

PENGARUH MODAL KERJA, PROFITABILITAS, DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

Fika Ananda Santoso

fikaas.13@gmail.com

Titik Mildawati

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of work capital, profitability, and sales growth on Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure. Work capital was measured by current assets divided by current liabilities, profitability was measured by Return On Equity (ROE), and sales growth was measured by sales growth ratio at present with the previous. Meanwhile, CSR was measured by each company's exposure divided by total items of disclosure. The research was quantitative. Moreover, the population was Food and Beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The data collection technique used purposive sampling with 17 companies as the sample. Furthermore, the data were taken during 2019-2020. The data analysis technique used multiple linear regression with SPSS 27. The result showed that capital work, profitability, and sales growth did not affect CSR. Additionally, the three independent variables namely work capital, profitability, and sales growth did not directly affect CSR disclosure as those had different focuses within companies. In other words, the companies would still expose their social responsibility, environment, and economy; as it was important to build the reputation, of their image, and also gain customers' trust in the longterm sustainability.

Keywords: work capital, profitability, sales growth, CSR

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh modal kerja, profitabilitas, dan sales growth terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Modal kerja diukur menggunakan asset lancar dibagi kewajiban lancar, profitabilitas diukur dengan *Return On Equity* (ROE), *sales growth* diukur menggunakan rasio pertumbuhan penjualan periode sekarang dengan periode sebelumnya, sedangkan CSR diukur menggunakan pengungkapan pada setiap masing2 perusahaan dibagi dengan total item pengungkapan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi penelitian adalah perusahaan sektor food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Proses pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria yang ditentukan. Sehingga didapatkan sampel sebanyak 17 perusahaan. Data yang diambil yakni periode tahun 2019 - 2022. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan Regresi Linier Berganda dengan menggunakan program SPSS versi 27. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel modal kerja, profitabilitas, dan sales growth tidak berpengaruh terhadap CSR. Ketiga variabel independen tersebut yakni modal kerja, profitabilitas, dan *sales growth* tidak berpengaruh secara langsung terhadap pengungkapan CSR karena variabel tersebut memiliki fokus yang berbeda didalam perusahaan. Perusahaan akan tetap mengungkapkan tanggung jawab sosial, lingkungan, dan ekonominya karena penting untuk membangun reputasi, citra perusahaan, memenangkan kepercayaan pelanggan, dan menjaga keberlanjutan jangka panjang.

Kata Kunci: modal kerja, profitabilitas, *sales growth*, CSR

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha di Indonesia saat ini semakin pesat dan kompetitif seiring berkembangnya teknologi yang semakin canggih khususnya di sektor industry barang konsumsi. Keadaan demikian yang membuat persaingan juga semakin ketat, sehingga

perusahaan tidak hanya dituntut untuk mampu menghasilkan produk yang bermutu tinggi bagi konsumen namun juga harus mampu mengelola keuangannya dengan baik dan profesional, artinya kebijakan pengelola keuangan harus dapat menjamin keberlangsungan usaha perusahaan. Tetapi, perusahaan juga dituntut agar memperhatikan dampak sosial yang timbul dan bagaimana mengatasinya. Tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya sebatas peduli lingkungan saja, tetapi juga kepada seluruh pemangku kepentingan diantaranya karyawan, pelanggan, kreditor, pemegang saham, dan komunitas. Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang sering disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dikatakan sebagai suatu kepercayaan bahwa para manager, dalam menjalankan fungsi mengorganisasikan dan mengelola usaha akan membuat keputusan yang didasarkan kepada pemaksimalan kepentingan sosial dan ekonomi.

Implementasi CSR harus menjadi suatu bagian dalam peran bisnis dan termasuk dalam kebijakan bisnis perusahaan, sehingga dunia bisnis bukan hanya merupakan suatu organisasi yang berorientasi pada pencapaian laba maksimal tetapi juga menjadi suatu organisasi pembelajaran, dimana setiap individu yang terlibat didalamnya memiliki kesadaran sosial dan rasa memiliki tidak hanya pada lingkungan organisasi saja melainkan juga pada lingkungan sosial dimana perusahaan berada. Implementasi CSR memiliki manfaat utama, antara lain memberikan hubungan yang kuat antara perusahaan dengan pemangku kepentingan (karyawan, pemasok, pelanggan) serta dukungan yang besar oleh pemerintah; meningkatkan efisiensi energi atau pengelolaan limbah yang lebih baik; dapat menghasilkan penghematan biaya jangka panjang; meningkatkan citra dan reputasi perusahaan di mata konsumen; memberikan dampak positif langsung pada masyarakat sekitar melalui dukungan pendidikan, kesehatan, dan pembangunan ekonomi; dan dapat meningkatkan akses ke modal dan investasi.

