

Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Makanan dan Minuman

Hanjar Wicaksono, Fera Sasmita, Ruby Adya Ananta

Universitas Tanjungpura

Correspondence: b1032201007@student.untan.ac.id, b1032201037@student.untan.ac.id,

b1032201013@student.untan.ac.id

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara kinerja keuangan yang diukur dengan ROA, ROE, PBV, DAR, DER, dan SIZE dengan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018 hingga 2022. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, dimana sampel dipilih secara sengaja sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian. Sebanyak 115 perusahaan dijadikan sampel untuk penelitian ini. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa: 1) ROA tidak berdampak signifikan pada tanggungjawab sosial perusahaan (CSR); 2) ROA tidak berdampak signifikan pada tanggung jawab sosial perusahaan (CSR); 3) PBV berdampak signifikan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (CSR); 4) DAR tidak berdampak signifikan pada tanggung jawab sosial perusahaan (CSR); 5) DER tidak berdampak signifikan pada tanggung jawab sosial perusahaan (CSR); dan 6) Ukuran perusahaan berdampak signifikan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

Kata kunci: tanggungjawab sosial perusahaan (CSR); profitabilitas, nilai perusahaan, *leverage*, ukuran perusahaan

Abstract. This study aims to explore the relationship between financial performance as measured by ROA, ROE, PBV, DAR, DER, and SIZE and corporate social responsibility (CSR) in food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange from 2018 to 2022. Collection data was collected using a purposive sampling method, where the sample was chosen deliberately according to the aims and objectives of the study. A total of 115 companies were sampled for this study. According to the findings of the study, 1) ROA has no significant impact on corporate social responsibility (CSR). 2) ROA has no significant impact on corporate social responsibility (CSR). 3) PBV has a significant impact on corporate social responsibility (CSR). 4) DAR has no significant impact on corporate social responsibility (CSR). 5) DER has no significant impact on corporate social responsibility (CSR). and 6) Company size has a significant impact on corporate social responsibility (CSR). This research has implications for companies in the food and beverage sector in order to improve the company's financial performance through CSR disclosure, because the higher the CSR disclosure, the higher the company's financial performance.

Keywords: corporate social responsibility (CSR), profitability, price to book value (PBV), leverage, size

PENDAHULUAN

Konsep Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) baru-baru ini mendapatkan popularitas. Perusahaan dengan berbagai ukuran mengklaim memenuhi kewajiban CSR mereka di komunitas mereka di seluruh dunia. CSR menjadi lebih utama sebagai akibat dari meningkatnya kecemasan pemangku kepentingan. Sekarwigati & Effendi (2019) menjelaskan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) mencakup tugas perusahaan kepada banyak konstituennya. Ini membantu citra merek dan memberi penghargaan kepada konsumen dan karyawan setia yang telah berkontribusi pada kesuksesan perusahaan di masa lalu. Menurut lingkungan kerja dimana bisnis beroperasi, serta sumber daya dan kemampuan organisasi itu sendiri, tanggung

jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan tindakan nyata yang dilakukan oleh perusahaan.

Penelitian Silva et al., (2021) menemukan bahwa (1) hubungan positif antara pengungkapan sosial dan kinerja sosial perusahaan, di mana perusahaan besar mengungkapkan lebih banyak informasi sosial daripada perusahaan kecil karena visibilitas politiknya yang lebih besar; (2) hubungan positif antara pengungkapan sosial dan visibilitas politik, dimana perusahaan besar mengungkapkan lebih banyak informasi sosial daripada perusahaan kecil; dan (3) hubungan positif antara pengungkapan sosial dengan kinerja sosial perusahaan. Penelitian yang berbeda menunjukkan pengaruh yang berbeda dari ukuran perusahaan, profitabilitas, dan

leverage terhadap CSR (Syilfania, 2022). Hasil yang berbeda tersebut mendorong peneliti menggunakan variabel tersebut sebagai penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji perusahaan pada subsektor makanan dan minuman. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kinerja keuangan yang diukur dengan ROA, ROE, PBV, DAR, DER, dan SIZE terhadap *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2018 hingga tahun 2022.

