

MENGUKUR PENGARUH SIZE, ROA, TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI GO PUBLIK

Roy Hisar, Jaka Suharna, Lukman Cahyadi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa Unggul
Jalan Arjuna Utara No. 9, Kebon Jeruk, Jakarta 11510
roy.hisar@esaunggul.ac.id

Abstract

The implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) is seen as a necessity. Corporate Social Responsibility is a form of corporate responsibility towards its environment for social care and environmental responsibility without neglecting the capabilities of the company. The purpose of this study was to analyze the effect of Size, ROE on CSR disclosure. In this study using a causality research design. The sampling method used was purposive sampling method. The population in this study is the Food and Beverage Sub-Sector Manufacturing Companies listed on the IDX for the period 2016 - 2019 with a sample size of 54 companies. This type of research used in this research is quantitative research. The results obtained from this study are that there is a simultaneous influence between Size, ROE on CSR disclosure. Another result of this study, if seen partially, is that there is no influence between Size on CSR disclosure. Meanwhile, ROE has a significant positive effect. From the results of the Adjusted R² study, it was found that 25.9% of the variation in CSR disclosure was influenced by the variables Size, ROE, while the remaining 74.1% was explained by other variables outside the research model.

Keyword : size, ROE, corporate social responsibility (csr).

Abstrak

Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dipandang sebagai sebuah keharusan. *Corporate Sosial Responsibility* merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungannya bagi kepedulian sosial maupun tanggung jawab lingkungan dengan tidak mengabaikan kemampuan dari perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Size, ROE terhadap pengungkapan CSR. Dalam penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kausalitas. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Populasi dalam Penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode tahun 2016 – 2019 dengan jumlah sampel 54 perusahaan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh secara simultan antara Size, ROE terhadap pengungkapan CSR. Hasil lain dari penelitian ini jika dilihat secara parsial adalah tidak terdapat pengaruh antara Size terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan ROE berpengaruh positif secara signifikan. Dari hasil penelitian Adjusted R² diperoleh 25,9% variasi pengungkapan CSR dipengaruhi oleh variabel Size, ROE sedangkan sisanya 74,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar

model penelitian.

Kata Kunci : *size, roe dan corporate social responsibility (csr).*

Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi saat ini berdampak pada kehidupan penduduk suatu negara dan berpengaruh pada kesejahteraan rakyat. Salah satu cara meningkatkan perekonomian Indonesia adalah dengan cara berinvestasi. Cara ini juga merupakan upaya pemerintah untuk meningkatkan pertumbuhan perekonomian Indonesia. Tujuan utama perusahaan secara tidak langsung adalah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Semakin tinggi keuntungan yang diperoleh suatu perusahaan akan menghasilkan nilai yang baik pada suatu perusahaan dan menarik para pemegang saham untuk berinvestasi. Perusahaan berusaha memperoleh laba semaksimal mungkin melalui kegiatan ekonominya tanpa mempedulikan dampak yang ditimbulkan oleh kegiatan yang dilakukannya.

Dalam kaitan itulah, penerapan *Corporate Sosial Responsibility* dipandang sebagai sebuah keharusan. Beberapa variabel yang dapat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* antara lain Ukuran Perusahaan, Profitabilitas. Ukuran perusahaan merupakan variabel utama yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Ukuran Perusahaan sangat berkaitan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dimana semakin besar Ukuran Perusahaan maka semakin besar juga tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* nya. Begitu juga

sebaliknya semakin kecilnya Ukuran Perusahaan maka semakin kecil juga tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* nya. Hal ini dikarenakan tingkat ukuran perusahaan dapat diukur dari total penjualan perusahaan, dimana penjualan merupakan sumber pendapatan utama dari sebuah perusahaan, sehingga semakin tinggi tingkat penjualan maka perusahaan juga akan mendapatkan laba yang tinggi, dan semakin tinggi laba yang didapatkan menyebabkan perusahaan akan lebih banyak melakukan aktivitas *Corporate Soical Responsibility* nya.