Makin meningkatnya perhatian akan implementasi CSR menandai era kebangkitan masyarakat sehingga sudah seharusnya CSR tidak hanya menekankan pada aspek *philantropy* (dorongan kemanusiaan yang bersumber dari norma dan etika universal untuk menolong sesama dan memperjuangkan pemerataan sosial) maupun level strategi, melainkan harus makin diperluas pada tingkat kebijakan yang lebih makro dan riil (Korhonen, 2006). Untuk menjamin keberhasilan *Corporate Social Responsibility* (CSR), pengalaman dan pengetahuan khusus sangat diperlukan, sehingga perusahaan harus dapat belajar dari pengalaman perusahaan-perusahaan yang telah melaksanakan program CSR sebagai salah satu kebijakan manajemen perusahaan. Menurut Suripto (1999) pada umumnya perusahaan besar memiliki aktiva yang besar, penjualan besar, skill karyawan yang baik, sistem informasi yang canggih, jenis produk yang banyak, struktur kepemilikan lengkap, sehingga membutuhkan tingkat pengungkapan secara luas. Praktik pengungkapan tanggung jawab sosial memegang peranan yang penting untuk perusahaan karena perusahaan hidup di lingkungan masyarakat dan tak jarang aktivitasnya memiliki dampak sosial dan lingkungan. Terdapat tiga tanggung jawab perusahaan yang harus dilakukan secara bersama-sama dan seimbang terhadap para pemegang kepentingan, yaitu tanggung jawab ekonomi, tanggung jawab atas hukum serta peraturan, dan tanggung jawab sosial. Eklinton (1997) menggunakan istilah "*triple bottom-line - profit, people, and planet*". Pendekatan Triple Bottom Line ini untuk mengukur nilai kesuksesan suatu perusahaan dengan memperhatikan dampak positif pada masyarakat dan lingkungan selain mencapai keuntungan finansial. Perusahaan yang menerapkan pendekatan Triple Bottom Line memiliki manfaat, antara lain: (1) Keberlanjutan Ekonomi (Profit) (2) Keadilan Sosial (People) (3) Pelestarian Lingkungan (Planet)

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, dapat diidentifikasi rumusan masalah sebagai berikut : 1) Apakah modal kerja berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?, 2) Apakah profitabilitas (ROE) berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?, 3) Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?. Berdasarkan rumusan masalah yang diidentifikasi, adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: 1)

Untuk menguji pengaruh modal kerja terhadap pengungkapan CSR. 2) Untuk menguji pengaruh profitabilitas (ROE) terhadap pengungkapan CSR. 3) Untuk menguji pengaruh pertumbuhan penjualan/pertumbuhan penjualan terhadap pengungkapan CSR.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Stakeholder

Teori stakeholder mengatakan bahwa keberlanjutan dan kesuksesan sebuah organisasi bergantung pada kemampuan organisasi untuk mencapai tujuan-tujuan ekonomi dan non-ekonomi, dengan cara menyeimbangkan keinginan dari berbagai stakeholder-nya (Pirsch *et al.* 2007). Teori stakeholder mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya (Freeman *et al.*, 1984 dalam Azheri, 2012). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut. Gray, Kouhy dan Adams mengatakan bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan stakeholders sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Semakin powerful stakeholder, maka semakin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan stakeholdernya.

Teori Legitimasi

Teori legitimasi berhubungan erat dengan teori stakeholder. Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi secara berkelanjutan mencari cara untuk menjamin operasi mereka berada dalam batas dan norma yang berlaku di masyarakat. Teori legitimasi berkaitan dengan bagaimana perusahaan berusaha memperoleh dan mempertahankan dukungan dan pengakuan dari pihak-pihak yang berkepentingan dengan cara mengkomunikasikan tanggung jawab sosialnya. Dalam perspektif teori legitimasi, suatu perusahaan akan secara sukarela melaporkan aktifitasnya jika manajemen menganggap bahwa hal ini adalah yang diharapkan komunitas. Menurut Hadi (2011) legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan masyarakat, pemerintah, kelompok masyarakat dan individu, maka perusahaan harus menitikberatkan terhadap pemenuhan kepentingan tersebut. Teori ini menyatakan bahwa keberadaan suatu perusahaan dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama apabila semua aktivitas operasinya berjalan dengan lancar dan tidak mengganggu atau sesuai dengan masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Bagi perusahaan legitimasi dianggap sangat penting sekali, karena legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi salah satu factor yang baik dan strategis untuk perkembangan perusahaan kedepannya.

Teori Sinyal

Teori sinyal menjelaskan tentang bagaimana manajer memberikan sinyal kepada investor untuk mengurangi asimetri informasi melalui laporan keuangan. Laporan keuangan yang baik akan meningkatkan nilai perusahaan, apabila pada laporan keuangan yang disajikan perusahaan menyajikan profitabilitas perusahaan baik, pembayaran dividen yang relatif besar, menginformasikan biaya-biaya akuntansi lingkungan dan rasio likuiditas yang tinggi maka laporan keuangan perusahaan tersebut akan memberikan sinyal yang positif bagi para pengguna laporan keuangan khususnya investor. Perusahaan akan memberikan sebuah signal informasi yang bertujuan untuk memberikan peringatan kepada pihak investor ataupun pihak yang lain yang berpentingan. Informasi yang baik adalah informasi yang mampu menyediakan kelengkapan data, relevan, akurat dan ketepatan waktu yang diperlukan investor dalam mengambil sebuah keputusan investasi. Teori Sinyal menjelaskan bahwa kegiatan CSR merupakan sinyal yang terkait dengan kualitas manajemen. Perusahaan yang memiliki kualitas yang tinggi cenderung menggunakan akuntansi sosial dan lingkungan

perusahaan sebagai pengalihan dari pelaporan keuangan tradisional serta menunjukkan bahwa nilai pasar perusahaan dalam posisi yang baik.

Modal Kerja

Kasmir (2010), modal kerja adalah modal yang digunakan untuk melakukan kegiatan operasi perusahaan sebagai investasi yang ditanamkan dalam aktiva lancar atau aktiva jangka pendek, seperti kas, bank, surat-surat berharga, piutang, persediaan, dan aktiva lancar lainnya (Subagyo dan Purwanto, 2017: 100). Keputusan terhadap manajemen modal kerja dapat mempengaruhi kondisi perusahaan sebagai berikut: 1) Kelebihan jumlah aktiva bisa berakibat pada realisasi pengembalian investasi yang kurang diharapkan, yang disebabkan karena banyaknya aset yang kurang optimal pemanfaatannya. 2) Sebaliknya aktiva lancar yang terlalu sedikit dapat menimbulkan kesulitan dan kelancaran dalam menjalankan operasional usaha. Dengan demikian terdapat dua faktor penting dalam pengelolaan modal