Kajian Literatur dan Hipotesis

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), kinerja keuangan perusahaan merupakan metrik kunci dalam menentukan seberapa baik perusahaan mengelola asetnya. Ini menyiratkan bahwa kemampuan perusahaan untuk memenangkan konsumen dan pemodal yang skeptis di masa depan akan bergantung pada hasil keuangannya. Manajemen bisnis yang sukses tercermin dalam kemampuan perusahaan untuk memenuhi atau melampaui sasaran kinerja keuangannya. Akibatnya, kemampuan perusahaan untuk mengelola sumber daya dan biaya untuk memaksimalkan keuntungan diukur dengan kinerja keuangannya. Kemampuan perusahaan untuk pertumbuhan bisnis yang sukses juga dapat diukur melalui ekspansi dan investasi, sebagian dengan melihat kinerja keuangannya (Rafid et al., 2019).

Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk mengubah pendapatan, aset, dan ekuitasnya menjadi laba. Efisiensi dalam menghasilkan pendapatan penjualan diukur dengan berbagai ukuran profitabilitas. Menurut Klaudia et al., (2022), ada enam indikator yang dapat digunakan untuk mengevaluasi profitabilitas perusahaan: margin laba bersih, margin laba kotor, pengembalian aset, pengembalian ekuitas, laba per saham, dan pengembalian investasi. Kapasitas bisnis untuk menggunakan semua asetnya untuk menghasilkan laba sebelum pajak ditunjukkan oleh *return on assets* (ROA). Manajemen menilai kemandirian dan efisiensi pengelolaan aset organisasi dengan menggunakan rasio ini. Semakin efektif perusahaan menggunakan sumber dayanya, semakin tinggi ROA-nya, dan sebaliknya.

Profitabilitas setelah pajak dapat diukur dengan melihat *return on equity* (ROE) perusahaan. Rasio ini sangat penting bagi investor karena mengungkapkan kualitas

pengawasan fiskal manajemen. Pengembalian ekuitas (ROE) yang lebih besar bermanfaat bagi reputasi perusahaan di mata investor karena menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengalokasikan uang. ROA dan ROE dihitung dengan membagi laba bersih perusahaan setelah pajak dengan total aset dan ekuitas masing-masing. Menurut Jonathan & Sinaga, (2022), ROI tidak lagi menjadi faktor pendorong bagi pelaku bisnis untuk melakukan CSR. Berlawanan dengan kepercayaan umum, bagaimanapun, CSR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ROE, seperti yang ditunjukkan oleh penelitian (Kartini et al., 2019). Dalam penelitian ini, diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Profitabilitas (ROA) memiliki pengaruh positif terhadap CSR.

H2: Profitabilitas (ROE) memiliki pengaruh positif terhadap CSR.

Rasio *price to book value* (PBV) mengevaluasi harga pasar per saham terhadap nilai buku per saham. Rasio ini dapat digunakan untuk harga saham untuk menentukan apakah harganya wajar atau tidak. Jika PBV rendah, saham dianggap murah dan merupakan pilihan investasi jangka panjang yang bijak. Namun, nilai PBV yang rendah juga bisa menjadi tanda menurunnya kualitas dan kinerja korporasi yang menerbitkan saham tersebut. Akibatnya, perlu juga membandingkan nilai PBV dengan perusahaan lain di sektor yang sama. Investigasi lebih lanjut diperlukan jika terdapat varian yang besar (Hery, 2016). PBV adalah rasio pasar sebagai cara untuk menilai kinerja harga saham dalam kaitannya dengan nilai buku. Rasio PBV menjelaskan hubungan antara harga saham di pasar saham dengan nilai buku per saham. Laporan CSR juga memuat data sosial dan lingkungan selain data keuangan. Perusahaan menggunakan CSR dan mempublikasikannya untuk meningkatkan nilai perusahaan (PBV). Temuan studi sebelumnya tentang dampak nilai perusahaan terhadap pengungkapan CSR terdapat ketidaksesuaian. Dalam penelitian ini, diajukan hipotesis sebagai berikut:

H3: Nilai perusahaan (PBV) memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Leverage adalah rasio yang digunakan untuk menilai *leverage* perusahaan, atau sejauhmana hutangnya menutupi biaya aset perusahaan. Berapa banyak aset perusahaan yang didanai oleh hutang dapat ditentukan dengan menggunakan metrik yang disebut *leverage* (Kasmir, 2010). Menurut teori keagenan, perusahaan memiliki tanggung jawab untuk

menyebarkan lebih banyak informasi sebanding dengan tingkat pengaruhnya. Ini karena biaya agensi secara proporsional lebih tinggi untuk perusahaan dengan struktur modal yang lebih besar (Smulowitz et al., 2019). Jumlah *leverage* yang tinggi meningkatkan risiko gagal bayar utang kepada pemberi pinjaman. Dapat dipahami bahwa perusahaan dengan tingkat utang yang tinggi berhati-hati dalam melakukan pengungkapan CSR yang luas agar tidak menimbulkan kemarahan dari banyak kreditur mereka. Dalam penelitian ini, diajukan hipotesis berikut:

H4: *Leverage* (DAR) memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

H5: *Leverage* (DER) memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang terkait dengan struktur perusahaan dan dapat diukur melalui total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Dampak ukuran perusahaan terhadap pelaporan CSR diperhitungkan dalam teori keagenan. Menurut teori keagenan, perusahaan yang lebih besar memiliki biaya keagenan penyediaan informasi yang lebih tinggi, begitu juga sebaliknya. Dalam hal potensi pendapatan dan kemampuan untuk mengoptimalkan nilai ekonomi, organisasi yang lebih besar seringkali memiliki lebih banyak hal untuk dikerjakan daripada organisasi yang lebih kecil, karena stabilitas keuangan mereka yang lebih besar, perusahaan besar berada dalam posisi yang lebih baik untuk memenuhi kewajiban pengungkapan CSR mereka daripada perusahaan kecil. Oleh karena itu, ukuran perusahaan merupakan salah satu elemen keuangan yang mempengaruhi sejauh mana tanggung jawab sosial perusahaan dilaporkan. Perusahaan dan organisasi dengan rasa tanggung jawab sosial yang kuat bekerja untuk meningkatkan kehidupan masyarakat di semua bidang masyarakat, bukan hanya intinya. Tanggung jawab sosial perusahaan diukur dengan kesediaannya untuk mengintegrasikan aspek sosial dan lingkungan ke dalam operasi bisnis secara berkelanjutan (Mutamimah et al., 2011). Menurut Teori Legitimasi, bisnis memiliki batasan yang ditetapkan oleh norma dan nilai masyarakat. Sebagai hasil dari kendala ini, perilaku organisasi akan sadar lingkungan

menjadi lebih penting. Dalam penelitian ini, diajukan hipotesis berikut:

H6: Ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

METODE

Metode kuantitatif yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis kausal-asosiasi. Tujuan dari metode asosiatif kausal adalah untuk membangun hubungan antara tiga atau lebih faktor independen. Tingkat pengungkapan CSR yang didefinisikan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) menjadi fokus penelitian deskriptif kuantitatif ini. Menurut Haniffa dan Cooke (2005), rumus CSRI adalah jumlah skor perusahaan pada semua item pengungkapan CSR dibagi dengan jumlah total item tersebut. Indeks CSR ditentukan dengan memberikan nilai 1 jika perusahaan mengungkapkan informasi terkait CSR dan nilai 0 sebaliknya.