Selain Ukuran Perusahaan salah satu faktor yang mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* adalah Profitabilitas. Profitabilitas sangat berkaitan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dimana semakin tinggi nilai profitabilitas perusahaan maka semakin tinggi pula tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* nya. Dan jika nilai profitabilitasnya rendah maka tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* nya juga semakin rendah. Laba merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan, Hal ini dikarenakan tinggi rendahnya tingkat laba perusahaan dapat mencerminkan kemampuan perusahaan dalam perkembangannya untuk bisa memprediksi keberlanjutan perusahaannya dimasa yang akan datang. Laba yang tinggi dapat diperoleh dari penjualan yang tinggi sehingga perusahaan lebih banyak melakukan aktivitas *Corporate Social Responsibility* nya dan hal tersebut menyebabkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* nya juga tinggi dan begitupun sebaliknya. Peningkatan laba juga dapat memberikan sinyal positif kepada para investor bahwa perusahaan

diharapkan dapat memberikan kesejahteraan kepada para pemegang saham melalui pengembalian saham yang tinggi. Sehingga hal itu mempengaruhi besar kecilnya tingkat profitabilitas dan tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* nya. Definisi *Stakeholder* menurut (Rhenald Kasali dalam Purnasiswi, 2011) dalam (Sekarwigati & Effendi, 2019) adalah setiap kelompok orang baik yang berada didalam perusahaan maupun diluar perusahaan yang mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan perusahaan. Dengan demikian, jika berbicara mengenai *stakeholder theory* berarti membahas hal hal yang berkaitan dengan kepentingan berbagai pihak.

Teori lain yang melandasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah teori legitimasi. Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi harus secara terus-menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka (organisasi) melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat. Legitimasi dianggap sebagai asumsi bahwa tindakan yang dilakukan suatu entitas merupakan tindakan yang diinginkan, pantas atau sesuai dengan sistem, norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Rustiarini, 2011). Sedangkan menurut Gray *et al*, (1996) berpendapat bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada masyarakat, operasi harus kongruen dengan harapan masyarakat.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang

berkelanjutan dengan memerhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan (Irham, 2012). (Undang-Undang No 25 tahun 2007) tentang Penanaman Modal pada penjelasan Pasal 15 huruf b menegaskan bahwa “tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat.

Menurut Brigham dan Houston dalam (Widyatama, 2016) Ukuran perusahaan adalah rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Dalam hal ini penjualan lebih besar daripada biaya variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya jika penjualan lebih kecil daripada biaya variabel dan biaya tetap maka perusahaan akan mendapat kerugian.

Menurut Rifqiyah (2016) dalam (Putra Reki *et al*, 2016) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk dapat menghasilkan laba atau keuntungan. Perusahaan yang memiliki profit tinggi harus bisa menerapkan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan ikut berperan aktif dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Perusahaan yang memiliki profit tinggi akan memberikan kesempatan besar kepada suatu manajemen untuk mengungkapkan serta melakukan program *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Kerangka Pemikiran dan Perumusan Hipotesis

Pengaruh Size terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Size adalah rata-rata total

penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Ukuran Perusahaan sangat berkaitan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dimana semakin besar Size maka semakin besar juga tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* nya. Begitu juga sebaliknya semakin kecilnya Size maka semakin kecil juga tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* nya. Hal ini dikarenakan tingkat Size dapat diukur dari total penjualan perusahaan, dimana penjualan merupakan sumber pendapatan utama dari sebuah perusahaan, sehingga jika penjualan perusahaan tinggi maka laba yang diperoleh juga tinggi dan membuat perusahaan lebih banyak melakukan aktivitas *Corporate Social Responsibility* nya sehingga menyebabkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* nya juga tinggi dan begitupun sebaliknya. Atas dasar uraian diatas dapat disimpulkan bahwa Size berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Pengaruh ROE terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Profitabilitas atau ROE adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Profitabilitas sangat berkaitan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dimana semakin tinggi nilai profitabilitas perusahaan maka semakin tinggi pula tingkat *pengungkapan Corporate Social Responsibility* nya. Dan jika nilai profitabilitasnya rendah maka tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* nya juga semakin rendah. Laba merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan, Hal ini dikarenakan tinggi rendahnya tingkat laba perusahaan dapat mencerminkan kemampuan perusahaan

dalam perkembangannya untuk bisa memprediksi keberlanjutan perusahaannya dimasa yang akan datang. Jika penjualan perusahaan tinggi maka tingkat laba yang diperoleh perusahaan juga tinggi dan menyebabkan perusahaan lebih banyak melakukan aktivitas *Corporate Social Responsibility* nya sehingga pengungkapan *Corporate Social Responsibility* nya tinggi dan begitupun sebaliknya. Sehingga besar kecilnya tingkat profitabilitas dapat mempengaruhi tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* nya. Atas dasar uraian diatas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Hipotesis Penelitian