Profitabilitas

Kusumadilaga (2010) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba bersih yang didapat dari aktivitas perusahaan pada periode akuntansi. Tingkat profitabilitas yang semakin tinggi menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba tersebut juga semakin tinggi, sehingga mampu untuk meningkatkan tanggungjawab sosial serta pengungkapan tanggungjawab sosialnya dalam laporan keuangan dapat diungkapkan secara lebih luas (Kamil dan Herusetya, 2012). Rouf (2023), Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan adalah profitabilitasnya. Investor membeli saham dalam bisnis untuk mendapatkan pengembalian, yang meliputi dividen dan keuntungan modal. Semakin besar potensi keuntungan, semakin tinggi permintaan pengembalian investor, yang meningkatkan nilai perusahaan. *Return On Equity* (ROE) digunakan dalam penelitian ini sebagai proksi profitabilitas sebagai ukuran profitabilitas perusahaan. Kemampuan manajemen perusahaan untuk menangani modal yang tersedia untuk menghasilkan laba setelah pajak dievaluasi dengan menggunakan rasio ini. Kemungkinan suatu perusahaan dalam keadaan sulit menurun seiring dengan meningkatnya ROE seiring dengan kuantitas laba yang dicapai perusahaan.

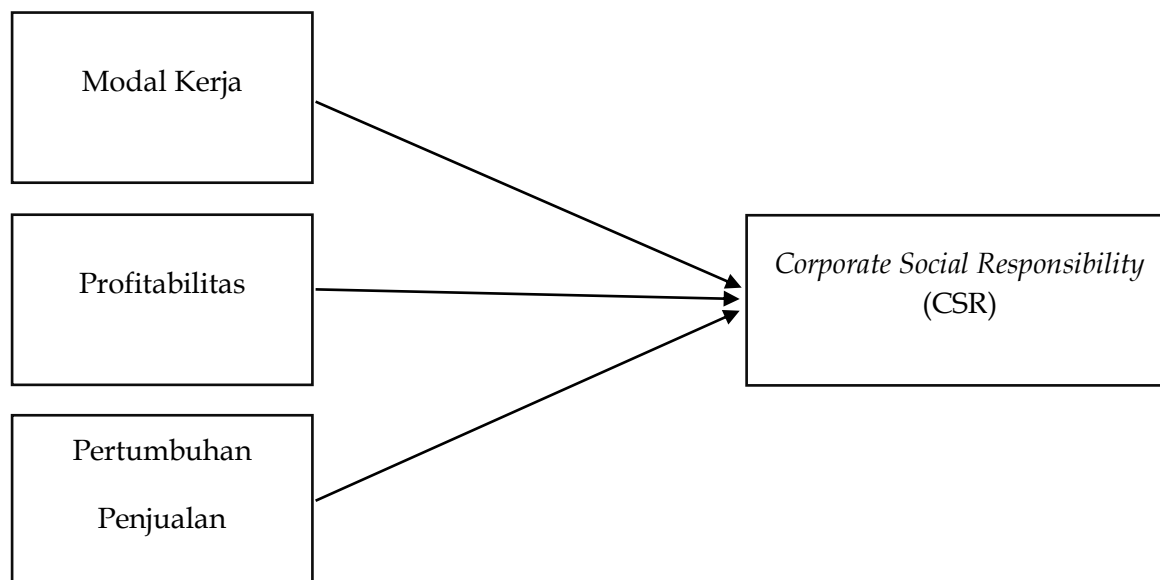
Pertumbuhan Penjualan

Penjualan memiliki peranan penting dalam bidang usaha atau perusahaan. Bila penjualan perusahaan stabil, maka perusahaan akan berada dalam kondisi aman dalam memutuskan untuk mengambil hutang dalam jumlah yang lebih besar dan mengeluarkan beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak stabil (Brigham dan Housto, 2001:188). Hal ini berhubungan dengan pertumbuhan penjualan, maka pertumbuhan perusahaan juga akan bertumbuh dan biasanya perusahaan cenderung menggunakan proporsi hutang lebih besar. Menurut Pagano dan Schivardi (2003) dalam Putra dan Badjra (2015). Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang strategis bagi perusahaan karena pertumbuhan penjualan ditandai dengan peningkatan market share yang akan berdampak pada peningkatan penjualan dari perusahaan sehingga akan meningkatkan profitabilitas dari perusahaan.

Rerangka Konseptual

Rerangka konseptual adalah susunan dari suatu konstruksi logika yang sedang berpikir untuk menjelaskan suatu variable penelitian yang akan diteliti. Rerangka konseptual berguna untuk menghubungkan, atau menjelaskan secara panjang lebar tentang suatu topik yang akan dibahas. Rerangka konseptual mencakup variable independent dan variable dependen yang

akan diteliti untuk memahami suatu permasalahan. Rerangka konseptual penelitian ini adalah :



Gambar 1
Rerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Modal Kerja terhadap Pengungkapan CSR

Modal kerja merupakan aspek yang paling penting bagi tiap perusahaan karena modal kerja merupakan faktor penentu berjalannya kegiatan operasional dalam jangka pendek dalam perusahaan. Kegiatan operasional tersebut berpengaruh pada pendapatan yang diperoleh perusahaan. Perusahaan yang mampu menghasilkan nilai tambah atau keuntungan yang sustainable (berkelanjutan) adalah perusahaan yang mampu memanfaatkan modal kerjanya secara efektif dan efisien. Kesalahan atau tidak efektifnya pengelolaan modal kerja bisa menyebabkan menurunnya performa operasional perusahaan. Hal ini berdampak pula pada peningkatan atau penurunan nilai perusahaan yang dapat memberikan sinyal pada investor. Ofori *et al.*, (2014) pada penelitiannya menyatakan adanya hubungan positif modal kerja dengan pengungkapan CSR. Perusahaan yang memiliki dan mampu mengelola modal kerja yang baik maka dapat menutupi jangka pendek perusahaan dengan lancar, sehingga perusahaan kemungkinan dapat mengungkapkan CSR dari hasil usaha atau labanya. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis yang diajukan untuk penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