Dalam penelitian ini, terdapat enam faktor independen. *return on equity* (ROE) dan *return on asset* (ROA) adalah dua matriks untuk profitabilitas, nilai perusahaan ditentukan dengan *price book value* (PBV), *debt to equity ratio* (DER) dan *debt to assets ratio* (DAR) adalah dua matriks untuk *Leverage*, dan logaritma normal dari total aset (Ln) digunakan untuk pendekatan ukuran perusahaan (SIZE). Empat puluh empat perusahaan yang beroperasi di industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia antara tahun 2018 dan 2022 merupakan populasi penelitian. Ada total 115 bisnis yang termasuk dalam studi (23 bisnis kali 5 tahun). Sampel dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling, dan terdiri dari perusahaan publik yang telah membuat laporan CSR berkelanjutan antara tahun 2018 dan 2022 tanpa delisting. Penelitian ini menggunakan strategi kuantitatif tipe asosiatif kausal untuk menyelidiki hubungan antara indikator kinerja keuangan (*return on assets* (ROA), *return on equity* (ROE), *price to book value* (PBV), *debt to assets* (DAR), *debt to equity* (DER), dan *company size* (SIZE)) dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada subsektor makanan dan minuman pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

Tabel 1
Hasil Seleksi Sampel

No.	Kriteria	Jumlah
1.	Jumlah emiten makanan dan minuman yang <i>listing</i> di BEI selama periode pengamatan	44
2.	Perusahaan yang tidak mengungkapkan csr selama 5 (lima) thaun berturut-turut	21
	Jumlah perusahaan yang diteliti	23

Sumber: data olahan

Data sekunder penelitian ini berasal dari laporan keuangan tahunan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022. Data ini dikumpulkan dari website perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI dengan website www.idx.co.id. Variabel yang akan digunakan dalam penelitian adalah variabel bebas diantaranya ROA (Brigham 2011); ROE, PBV (Gitman, 2012); DAR, DER (Kasmir, 2010); dan SIZE (Machfoedz, 1994) dengan variabel terikat CSR.

Metodologi penghitungan CSRDI (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index*) adalah $CSRDI = (\sum \text{Skor Item CSR diungkapkan} / \text{Jumlah Item CSR}) \times 100$. Skor total yang dicapai perusahaan dalam mengungkapkan item-item CSR adalah skor item CSR yang diungkapkan, yaitu diberi skor dengan nilai 1 jika

diungkapkan dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Formula ini menggunakan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, atau CSRDI. Jumlah item CSR adalah jumlah total item CSR yang dinilai untuk penelitian ini. Tingkat pengungkapan CSR perusahaan ditunjukkan oleh skor CSRDI, yang berkisar dari 0 hingga 100 dan diberikan sebagai persentase setelah perhitungan. Semakin tinggi skor CSRDI, semakin banyak pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan. Perhitungan CSRDI ini akan membantu mengevaluasi seberapa banyak informasi yang diungkapkan organisasi dalam laporan keuangan mereka tentang masalah ekonomi, lingkungan, dan sosial berdasarkan pedoman yang ditetapkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) G-4.

HASIL

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		114
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.86490800
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.060
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.064 ^c

Sumber: data olahan

Tabel 2 menjelaskan hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi (p-value) sebesar 0,064 yang lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditentukan (0,05), dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada cukup bukti statistik yang menunjukkan nilai residual tidak berdistribusi normal. Dalam konteks ini, asumsi bahwa nilai residual terdistribusi normal dapat diterima. Tabel 3 menjelaskan hasil uji multikolinearitas yang menunjukkan bahwa nilai *variance inflation factor* (VIF) untuk semua variabel independen kurang dari 10 menunjukkan bahwa model regresi linier berganda tidak menunjukkan

masalah multikolinearitas. Dapat dikatakan bahwa setiap variabel independen memberikan kontribusi yang berbeda untuk memahami variabel dependen karena tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel independen dalam model ketika nilai VIF rendah. Tabel 4 menjelaskan hasil uji heteroskedastisitas yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi (p-value) lebih besar dari 0,05, maka tidak terdapat indikasi adanya heteroskedastisitas pada salah satu variabel independen dalam model regresi linier berganda.