- H1 : Diduga terdapat pengaruh secara simultan antara variabel Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*
- H2 : Diduga terdapat pengaruh positif signifikan antara Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*
- H3 : Diduga terdapat pengaruh positif signifikan antara Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Metode Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah rasio keuangan yang diperoleh melalui laporan keuangan tahunan Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini memiliki batasan pengambilan data dalam kurun selama waktu 4 tahun yaitu dari tahun 2016 – 2019. Penelitian dilakukan dengan melakukan Analisis terhadap laporan keuangan perusahaan dalam kurun

waktu pengambilan sampel tersebut. Sehingga apabila dilihat dari dimensi waktu yang digunakan penelitian ini masuk ke dalam kelompok data *time series* dengan menggunakan laporan keuangan tahun 2016 – 2019.

Obyek Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif sedangkan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan perusahaan yang menjadi sampel penelitian ini pada tahun 2016 – 2019 yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) atau www.idx.co.id dan menggunakan kurun waktu.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 – 2019 sebanyak 20 Perusahaan makanan dan minuman. Jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 54 selama empat periode yaitu dari tahun 2016-2019.

Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel dependen dan tiga variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* periode 2016 - 2019, sedangkan variabel independennya adalah ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage*.

Variabel Ukuran Perusahaan

Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan log total penjualan disebabkan karena total

penjualan perusahaan mencapai angka yang cukup tinggi sehingga ukuran perusahaan diukur menggunakan (Ln_Total Penjualan). Pengukuran ini dilakukan untuk mengetahui bahwa semakin besar total penjualan yang dimiliki maka akan semakin besar pula tanggung jawab sosial yang harus diungkapkan.

Variabel Profitabilitas

Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Terdapat beberapa ukuran untuk menentukan profitabilitas perusahaan, yaitu: *return of equity*, *return on assets*, *earning per share*, *net profit* dan *operating ratio*. Laba merupakan tujuan utama dari perusahaan, dimana laba sangat berperan penting untuk menentukan keberlangsungan suatu perusahaan di masa yang akan datang sehingga, Perhitungan profitabilitas dalam penelitian ini akan diukur dengan menggunakan *return on assets (ROA)*.

Variabel Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Dalam melakukan penilaian luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, item-item yang akan diberikan skor mengacu kepada indikator kinerja atau item yang disebutkan *GRI-G4 guideline*. Penilaian yang dilakukan dalam mengukur luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan pemberian skor 0 dan 1. Dimana nilai 0 untuk item yang tidak diungkapkan sedangkan nilai 1 untuk item yang diungkapkan. Maka dapat disimpulkan rumus perhitungan *CSRDI* sebagai berikut :

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

CSRDI_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks* Perusahaan

N_j : Jumlah item untuk perusahaan *j*, *n_j* = 91 skor maksimal

$\sum X_{ij}$: Jumlah total pengungkapan CSR oleh perusahaan
1 = jika item diungkapkan; 0 = jika item tidak

