi yang dapat diartikan bahwa data dalam variable CSR bersifat homogen. Hal tersebut memiliki arti bahwa penyebaran data pada penelitian ini tidak merata sehingga terdapat perbedaan antara data satu dengan yang lain.

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas



Gambar 2
Uji Normalitas
Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Berdasarkan pada gambar diatas yaitu grafik Normal P-P Plot menunjukkan bahwa data telah terdistribusi normal karena pada grafik tersebut terlihat titik-titik menyebar mendekati garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas dapat terpenuhi, dan berdistribusi normal.

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

		Unstandardized Residual
N		81
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.10418365
Most Extreme Differences	Absolute	.097
	Positive	.097
	Negative	-.081
Test Statistic		.097
Asymp. Sig. (2-tailed)		.056 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat jika nilai Sig. Sebesar 0.056, sehingga nilai Sig. lebih besar dari 0,05 ($0.056 > 0,05$). Sehingga, di dalam model regresi antara variabel dependen dan variabel independen keduanya memiliki distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Hasil regresi yang di anggap baik, lebih baik bebas dari multikolinieritas atau tidak terjadi adanya korelasi antar variabel independen. Nilai TOL rendah sama dengan nilai VIF tinggi ($TOL < VIF$). Apabila dari hasil pengujian diperoleh nilai TOL lebih besar dari 0,10 ($TOL > 0,10$) dan nilai VIF menunjukkan kurang dari 10 ($TOL < 10$) maka dapat disimpulkan bahwa model dapat dikatakan terbebas dari gejala multikolinieritas (Ghozali, 2016:106).

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

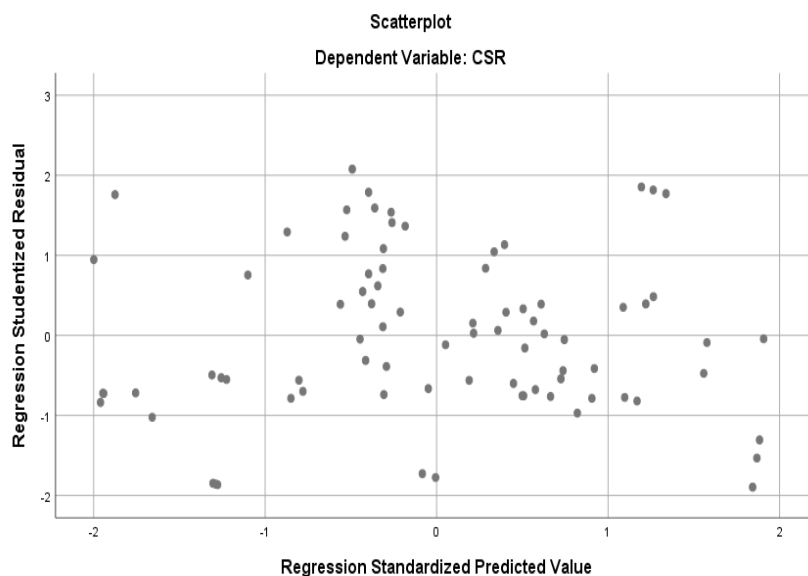
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	ROA	.770	1.299
	DER	.844	1.184
	SIZE	.913	1.095
	UM	.813	1.231

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Berdasarkan pada Tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* (TOL) lebih besar dari 0,1 ($TOL > 0,10$) serta hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$). Maka memiliki kesimpulan bahwa model regresi tidak terjadi korelasi antar variabel bebas atau terbebas dari gejala multikolinieritas antar variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Berdasarkan pada gambar diatas diketahui hasil yaitu terlihat hampir semua titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu yang jelas serta tersebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Maka, tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai untuk mengetahui nilai perusahaan berdasar masukan dari variabel independenya.