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.232	.026		8.768	.000		
ROA	.241	.157	.142	1.532	.129	.968	1.033
ROE	-.012	.014	-.077	-.843	.401	.987	1.013
PBV	-.002	.001	-.183	-1.989	.049	.979	1.021
DAR	-.017	.021	-.079	-.783	.435	.805	1.242
DER	-.017	.010	-.175	-1.716	.089	.794	1.259

Sumber: data olahan

Tabel 4
Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.043	1.535		1.982	.050
LN_ROA	.017	.052		.056	.330
LN_ROE	-.048	.049		-.172	.973
LN_PBV	-.013	.038		-.041	.737
LN_DAR	-.144	.073		-.340	.196
LN_DER	.069	.059		.219	.165
LN_Uk.Perusahaan	-.753	.452		-.183	.166

Sumber: data olahan

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.723 ^a	.522	.491	.12559	2.115

Sumber: data olahan

Tabel 5 menjelaskan hasil uji autokorelasi dengan menggunakan Durbin Watson dengan ambang batas signifikansi 5%, dihitung nilai du sebesar 1,8068, menghasilkan nilai sebesar 2,115. Ada 115 sampel total (n) dan 6 variabel independen total (k = 6). Dalam hal ini, 2,115 berada di antara 1,8068 dan 2,1932 (4-

1,8068). Akibatnya, dapat dikatakan bahwa model ini lolos uji autokorelasi. Ini menunjukkan tidak terdapat masalah serius pada hubungan antara residual model dan observasi sebelumnya, sehingga asumsi ketidakterkaitan (indpendence) dalam model regresi linear berganda tetap terpenuhi.

Tabel 6
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.514	.127		4.063	.000
ROA	.216	.155	.127	1.401	.164
ROE	-.011	.014	-.071	-.793	.430
PBV	-.003	.001	-.217	-2.375	.019
DAR	-.017	.021	-.079	-.794	.429
DER	-.019	.010	-.190	-1.893	.061
Uk.Perusahaan	-.010	.004	-.207	-2.281	.025

Sumber: data olahan

Tabel 6 menjelaskan persamaan model regresi model penelitian ini adalah sebagai berikut: $Y = 0,514 + 0,216X_1 + (-0,011)X_2 + (-0,003)X_3 + (-0,017)X_4 + (-0,019)X_5 + (-0,010)X_6$. Selain itu Tabel 6 menjelaskan hasil uji t adalah sebagai berikut:

- Nilai t untuk profitabilitas (ROA) dan profitabilitas (ROE) masing-masing adalah 1,401 dan -0,793, dengan probabilitas signifikan 0,164 dan 0,430. Karena kedua estimasi nilai t tersebut lebih dari taraf signifikansi 0,05, maka hipotesis nol ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel CSR hanya sedikit dipengaruhi oleh faktor profitabilitas (ROA dan ROE).
- Nilai Perusahaan (PBV) memiliki nilai t sebesar -2,375 dan probabilitas signifikansi sebesar 0,019. Nilai t yang dihitung berada di bawah taraf signifikansi (0,05) sehingga hipotesis nol diterima. Hal ini menunjukkan bahwa, setidaknya sebagian, variabel nilai

perusahaan (PBV) memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap variabel CSR.

- Nilai t untuk leverage (DAR) dan (DER) masing-masing adalah -0,794 dan -1,893, dengan probabilitas signifikan 0,429 dan 0,610. Karena kedua estimasi nilai t tersebut lebih dari taraf signifikansi 0,05, maka hipotesis nol ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel leverage (DAR dan DER) terhadap variabel CSR tidak signifikan.
- Ukuran perusahaan (SIZE) memiliki nilai t sebesar -2,281 dan nilai probabilitas signifikan sebesar 0,025. Nilai t yang dihitung berada di bawah taraf signifikansi (0,05) sehingga hipotesis nol diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa dampak yang dapat dilihat dari variabel ukuran perusahaan (SIZE) terhadap variabel CSR.