Diungkapkan dengan demikian, $0 < CSRI_j < 1$

Teknik Analisis Data

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah proses transformasi dan penelitian dalam bentuk tabulasi sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan. Tabulasi menyajikan ringkasan, pengaturan, dan penyusunan data dalam bentuk tabel numerik dan grafik. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan deskripsi tentang data setiap variabel-variabel penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini. Data tersebut meliputi jumlah data, nilai minimum, nilai maximum, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya memiliki distribusi data yang normal/tidak, uji yang dipakai adalah Kolmogorov-Smirnov. Uji ini dilakukan dengan membandingkan probabilitas yang diperoleh dengan taraf signifikansi $\alpha=0,05$. Apabila *Sign* hitung $> \alpha$, maka data terdistribusi normal. Sedang jika sebaliknya maka data tidak terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah hubungan antara variabel prediktor atau independen terhadap variabel prediktor yang lain. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Uji multikolinearitas dilakukan dengan cara melihat nilai *variance inflation factor (VIF)*. Apabila nilai *VIF* kurang dari 10 atau nilai *tolerance* $> 0,10$ maka model regresi berganda tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penafsiran koefisien regresi menjadi tidak efisien. Model regresi yang baik adalah bila varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap atau homokedastisitas. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu salah satunya dengan cara yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini yaitu uji glejser. Uji glejser yaitu meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independensi. Jika nilai probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5% maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi adalah adanya korelasi antara nilai data pada suatu waktu dengan nilai data tersebut pada waktu nilai satu periode sebelumnya atau lebih. Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah model mengandung autokorelasi atau tidak, yaitu adanya hubungan antara variabel dalam mempengaruhi variabel dependen. Dalam upaya mendeteksi adanya autokorelasi dalam model regresi yang digunakan bisa dilakukan dengan melihat nilai D-W (DurbinWatson) dari *output SPSS*. Nilai D-W dari model regresi berganda terpenuhi jika nilai $d < d_{hitung} < d_{4-du}$.

Analisis Regresi Berganda

Untuk menguji hipotesis digunakan analisis regresi linier berganda yang dilakukan dengan bantuan *SPSS 16.0 for windows*. Model persamaan regresi secara sistematis dapat dirumuskan sbb:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

a = Konstanta

b₁, b₂, b₃, b₄ = Koefisien regresi

X₁ = Ukuran Perusahaan

X₂ = Profitabilitas

X₃ = *Leverage*

e = error

Nilai koefisien regresi disini sangat menentukan sebagai dasar analisis, mengingat penelitian ini bersifat fundamental *method*. Hal ini berarti jika koefisien b bernilai positif (+) maka dapat dikatakan terjadi pengaruh searah antara variabel independen dengan variabel dependen, setiap kenaikan nilai variabel independen akan mengakibatkan kenaikan variabel dependen. Demikian pula sebaliknya, bila koefisien nilai b bernilai

negatif (-), hal ini menunjukkan adanya pengaruh negatif dimana kenaikan nilai variabel independen akan mengakibatkan penurunan nilai variabel dependen.

Pengujian Hipotesis

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *goodness of fit* nya. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari uji parsial (uji T), uji simultan (uji F) dan nilai koefisien determinansi (R^2).

1. Uji Simultan (Uji F)

Pada prinsipnya pengujian simultan dilakukan dengan koefisien regresi secara bersama-sama untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara serentak variabel independen terhadap variabel dependen. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka diyakini bahwa secara keseluruhan variabel bebas tersebut berpengaruh secara signifikan. Bila $sign F < 0,05$ berarti variabel independen secara serentak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. Uji Parsial (Uji T)

Uji T independen ini untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah. Kriteria pengujian dengan menggunakan uji T independen sbb:

$$H_a : B = 0$$

$$H_a : B \neq 0$$

a) Jika $sign < 0,05$, maka H_a diterima yang berarti variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

b) Jika $sign > 0,05$, maka H_a diterima yang berarti variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi

digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Pengujian ini menunjukkan signifikansi hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Besarnya koefisien antara 0 dan 1, semakin mendekati 1 berarti semakin signifikan.

Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Adapun perhitungan nilai *Adjusted R²* adalah sebagai berikut:

$$R^2 = 1 - \frac{(1 - R^2) N - 1}{N - K}$$

Keterangan :

N = banyaknya observasi

K = banyaknya variabel bebas

Analisis Data dan Pembahasan

Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif dilakukan terhadap variabel-variabel penelitian yang terdiri atas variabel *Size*, *ROE*. Pengujian statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai data yang diperoleh dari hasil penelitian meliputi nilai minimum, maksimum, *mean*, dan standar deviasi.