H₁ : Modal kerja berpengaruh signifikan terhadap CSR

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR

Tingginya profitabilitas perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dalam pengungkapan CSR dan itu tergantung dari bagaimana persepsi investor terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan. Profitabilitas merupakan indikator yang sering digunakan investor untuk melihat nilai dari sebuah perusahaan. Perusahaan dengan nilai ROE yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dan memiliki posisi persaingan yang kuat. Dengan adanya pengungkapan CSR, stakeholder dapat mengevaluasi dan mengetahui bagaimana perusahaan dalam melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan stakeholder dan kepedulian terhadap masalah lingkungan dan sosial. Salah satu bentuk implementasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi

perannya kepada pihak stakeholder adalah dengan melaksanakan CSR (Putri dan Baridwan, 2013). Menurut Rouf (2023), Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan adalah profitabilitasnya. Investor membeli saham dalam bisnis untuk mendapatkan pengembalian, yang meliputi dividen dan keuntungan modal. Semakin besar potensi keuntungan, semakin tinggi permintaan pengembalian investor, yang meningkatkan nilai perusahaan. *Return On Equity* (ROE) digunakan dalam penelitian ini sebagai proksi profitabilitas sebagai ukuran profitabilitas perusahaan. Kemampuan manajemen perusahaan untuk menangani modal yang tersedia untuk menghasilkan laba setelah pajak dievaluasi dengan menggunakan rasio ini. Kemungkinan suatu perusahaan dalam keadaan sulit menurun seiring dengan meningkatnya ROE seiring dengan kuantitas laba yang dicapai perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis yang diajukan untuk penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

H₂ : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap CSR

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Pengungkapan CSR

Penjualan merupakan salah satu sumber pendapatan dalam perusahaan. Penjualan memiliki peranan penting dalam bidang usaha atau perusahaan. Perusahaan pasti menginginkan pertumbuhan penjualan tetap stabil atau meningkat dari tahun ke tahunnya. Jika perusahaan selalu mengalami peningkatan dalam penjualannya dan biaya-biaya dapat dikondisikan, maka laba yang diperoleh perusahaan akan meningkat. Jika laba meningkat, maka keuntungan yang diperoleh investor juga akan meningkat. Bila penjualan perusahaan stabil, maka perusahaan akan berada dalam kondisi aman dalam memutuskan untuk mengambil hutang dalam jumlah yang lebih besar dan mengeluarkan beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak stabil (Brigham dan Housto, 2001:188). Rosalina (2021) menyatakan bahwa Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap pengungkapan Tanggung Jawab Sosial atau *Corporate Social Responsibility*, karena semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan maka perusahaan berhasil dalam melaksanakan strateginya serta Pertumbuhan penjualan juga manifestasi keberhasilan investasi periode masa lalu dan dijadikan pertumbuhan masa yang akan datang. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis yang diajukan untuk penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

H₃ : Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap CSR

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kuantitatif. Penelitian Kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada data angka yang didapat dengan metode statistik dan melakukan rangka pengujian hipotesis sehingga dapat dihasilkan signifikan hubungan variable yang diteliti. Populasi (objek) yang digunakan dalam penelitian ini adalah Perusahaan *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sektor industry barang konsumsi sub sektor food and beverage pada periode tahun 2019 - 2022 (4 tahun).

Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono 2016:85). Berikut kriteria pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) Perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI selama periode 2019 - 2022 (2) Perusahaan sektor *food and beverage* yang menerbitkan laporan keuangan tahunan dan melaporkan pengungkapan CSR secara lengkap selama periode 2019 - 2022, (3) Perusahaan sektor *food and beverage* yang memiliki laba berturut-turut selama periode 2019 - 2022

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan yakni data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara yaitu website idx, hasil-hasil penelitian, buku-buku, artikel, dan berbagai publikasi serta instansi terkait yang relevan dengan masalah yang diangkat. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan di *Website Indonesian Stock Exchange* (www.idx.co.id).

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat menjelaskan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Pada penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu konsep perusahaan memahami dan mengakui tanggungjawab nya terhadap dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan dari operasinya. Pengungkapan CSR merupakan cara pemberian informasi dan pertanggungjawaban dari perusahaan terhadap stakeholders. Hal ini juga merupakan salah satu cara untuk mendapatkan, mempertahankan serta meningkatkan legitimasi stakeholders (Kartini, 2013:56). Berikut merupakan pengukuran dari CSR :

$$\text{CSR} = \frac{\text{Jumlah pengungkapan CSR di perusahaan}}{\text{Total item pengungkapan CSR}}$$

Variabel Independen

Modal kerja

Modal kerja merupakan modal yang digunakan untuk melakukan kegiatan operasi perusahaan. Modal kerja dapat diartikan sebagai investasi yang ditanamkan dalam aktiva lancar atau aktiva jangka pendek, seperti kas, bank, surat-surat berharga, piutang, persediaan dan aktiva lancar (Kasmir, 2019: 250). Menurut Ahmad dan Elan (2017: 100) Keputusan terhadap manajemen modal kerja dapat mempengaruhi kondisi perusahaan sebagai berikut: (1) Kelebihan jumlah aktiva bisa berakibat pada realisasi pengembalian investasi yang kurang diharapkan ,yang disebabkan karena banyaknya aset yang kurang optimal pemanfaatannya. (2) Sebaliknya aktiva lancar yang terlalu sedikit dapat menimbulkan kesulitan dan kelancaran dalam menjalankan operasional usaha. Berikut merupakan rumus pengukuran modal kerja :

$$\text{Modal Kerja} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan atau entitas bisnis untuk menghasilkan laba atau keuntungan dari operasinya selama suatu periode waktu tertentu. Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik sehingga dapat menarik minat investor. Perusahaan membutuhkan rasio ini untuk melihat apakah perusahaan sudah tepat dalam menjalankan usahanya, karena laba dapat dijadikan dasar bagi suatu perusahaan untuk menjalankan kegiatannya. Pada penelitian ini menggunakan pengukuran ROE (*Return On Equity*), berikut rumus ROE :