Tabel 7
Hasil Uji Analisis Simultan (Uji F)

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.491	6	.082	2.929	.011 ^b
	Residual	3.016	108	.028		
	Total	3.507	114			

Sumber: data olahan

Berdasarkan hasil pengujian, uji simultan pada Tabel 7 menunjukkan nilai signifikan F hitung sebesar 2,929 pada taraf signifikansi 0,011. Karena nilai signifikansi menunjukkan bahwa hasilnya kurang dari 0,05, maka model ini dapat digunakan untuk mengestimasi pengaruh profitabilitas (ROA dan ROE), nilai perusahaan (PBV), *leverage* (DAR, DER), dan ukuran perusahaan (SIZE) terhadap variabel dependen *corporate social responsibility* (CSR) pada industri makanan dan minuman periode 2018-2022.

Pengaruh Profitabilitas (ROA dan ROE) terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terlepas dari bagaimana profitabilitas diukur dengan ROA dan ROE, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) di sektor makanan dan minuman pada tahun 2018 sampai 2022 berpengaruh tidak signifikan. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikan t, yang lebih besar dari signifikansi yang sesuai kriteria 0,05 sedangkan 0,164 untuk ROA dan 0,430 untuk ROE. Dengan demikian, baik hipotesis pertama (H1) maupun

hipotesis kedua (H2) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak signifikan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hipotesis pertama (H1) dan hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif profitabilitas terhadap pengungkapan CSR ternyata tidak terbukti, dapat dilihat bahwa tingkat profitabilitas perusahaan tidak cukup untuk menjelaskan atau memprediksikan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Teori stakeholders memaparkan penjelasan mengapa profitabilitas tidak mempengaruhi CSR. Menurut teori pemangku kepentingan, manajemen akan mengutamakan kepentingan stakeholders saat membuat pilihan, terutama dalam hal keuangan. Jika stakeholders tidak mendukung atau mempromosikan pengungkapan tersebut, tingkat profitabilitas yang tinggi tidak selalu berpengaruh pada pengungkapan tersebut. Keputusan manajemen akan lebih dipengaruhi oleh kepentingan para stakeholders yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Dengan demikian temuan pada penelitian ini menemukan bahwa faktor profitabilitas berpengaruh tidak signifikan

terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh Nilai Perusahaan (PBV) terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)

Hasil penelitian uji statistik menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sangat dipengaruhi oleh variabel nilai perusahaan (PBV). Hal ini ditunjukkan dengan nilai t signifikan kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,019. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) dapat diterima yang menyatakan bahwa nilai perusahaan (PBV) dan CSR memiliki hubungan positif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat nilai perusahaan dapat menjelaskan dan memprediksi pengungkapan CSR.

Pengaruh Leverage (DAR dan DER) terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut hasil studi, faktor *leverage* (DAR dan DER) berpengaruh tidak signifikan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 yaitu 0,429 untuk DAR dan 0,061 untuk DER. Oleh karena itu, hipotesis keempat (H4) dan hipotesis kelima (H5) yang menyatakan bahwa *lrverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, ditolak. Tidak adanya pengaruh yang signifikan menunjukkan bahwa tingkat leverage, yang ditentukan oleh *debt to asset ratio* (DAR) dan *debt to equity ratio* (DER), tidak dapat digunakan untuk memprediksi atau menjelaskan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Hasil penelitian ini mungkin berbeda dengan penelitian lain yang melihat pengaruh variabel DAR dan DER terhadap pengungkapan CSR. Variasi dalam sampel penelitian yang digunakan, metode yang digunakan, dan keadaan mungkin berkontribusi pada perbedaan ini. Perusahaan dengan tingkat utang yang tinggi mungkin lebih memprioritaskan menjaga manajemen keuangan yang kuat dan menjaga kepercayaan kreditur daripada pengungkapan CSR, yang menurunkan pentingnya pengungkapan CSR. Penting untuk diingat bahwa setiap organisasi mungkin memiliki kebijakan dan prosedur pengungkapan tanggung jawab sosial yang berbeda.