Uji Autokorelasi

Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas dari masalah autokorelasi. Pendeteksian ada atau tidaknya autokorelasi dilakukan dengan melihat dari kriteria yaitu angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.531 ^a	.281	.244	.106890	.763

a. Predictors: (Constant), UM, DER, SIZE, ROA

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 5 maka dapat diketahui bahwa nilai uji autokorelasi menunjukkan persamaan nilai *Durbin Watson* sebesar 0,763 terletak antara -2 sampai dengan +2. Maka, dapat disimpulkan bahwa di dalam model regresi tidak ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya), sehingga tidak ada korelasi (hubungan) antara data satu dengan yang lain.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar perubahan faktor yang digunakan dalam model penelitian yaitu mengenai Profitabilitas (ROA), *Leverage* (DER), Ukuran Perusahaan (SIZE), dan Umur (UM) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Tabel 6
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-.253	.218		-1.160	.250
	ROA	-.018	.105	-.019	-.171	.864
	DER	-.026	.014	-.197	-1.862	.067
	SIZE	.018	.008	.237	2.327	.023
	UM	.002	.001	.426	3.948	.000

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 6, maka penjelasan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dimasukkan ke dalam persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$CSR = -0,253 - 0,018ROA - 0,026DER + 0,018SIZE + 0,002UM + e$$

Penjelasan untuk persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut: Nilai konstanta merupakan interpretasi dari Y jika X sama dengan 0, sehingga menunjukkan bahwa jika variabel dependen yang digunakan dalam model penelitian sebesar konstanta tersebut maka besarnya nilai konstanta -0,253 menunjukkan bahwa variabel ROA, DER, SIZE, dan UM sama dengan nol (= 0), maka variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) sama dengan -0,253. Nilai koefisien Profitabilitas sebesar -0,018 sehingga memiliki kesimpulan koefisien bertanda negatif menunjukkan bahwa adanya hubungan yang berlawanan antara variabel Profitabilitas dengan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR). Maka, dapat diinterpretasikan bahwa jika Profitabilitas mengalami kenaikan maka akan menurunkan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Nilai koefisien *Debt to Equity Ratio* (DER) sebesar -0,026 sehingga memiliki kesimpulan koefisien bertanda negatif menunjukkan bahwa adanya hubungan yang berlawanan antara variabel *Debt to Equity Ratio* (DER) dengan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR). Maka, dapat diinterpretasikan bahwa jika *Debt to Equity Ratio* (DER) mengalami kenaikan maka akan menurunkan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Nilai koefisien *Firm Size* sebesar 0,018 sehingga memiliki kesimpulan koefisien bertanda positif menunjukkan bahwa adanya hubungan yang searah antara variabel *Firm Size* dengan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR). Maka, dapat diinterpretasikan bahwa jika *Firm Size* mengalami kenaikan maka akan meningkatkan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Nilai koefisien Umur Perusahaan sebesar 0,002 sehingga memiliki kesimpulan koefisien bertanda positif menunjukkan bahwa adanya hubungan yang searah antara variabel Umur Perusahaan dengan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR). Maka, dapat diinterpretasikan bahwa jika Umur Perusahaan mengalami kenaikan maka akan meningkatkan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Uji F (*Goodness Of Fit*)

Apabila nilai model regresi lebih kecil dari 0,05 maka nilai regresi tersebut menunjukkan fit atau baik, hal ini berlaku sebaliknya jika nilai model regresi lebih besar dari 0,05 maka nilai regresi tersebut menunjukkan tidak fit atau tidak baik (Ghozali, 2016). Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai F yang terlihat pada ANOVA tersaji pada tabel dibawah ini sebagai berikut:

Tabel 7
Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.340	4	.085	7.444	.000 ^b
	Residual	.868	76	.011		
	Total	1.209	80			