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Ekuitas}}$$

Pertumbuhan Penjualan

Menurut Musaidah (2016) Pertumbuhan penjualan yaitu rasio pertumbuhan atas penjualan yang merupakan indikator dari penerimaan pasar atas produk atau jasa yang dihasilkan, serta pendapatan yang dihasilkan dari penjualan tersebut dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan. Kegiatan penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor tertentu yang dapat meningkatkan aktivitas perusahaan, oleh karena itu manajer penjualan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan. Ada beberapa faktor 30 yang mempengaruhi kegiatan penjualan menurut Swastha (2005:406) adalah sebagai berikut: (1) Kondisi dan kemampuan penjualan (2) Kondisi pasar (3) Modal dan (4) Kondisi organisasi perusahaan. Berikut merupakan rumus pengukuran pertumbuhan penjualan :

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan (t)} - \text{Penjualan (t-1)}}{\text{Penjualan (t-1)}}$$

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda karena terdapat lebih dari dua variabel independen dalam penelitian. Penggunaan teknik ini bertujuan untuk memahami korelasi serta sejauh mana dampak variabel-variabel bebas (independen) yaitu modal kerja, profitabilitas, dan pertumbuhan penjualan terhadap variabel terikat (dependen) yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan menggunakan alat bantu berupa perangkat lunak SPSS (*Statistical Product and Service Solution*).

Analisis Statistik Deskriptif

Sugiyono (2016:206) analisis deskriptif statistic adalah statistic yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa ada maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis statistik digunakan sebagai langkah awal dalam proses analisis data. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan pemahaman yang jelas tentang pola-pola yang mungkin ada dalam data. Dalam analisis statistik deskriptif, data dijelaskan dengan menggunakan berbagai ukuran dan grafik statistik, seperti mean (rata-rata), median (nilai tengah), modus (nilai yang paling sering muncul), deviasi standar, serta histogram, diagram batang, atau diagram lingkaran.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dimaksudkan untuk mengevaluasi kualitas data, memastikan keabsahan data, serta mencegah terjadinya pengaruh yang tidak efisien atau memberikan estimasi yang tidak dapat diandalkan, sehingga tidak dapat diambil sebuah keputusan. Penguji asumsi klasik ini melibatkan empat jenis uji, yakni uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan sebuah uji untuk menilai sebaran data pada variabel atau kelompok data, apakah berdistribusi normal ataukah tidak. Jika data berdistribusi normal dapat diasumsikan bahwa data diambil secara acak dari populasi normal. Data dikatakan berdistribusi normal apabila tidak mempunyai perbedaan yang signifikan atau yang baku dibandingkan dengan normal baku. Dalam melakukan uji normalitas, metode yang sering digunakan adalah uji statistik One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dengan ketentuan jika nilai signifikansi > 0,05 maka menunjukkan data berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai signifikansi < 0,05 maka menunjukkan data tidak berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Umar (2011:179) mendefinisikan uji heteroskedastisitas sebagai berikut: "Heteroskedastisitas adalah dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain". Identifikasi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan memeriksa pola titik-titik pada *scatterplot* regresi, dan keputusan diambil berdasarkan berikut: (1) Jika ada suatu pola khusus, seperti susunan titik-titik yang membentuk pola tertentu dengan urutan yang teratur (melebar, bergelombang, lalu menyempit), maka akan terjadi heteroskedastisitas, (2) Jika tidak terdapat pola yang terlihat dengan jelas, seperti distribusi titik-titik di atas dan di bawah nilai 0 pada sumbu Y, maka heteroskedastisitas tidak terjadi.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi adalah sebuah analisis statistik yang dilakukan untuk mengetahui adakah korelasi variabel yang ada di dalam model prediksi dengan perubahan waktu. Uji Autokorelasi memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode saat ini (t) dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya (t-1) (Ghozali, 2011). Pengujian dilaksanakan dengan menerapkan uji Durbin Watson (DW-test) sesuai dengan persyaratan menurut Sunyoto (2016:98) sebagai berikut: (1) Autokorelasi positif, apabila nilai DW dibawah -2 ($DW < -2$), (2) Tidak ada autokorelasi, apabila nilai DW diantara -2 dan +2 atau $-2 < DW < +2$, (3) Autokorelasi negatif, apabila DW di atas +2 ($DW > +2$).

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengevaluasi dampak variabel independen, seperti modal kerja, profitabilitas, dan pertumbuhan penjualan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel dependen. Berikut merupakan persamaan analisis linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini:

$$PBV = \alpha + \beta_1 MK + \beta_2 ROE + \beta_3 GROWTH + e$$

Keterangan :

PBV	: Nilai Perusahaan
α	: Konstanta
β	: Koefisien Regresi
MK	: Modal Kerja
ROE	: Profitabilitas
Growth	: Pertumbuhan Penjualan
e	: Tingkat Kesalahan (error)

Uji Hipotesis

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

Uji t

Menurut Sugiyono (2018:223) Uji t merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Rancangan

pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel yang di teliti. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh hubungan satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2015:88). Pengujian hipotesis menggunakan tingkat signifikan sebesar 0,05 (5%) atau tingkat keyakinan sebesar 0,95 (95%). Dengan cara pengambilan keputusan : 1) Bila t statistik signifikan > 0,05, maka Ho diterima. 2) Bila t statistik signifikan < 0,05, maka Ho ditolak.