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

Berdasarkan hasil penelitian, variabel ukuran perusahaan (Size) memiliki pengaruh

yang signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,015 yang lebih kecil dari 0,05. Akibatnya, hipotesis keenam (H6) bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berkorelasi positif dengan ukuran perusahaan diterima. Adanya pengaruh yang signifikan menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, apakah lebih besar atau lebih kecil, dapat memprediksi dan menjelaskan pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Perusahaan yang lebih besar lebih cenderung dituntut untuk memberikan keterbukaan informasi yang lebih banyak dan lebih mudah dalam mendapatkan informasi tentang perusahaan tersebut. Dengan demikian, perusahaan yang ukurannya lebih besar cenderung memiliki pengungkapan CSR yang lebih luas. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya, yang juga menunjukkan adanya pengaruh ukuran perusahaan terhadap CSR, seperti penelitian Syilfania et al., (2022).

SIMPULAN

Adapun simpulan penelitian ini adalah variabel ROA (*return on assets*), ROE (*return on equity*), DAR (*debt to asset ratio*) dan DER (*debt to equity ratio*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR), sementara variabel nilai perusahaan (PBV) dan ukuran perusahaan (*size*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR) pada industri subsektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, E. F. dan J. F. H. 2011. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 11 Buku 2. Salemba Empat.
- Gitman, Lawrence J., dan C. J. Z. 2012. *Principles of Managerial Finance*, 13th Edition. Pierson Prentice Hall.
- Hery. 2016. *Analisis Laporan Keuangan Integrated and Comprehensive Edition*. Grasindo.
- Jonathan, H., & Sinaga, J. T. G. 2022. Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Kualitas Audit Terhadap Pengungkapan Csr Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 6(2), 1136–1157. <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/2068>
- Kartini, P. T., Maiyarni, R., Tiswiyanti, W.,

- Akuntansi, J., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Jambi, U. (2019). Pengaruh Return on Asset (ROA), Return on Equity (ROE) dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(2), 343–366.
- Kasmir. 2010. *analisis laporan keuangan*. PT Raja Grafi Indo Persada.
- Klaudia, S., Parawiyati, P., & Harmono, H. 2022. Implementasi Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *JRAK: Jurnal Riset Akuntansi Dan Komputerisasi Akuntansi*, 13(1), 14–26. <https://doi.org/10.33558/jrak.v12i2.3115>
- Machfoedz, M. 1994. *Financial Ratio Analysis and The Prediction of Earnings Changes in Indonesia*,. Gajahmada University Business Review.
- Mutamimah, M., Hartono, S., & Sugiyanto, E. K. 2011. Model Peningkatan Return Saham Dan Kinerja Keuangan Melalui Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v4i1.2408>
- R.M. Haniffa dan T.E. Cooke. 2005. The impact of culture and governance on corporate social reporting, *Journal of Accounting and Public Policy. Journal of Accounting and Public Policy*, 24(5), 391–430.
- Rafid, A. G., Pohan, H. T., & Noor, I. N. 2019. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 4(2), 245–258. <https://doi.org/10.25105/jat.v4i2.4838>
- Sekarwigati, M., & Effendi, B. 2019. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Likuiditas terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *STATERA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 16–33.
- Silva, M. J., Azevedo, G., & Oliveira, J. 2021. Corporate Social Responsibility Disclosure. *Encyclopedia of Sustainable Management*, 1–11. https://doi.org/10.1007/978-3-030-02006-4_739-1
- Smulowitz, S., Becerra, M., & Mayo, M. 2019. Racial diversity and its asymmetry within and across hierarchical levels: The effects on financial performance. *Human Relations*, 72(10), 1671–1696.
- Syilfania, H. 2022. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility Perusahaan Penerima Platinum The Influence of Company Size, Profitability and Leverage on Corporate Social Responsibility of Corporate Platinum Award Recip. *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan*, 8(1), 29–43. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/ap>