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), UM, DER, SIZE, ROA

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Berdasarkan pada Tabel 7 memiliki kesimpulan bahwa nilai F hitung sebesar 7,444 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena probabilitas signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$), sehingga hasil dari model regresi menunjukkan bahwa pada model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi variabel independen (bebas) yaitu Profitabilitas yang diproksikan dengan *Ratio On Assets (ROA)*, *Leverage* yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio (DER)*, Ukuran Perusahaan yang diproksikan dengan *Firm Size (SIZE)* dan Umur Perusahaan yang diproksikan dengan UM. Maka, disimpulkan bahwa model penelitian yang digunakan dapat dikatakan layak untuk disajikan sebagai model regresi.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 8
Hasil Uji Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.531 ^a	.281	.244	.106890	.763

a. Predictors: (Constant), UM, DER, SIZE, ROA

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Berdasarkan pada Tabel 8 dapat dilihat bahwa besarnya koefisien determinasi yang ditunjukkan oleh nilai *R Square* pada penelitian ini sebesar 0,281 atau 28,1%. Maka, menunjukkan bahwa kontribusi variabel Profitabilitas yang diproksikan dengan *Ratio On Assets (ROA)*, *Leverage* yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio (DER)*, Ukuran Perusahaan yang diproksikan dengan *Firm Size (SIZE)*, dan Umur Perusahaan yang diproksikan dengan UM menjelaskan variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah sebesar 28,1% sedangkan sisanya 71,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak di ikut sertakan dalam model.

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Tabel 9
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	-.253	.218		-1.160	.250
	ROA	-.018	.105	-.019	-.171	.864
	DER	-.026	.014	-.197	-1.862	.067
	SIZE	.018	.008	.237	2.327	.023
	UM	.002	.001	.426	3.948	.000

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Berdasarkan pada Tabel 9 menunjukkan hasil pengujian hipotesis sebagai berikut: (a) Variabel Profitabilitas yang diproksikan *Ratio On Assets* (ROA) memiliki nilai signifikansi t sebesar $0,864 > 0,05$ dengan nilai beta (*Unstandardized*) sebesar $-0,018$. Maka artinya Variabel bebas Profitabilitas yang diproksikan *Ratio On Assets* (ROA) memiliki arah yang negatif dan tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Ratio On Assets* (ROA) berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ditolak. (b) Variabel *Leverage* yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) memiliki nilai signifikansi t sebesar $0,067 > 0,05$ dengan nilai beta (*Unstandardized*) sebesar $-0,026$, maka artinya variabel bebas *Leverage* yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) memiliki arah yang negatif dan tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ditolak. (c) Variabel Ukuran Perusahaan yang diproksikan dengan *Firm Size* (SIZE) memiliki nilai signifikansi t sebesar $0,023 < 0,05$ dengan nilai beta (*Unstandardized*) sebesar $0,018$. Maka artinya variabel *Firm Size* (SIZE) memiliki arah positif. Sehingga dapat disimpulkan *Firm Size* (SIZE) berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diterima. (d) Variabel Umur Perusahaan memiliki nilai signifikansi t sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai beta (*Unstandardized*) sebesar $0,002$. Maka artinya variabel Umur Perusahaan (UM) memiliki arah positif. Sehingga dapat disimpulkan Umur Perusahaan (UM) berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diterima.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil pengujian atas hipotesis profitabilitas terhadap pengungkapan CSR dapat diketahui bahwa variabel profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Assets* (ROA) tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini dibuktikan hasil pengujian yang menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar $-0,171$ dan nilai signifikansi t sebesar $0,864 < 0,05$ dengan nilai beta (*Unstansardized*) sebesar $-0,018$ yang memiliki arti arah negatif dan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis satu (H_1) yaitu profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ditolak.

Hasil menunjukkan tidak ada pengaruh antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas karena laba tinggi dapat dimiliki oleh perusahaan yang kecil tanpa harus melakukan pengungkapan CSR, laba tersebut dihasilkan karena menerapkan efisiensi pada segi biaya dan melakukan penjualan yang maksimal. Sehingga semakin tinggi atau rendahnya profitabilitas tidak berpengaruh dengan tinggi atau rendahnya pengungkapan CSR. Hasil penelitian selaras dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Lungu (2011) yang menyatakan bahwa ketika tingkat profitabilitas yang rendah maka mereka berharap para

pengguna laporan akan membaca berita baik pada kinerja perusahaan (sebagai contoh: lingkup sosial) dengan begitu investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut.

Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan memperoleh hasil bahwa variabel *Leverage* yang diprosikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini ditunjukkan dengan nilai *t* hitung sebesar -1,862 dan nilai signifikansi *t* sebesar $0,067 > 0,05$ dengan nilai beta (*Unstandardized*) sebesar -0,026 yang artinya memiliki arah pengaruh negatif dan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sehingga memiliki kesimpulan bahwa hipotesis kedua (H_2) yaitu *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ditolak.

Maka dapat disimpulkan nilai rata-rata perusahaan masih kurang dari standar industri yang baik, sehingga kesimpulannya adalah semakin tinggi atau rendahnya *leverage* tidak mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini dan Christiawan (2014) yang menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pengaruh Size Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan memperoleh hasil bahwa variabel *Size* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini ditunjukkan dengan nilai *t* hitung sebesar 2,327 dan nilai signifikansi *t* sebesar $0,023 < 0,05$ dengan nilai beta (*Unstandardized*) sebesar 0,018 yang artinya memiliki arah pengaruh positif dan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sehingga memiliki kesimpulan bahwa hipotesis ketiga (H_3) yaitu *Size* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diterima.

Perusahaan besar akan melakukan pengungkapan CSR lebih banyak dibanding dengan perusahaan kecil karena perusahaan besar tidak akan terlepas dari tekanan dan dengan aktivitas operasinya maka akan berpengaruh besar terhadap masyarakat yang mungkin nantinya akan menjadi pemegang saham yang selalu memperhatikan program sosial yang dibuat oleh perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial ini sangat berpengaruh. Hasil pada penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Rukmana *et al.*, (2020), yang menyatakan bahwa semakin tinggi *size* perusahaan maka akan semakin tinggi pula pengungkapan CSR, dan berlaku sebaliknya. Selain itu, penelitian ini juga selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Tampubolon dan Dina (2019), Sari *et al.*, (2017) dan Irianti (2020) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan memperoleh hasil bahwa variabel umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini ditunjukkan dengan nilai *t* hitung sebesar 3,948 dan nilai signifikansi *t* sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai beta (*Unstandardized*) sebesar 0,002 yang artinya memiliki arah pengaruh positif dan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sehingga memiliki kesimpulan bahwa hipotesis keempat (H_4) yaitu umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diterima.

Perusahaan yang memiliki umur yang banyak lebih memiliki kesadaran untuk melakukan kegiatan CSR beserta pengungkapannya dengan tujuan untuk memperoleh kepercayaan dari pihak eksternal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tingginya

umur perusahaan maka semakin tinggi pula pengungkapan CSR, begitupula sebaliknya. Penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Indriyani dan Yuliandhari (2020) dan Febriansyah (2020) yang mana menunjuk bahwa umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian pada data yang diteliti, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut: (1) Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal itu disebabkan kemungkinan laba tinggi dapat dimiliki oleh perusahaan yang kecil tanpa harus melakukan pengungkapan CSR, laba tersebut dihasilkan karena menerapkan efisiensi pada segi biaya dan melakukan penjualan yang maksimal (2) *Leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, karena menunjukkan besar kecilnya *leverage* (*DER*) tidak mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, hal ini menunjukkan bahwa pembayaran hutang mengakibatkan berkurangnya laba karena perusahaan mementingkan pelunasan hutang dibandingkan mengeluarkan banyak biaya untuk mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (3) *Size* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini menunjukkan bahwa. Perusahaan besar akan melakukan pengungkapan CSR lebih banyak dibanding dengan perusahaan kecil karena perusahaan besar tidak akan terlepas dari tekanan dan dengan aktivitas operasinya. (4) Umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini menunjukkan bahwa dengan semakin lamanya umur perusahaan maka informasi CSR yang diberikan kepada publik dan pihak-pihak yang memiliki kepentingan akan semakin lebih banyak pula.

Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian, kesimpulan, dan keterbatasan dalam penelitian ini. Maka peneliti dapat memberikan saran atas hasil penelitian yang diuraikan sebagai berikut: (1) Bagi investor, dalam membuat keputusan untuk berinvestasi sebaiknya lebih memperhatikan laporan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaporkan oleh entitas perusahaan yang terkait, karena laporan dari pengungkapan CSR Perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi eksistensi perusahaan itu sendiri. (2) Bagi perusahaan, sebaiknya lebih memperluas tingkat pengungkapan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaannya. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan reputasi perusahaan sehingga lebih menarik minat investor dalam berinvestasi. (3) Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk menggunakan objek penelitian lain seperti LQ45, pertambangan, *property* dan *real estate* agar hasil yang didapat peneliti lebih baik. Selain itu, peneliti berikutnya dapat menambah jangka waktu penelitian dan variabel untuk mengetahui lebih jelas faktor-faktor karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sekaligus mampu memberikan informasi bagi para peneliti yang tertarik dalam bidang yang sama dan mengembangkan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, P. R., dan Y. J. Christiawan. 2014. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi pada Perusahaan-Perusahaan yang Mendapat Penghargaan ISRA dan Listed (*Go-Public*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2010-2012). *Jurnal Business Accounting Review* 2(1).
- Febriansyah, R.A. 2020. Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Dewan Komisaris, dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Skripsi*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Ghozali dan Chairi, 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Undip. Semarang.

- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8*. Cetakan ke VIII. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gumanti, T. A. 2017. *Keuangan Korporat Tinjauan Teori dan Bukti Empiris*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Indriyani, A. D., dan S. W. Yuliandhari 2020. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* (Studi Empiris Pada Perusahaan LQ45 Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015- 2018). *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi* 6(1): 1559-1568.
- Irianti, I. N. 2020. Pengaruh *Size, Profitabilitas, Leverage*, Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018). *Jurnal Akuntansi & Keuangan Daerah* 15(1): 100-112.
- Jensen, M. C., dan W. Meckling, 1976. Theory of the firm: Managerial behavior, agency cost and ownership structure. *Journal of Finance Economic* 3(1): 305-360.
- Kasmir. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. PT Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Lungu. 2011. *Research On Corporate Social Responsibility Reporting*. *Amfiteatru Economic* 13(29).
- Ningsih, T.T.S. 2016. Pengaruh *Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2014). *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi PERBANAS. Surabaya.
- Nurbayanti, A. 2020. Analisis Pengaruh *Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Ukuran Dewan Komisaris* Terhadap *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Prisma* 1(5): 97-111.
- Prianto. 2020. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR Dengan Jumlah Anggota Direksi Sebagai Variabel Moderasi. *Skripsi*. Universitas Negri Semarang. Semarang.
- Putri, R. K. 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 2012-2014. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 4(1): 558-572.
- Respati, R. D., dan P. B. Hadiprajitno. 2015. Analisis Profitabilitas, *Leverage, Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, dan Pengungkapan Media* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014). *Diponegoro Journal Of Accounting* 4(4): 1-11.
- Ruroh, I. N., dan S. W. Latifah 2018. Pengaruh Profitabilitas, *Leverage, Ukuran Perusahaan dan Risk Mnimization* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei Periode 2015- 2016). *Jurnal Akademi Akuntansi* 1(1): 1-42.
- Rukmana, E., E. Hendri, dan Rismansyah. 2020. Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Mediasi* 3(1): 1-12.
- Saputra, S. E. 2016. Pengaruh *Leverage, Profitabilitas dan Size* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Economic Education* 5(1): 75-89.
- Sari, Y., L. Suzan, dan E. Budiono. 2017. Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Kasus Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2013). *e-Proceeding of Management* 4(2): 1534-1541.

- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Tampubolon, E. G dan Dina, A. S. 2019. Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawa Sosial Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Maneksi* 8(2): 223-229.
- Yurika dan Viriany. 2019. Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi* 1(3): 703-711.