Uji F

Uji F bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan layak atau tidak. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan F < 0.05 maka dapat diartikan bahwa variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya (Ghozali, 2016).

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik digunakan sebagai langkah awal dalam proses analisis data. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan pemahaman yang jelas tentang pola-pola yang mungkin ada dalam data. Dalam analisis statistik deskriptif, data dijelaskan dengan menggunakan berbagai ukuran dan grafik statistik, seperti mean (rata-rata), median (nilai tengah), modus (nilai yang paling sering muncul), deviasi standar, serta histogram, diagram batang, atau diagram lingkaran.

Tabel 1
Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean
MK	68	.55	13.31	3.1138
ROE	68	.00	1.05	.1735
SG	68	-.47	.50	.0903
CSR	68	.19	.51	.3481

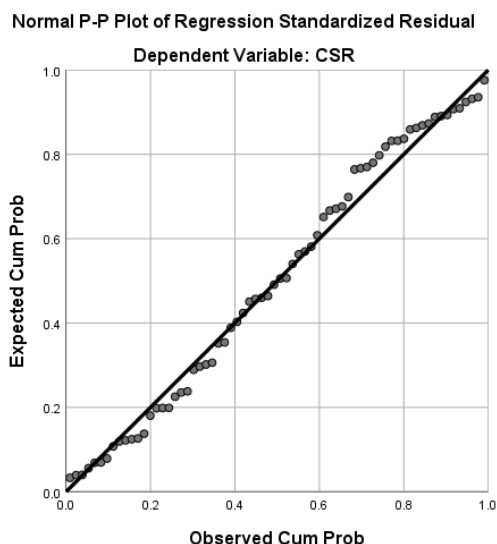
Sumber: Laporan Keuangan, diolah (2024)

Dari data yang telah dianalisis, dapat diambil kesimpulan bahwa pada variable Modal kerja memiliki nilai minimum sebesar 0,55, nilai maximum sebesar 13,31 dengan rata-rata 3,1138 dan standar deviasi sebesar 2,93017. Pada variabel Profitabilitas memiliki nilai minimum sebesar 0,00, nilai maximum sebesar 1,05 dengan rata-rata 0,1735 dan standar deviasi sebesar 0,19072. Pada variabel Pertumbuhan penjualan memiliki nilai minimum sebesar -0,47, nilai maximum sebesar 0,50 dengan rata-rata 0,0903 dan standar deviasi sebesar 0,18298. Pada variabel CSR memiliki nilai minimum 0,19, nilai maximum sebesar 0,51 dengan rata-rata 0,3481 dan standar deviasi sebesar 0,8514.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan sebuah uji untuk menilai sebaran data pada variabel atau kelompok data, apakah berdistribusi normal ataukah tidak. Data dikatakan berdistribusi normal apabila tidak mempunyai perbedaan yang signifikan atau yang baku dibandingkan dengan normal baku. Dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, metode yang sering digunakan adalah uji statistik One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dengan ketentuan jika nilai signifikansi > 0,05 maka menunjukkan data berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai signifikansi < 0,05 maka menunjukkan data tida berdistribusi normal.



Gambar 2
 Normal P-Plot of Regression Standardized Residual
 Sumber: Laporan keuangan, diolah (2024)

Hasil uji normalitas pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel sebagai berikut :

Tabel 2
 Uji Normalitas
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		68
Normal Parameters^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.08378448
Most Extreme Differences	Absolute	.093
	Positive	.061
	Negative	-.093
Test Statistic		.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

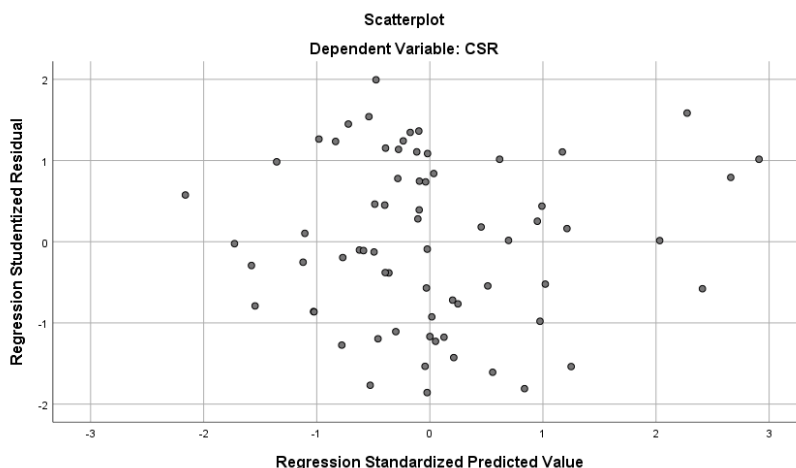
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Laporan keuangan, diolah (2024)

Pada tabel diatas menunjukkan nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,200 sedangkan tingkat signifikannya adalah 0,05. Hasil menunjukkan bahwa 0,200 lebih tinggi daripada 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel yang digunakan pada data tersebut berdistribusi normal artinya model regresi memenuhi asumsi normalitas dan layak untuk digunakan.

Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas yaitu untuk menguji apakah ada variance yang tidak seragam dari residual antar pengamatan dalam model regresi. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan grafik scatterplot.



Gambar 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot
Sumber: Laporan keuangan, diolah (2024)

Berdasarkan gambar diatas Uji Heteroskedastisitas menggunakan Scatterplot pada grafik terlihat bahwa tidak membentuk suatu pola dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi penelitian ini.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi adalah sebuah analisis statistik yang dilakukan untuk mengetahui adakah korelasi variabel yang ada di dalam model prediksi dengan perubahan waktu. Uji Autokorelasi memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode saat ini (t) dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya (t-1) (Ghozali, 2011). Berikut hasil uji autokorelasi dapat dilihat dari tabel sebagai berikut :

Tabel 3
Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.178 ^a	.032	-.014	.08573	1.191

a. Predictors: (Constant), SG, ROE, MK

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Laporan keuangan, diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa asumsi residual independent telah terpenuhi atau tidak terjadi autokorelasi data. Hal ini ditunjukkan melalui nilai *durbin watson* yang berada diantara -2 sampai dengan +2.

Uji Hipotesis

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Berikut hasil dari pengujian Koefisien Determinasi adalah sebagai berikut :

Tabel 4
Uji Hipotesis - Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.178 ^a	.032	-.014	.08573	1.191

a. Predictors: (Constant), SG, ROE, MK

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Laporan keuangan, diolah (2024)

Pada tabel diatas menunjukkan nilai R square 0,032. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa persentasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 32%. Artinya nilai 32% dapat dijelaskan bahwa variabel independen pada penelitian ini yang meliputi modal kerja, profitabilitas, dan *pertumbuhan penjualan* memiliki kemampuan sebesar 32% dalam mempengaruhi variabel dependen pada penelitian ini meliputi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sedangkan sisanya sebesar 68% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Uji t

Menurut Sugiyono (2018:223) Uji t merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel yang di teliti. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh hubungan satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2015:88). Berikut hasil dari pengujian Uji t adalah sebagai berikut :

Tabel 5
Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.324	.020		16.257	.000
	MK	.005	.004	.159	1.263	.211
	ROE	.031	.056	.070	.560	.577
	SG	.041	.058	.089	.710	.480

Sumber: Laporan keuangan, diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa : 1) Hasil pengujian untuk variabel modal kerja menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,211. Modal kerja memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa modal kerja tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sehingga H1 ditolak.2) Hasil pengujian untuk variabel profitabilitas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,577. Profitabilitas memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sehingga H2 ditolak. 3) Hasil pengujian untuk variabel *Pertumbuhan penjualan* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,480. *Pertumbuhan penjualan* memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa *Pertumbuhan penjualan* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sehingga H3 ditolak.

Uji F

Uji F bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan layak atau tidak. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan F < 0.05 maka dapat diartikan bahwa variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya (Ghozali, 2016). Berikut hasil dari pengujian Uji f adalah sebagai berikut :

Tabel 5
Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.015	3	.005	.695	.558 ^b
	Residual	.470	64	.007		
	Total	.486	67			

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), SG, ROE, MK

Sumber: Laporan keuangan, diolah (2024)

Berdasarkan hasil tabel uji f, diketahui bahwa nilai signifikan 0,558 yang artinya nilai $f > 0,05$. Sehingga diketahui secara bersama-sama (simultan) variabel independent tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Pembahasan

Pengaruh Modal Kerja terhadap CSR

Berdasarkan analisis yang dilakukan pada Uji t, pengujian untuk variabel modal kerja menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,211. Modal kerja memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa modal kerja tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sehingga H_1 ditolak. Modal kerja adalah ukuran likuiditas jangka pendek perusahaan, yang terdiri dari asset lancar dikurangi kewajiban lancar dimana hanya mampu mencerminkan perusahaan dalam membiayai operasi perusahaan sehari-hari sedangkan pengungkapan CSR adalah bagaimana perusahaan dapat mengkomunikasikan aktivitas tanggungjawab sosialnya kepada para pemangku kepentingan, termasuk laporan tentang lingkungan, social, dan tata kelola perusahaan. Perusahaan dengan likuiditas yang baik cenderung lebih konsisten dalam mengungkapkan aktivitas tanggungjawab sosialnya, namun komitmen untuk pengungkapan CSR juga didukung dan didorong oleh nilai dan budaya perusahaan. Modal kerja digunakan untuk operasional perusahaan, sehingga perusahaan mungkin lebih memprioritaskan penggunaan modal kerja untuk memastikan kelancaran operasional perusahaan. Pengungkapan CSR biasanya didanai dari anggaran khusus yang terpisah dari modal kerja, perusahaan mengalokasikan sebagian dari laba atau dana CSR khusus untuk inisiatif lingkungan dan sosialnya. Sehingga modal kerja tidak berpengaruh secara langsung terhadap pengungkapan CSR karena modal kerja hanya untuk kebutuhan finansial jangka pendek, sedangkan CSR berdampak pada citra dan reputasi perusahaan dalam jangka panjang. Hasil penelitian ini sejalan dengan Goss dan Roberts (2009) menyatakan sebaliknya bahwa tidak ada hubungan antara modal kerja dan CSR. Modal kerja yang cukup dan efektif akan meningkatkan nilai perusahaan, sehingga nilai perusahaan yang baik terkait dengan adanya pengungkapan CSR akan memberikan sinyal yang positif kepada pihak eksternal.

Pengaruh Profitabilitas terhadap CSR

Berdasarkan analisis yang dilakukan pada Uji t, pengujian untuk variabel profitabilitas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,577. Profitabilitas memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sehingga H_2 ditolak. Pada penelitian ini pengukuran profitabilitas yang diambil adalah *Return On Equity* (ROE), dimana ROE adalah gambaran tentang efisien perusahaan dalam menggunakan ekuitas yang dimiliki pemegang saham untuk menghasilkan keuntungan. Semakin tinggi nilai ROE, semakin efisien perusahaan dalam memanfaatkan modal ekuitasnya untuk menghasilkan laba. ROE yang tinggi biasanya dianggap sebagai indikator yang baik bagi kesehatan keuangan dan kinerja perusahaan. Hal ini tidak berpengaruh secara langsung terhadap pengungkapan CSR, karena setiap perusahaan wajib mengungkapkan tanggungjawab sosialnya agar dapat diterima dengan baik dilingkungan sekitar perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Yausi dan Willy (2020)

yang menyatakan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR. Menurut Donovan dan Gibson (2000), dari sisi teori legitimasi, profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini didukung dengan argumentasi bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca *good news* kinerja perusahaan. Menurut Rukmana (2020) mengatakan bahwa nilai profitabilitas menunjukkan bahwa perusahaan akan tetap mengungkapkan tanggungjawab sosialnya tanpa memperhatikan besar kecilnya laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi merasa tidak perlu mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosialnya dengan asumsi para pembaca laporan tahunan sudah tertarik dengan pencapaian kinerja keuangan perusahaan yang baik. Sehingga pengungkapan CSR perusahaan hanya untuk memenuhi peraturan UU yang mengatur tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan sehingga pengungkapan CSR merupakan program tahunan yang harus dilakukan. Ini berarti bahwa besar kecilnya profitabilitas tidak akan mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap CSR

Berdasarkan analisis yang dilakukan pada Uji t, pengujian untuk variabel Pertumbuhan penjualan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,480. Pertumbuhan penjualan memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sehingga H_3 ditolak. Berdasarkan teori stakeholder, menyatakan bahwa jika perusahaan mampu meraih dukungan dari para stakeholder-nya maka perusahaan akan meraih dukungan yang berkelanjutan, menikmati pertumbuhan pangsa pasar, meningkatkan penjualan, dan laba perusahaan sehingga pada teori ini semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan (Lako, 2011). Namun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Pertumbuhan penjualan tidak memiliki hubungan secara langsung terhadap CSR, sehingga meningkat atau menurunnya nilai pertumbuhan penjualan perusahaan, tidak akan mempengaruhi pengungkapan CSR pada perusahaan. Karena perusahaan akan tetap mengungkapkan CSR, yang tujuannya dapat menambah nilai citra baik pada lingkungan sekitarnya dan dapat menarik stakeholders untuk bergabung dengan perusahaan agar dapat membangun perusahaan jauh lebih baik lagi serta dapat mencapai tujuan perusahaan. Hasil ini sejalan dengan Khafinatul (2020) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap CSR, nilai pertumbuhan penjualan tidak akan mempengaruhi pengungkapan CSR pada suatu perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mengambil kesimpulan sesuai dengan hasil yang didapat dari olah data SPSS versi 27 dengan jumlah sampel 17 perusahaan dengan periode selama 4 tahun, sehingga total yang didapat adalah 68 sampel. Penelitian ini memfokuskan pada variabel modal kerja, profitabilitas, dan pertumbuhan penjualan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hasil dapat menyimpulkan bahwa, (1) Modal kerja tidak berpengaruh terhadap CSR (2) Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR (3) Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap CSR artinya meskipun meningkat atau menurunnya pertumbuhan penjualan pada suatu perusahaan setiap tahunnya, tidak mempengaruhi pengungkapan CSR. Hasil ini dikarenakan pengungkapan CSR dianggap wajib bagi perusahaan untuk diungkapkan, karena dari pengungkapan CSR

tersebut perusahaan mendapatkan citra baik dari masyarakat, sehingga dapat menarik stakeholder untuk bergabung dengan perusahaan agar dapat membangun perusahaan hingga mencapai tujuan.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang mempengaruhi hasil yang diperoleh. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah (1) Penelitian ini hanya menggunakan variabel modal kerja, profitabilitas, dan pertumbuhan penjualan. (2) Sampel yang digunakan dalam penelitian ini masih terbatas, hanya 17 perusahaan dengan rentan waktu 4 tahun yakni 2019-2022 sehingga total sampel hanya 68 sampel dimana jika sampel pada penelitian lebih banyak akan menghasilkan hasil yang maksimal dan baik

Saran

Saran yang dapat diberikan adalah (1) Diharapkan dapat memperpanjang waktu pengamatan, agar dapat memberikan hasil yang maksimal (2) Bagi perusahaan diharapkan dapat melakukan evaluasi tiap periode agar terlaksananya pengungkapan CSR ini dapat sesuai target, serta perusahaan juga harus dapat mempelajari apa saja factor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Agar pemangku kepentingan dengan perusahaan dapat membangun hubungan yang baik dan kuat serta dapat meningkatkan keberlanjutan perusahaan dan memberikan dampak positif yang luas pada lingkungan sekitarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayem, S. dan R. T. W. Nuwa. 2021. Pengaruh Likuiditas, Leverage dan Pertumbuhan penjualan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Forum Ekonomi. Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa*. 23(4)791-803. Yogyakarta.
- Kasmir. 2010. *Dasar-dasar Perbankan*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- _____. 2019. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Prenadamedia Group. Jakarta.
- Korhonen, J. 2006. On the Ethics of Social Responsibility Considering the Paradigm of Industrial Metabolism. *Journal of Business Ethics*.
- Ofori, D. F., B.R. Nyuur., M. Darko. 2014. *Corporate social responsibility and financial performance*. *Journal Bussines*. 14 (1).
- Saputra, A. R. D. 2023. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur tahun 2017-2020. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* 12(4):1-26.
- Subagyo, A., dan E.N. Purwanto. 2017. *Prinsip-prinsip Keuangan Wirausaha*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Swastha, B. 2005. *Asas-asas marketing*. Penerbit Liberty. Yogyakarta.
- Umar, H. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* Edisi 11. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.