1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Manufaktur sub sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di *BEI* memiliki rentang nilai dari 0,55 hingga 0,69 dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2019. Nilai minimum sebesar 0,55 sedangkan nilai maksimum sebesar 0,69. Nilai rata-rata pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebesar 0,6050 (60,5%) dan nilai standar deviasi 0,02978. Maka dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *Corporate Social*

Responsibility (CSR) pada perusahaan Manufaktur sub sektor Makanan dan Minuman di *BEI* selama periode tahun 2016 sampai 2019 merupakan skala yang besar karena lebih dari 50% yaitu sebesar 60,5% dari nilai maksimal 100%.

2. *Size* pada perusahaan Manufaktur sub sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di *BEI* memiliki rentang nilai dari 21,50 hingga 30,67 dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2019. Nilai minimum sebesar 21,50 Sedangkan nilai maksimum sebesar 30,67. Nilai rata-rata Ukuran Perusahaan sebesar 26,3348 (26,34) dan nilai standar deviasi sebesar 2,72472. Maka dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan yang dilihat dari total penjualan pada perusahaan Manufaktur sub sektor Makanan dan Minuman di *BEI* selama periode tahun 2016 sampai 2019 dapat mempengaruhi besar kecilnya Ukuran Perusahaan suatu entitas. Jadi nilai Ukuran perusahaan yang dilihat dari total penjualan perusahaan menghasilkan nilai Ukuran Perusahaan dalam skala yang besar yaitu 26,3348 (26,34%).

3. *ROE* pada perusahaan Manufaktur sub sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di *BEI* memiliki rentang nilai dari -0,97 hingga 1,67 dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2019. Nilai minimum sebesar -0,97 Sedangkan nilai maksimum sebesar 1,67. Nilai rata-rata profitabilitas sebesar 0,1698 (16,98%) dan nilai standar deviasi sebesar 0,38812. Maka dapat disimpulkan bahwa Kemampuan total aset dalam menghasilkan laba operasi pada perusahaan Manufaktur sub sektor Makanan dan Minuman di *BEI* selama periode tahun 2016 sampai 2019 sebesar 16,98% dan nilai ini merupakan

skala yang kecil dalam perolehan profitabilitas perusahaan. + e

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menunjukkan bahwa pengujian terhadap residual didapatkan hasil bahwa nilai signifikansi (*2-tailed*) sebesar $0,200 > \alpha (0,05)$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini berdistribusi dengan normal.

2. Uji Multikolinieritas

Didapatkan hasil bahwa *tolerance* masing-masing variabel $> 0,10$ dan *VIF* < 10 . Hasil pengujian ini mengindikasikan bahwa data yang digunakan pada penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil yang didapat menunjukkan nilai signifikansi variabel Ukuran Perusahaan $0,143$, Profitabilitas $0,607$, dan *Leverage* $0,788$ yang artinya seluruh variabel independen memiliki tingkat signifikansi lebih dari $0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Didapatkan hasil bahwa nilai signifikan menurut data diatas adalah sebesar $1,687$ sedangkan nilai Durbin Watson berdasarkan tabel $n = 54$, $K = 3$ maka diperoleh nilai $dl = 1,4464$ dan $du = 1,6800$, sehingga nilai $du < dw < 4 - du$ sama dengan $1,6800 < 1,687 < 4 - 1,6800 (2,32)$ yang artinya nilai $1,687 > 1,6800$ menunjukkan tidak adanya autokorelasi. Jadi, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi di dalamnya.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda maka persamaan regresi linier berganda dapat dituliskan sebagai berikut:
 $CSR = 0,631 + 0,000UK + 0,024PROF$

Dari persamaan regresi yang telah disusun di atas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) sebesar $0,631$ menunjukkan bahwa apabila variabel independen bernilai 0 , maka nilai pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebesar $0,631$.
2. Koefisien Ukuran Perusahaan sebesar $0,000$ menunjukkan bahwa setiap penambahan Ukuran Perusahaan sebesar 1 , maka akan diikuti oleh penambahan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebesar $0,000$.
3. Koefisien Profitabilitas sebesar $0,024$ menunjukkan bahwa setiap penambahan profitabilitas sebesar 1 , maka akan diikuti oleh penambahan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebesar $0,024$.

Pengujian Hipotesis

Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Berdasarkan penelitian didapatkan hasil bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dalam penelitian ini *fit* atau layak digunakan.

Uji statistik Signifikan Parsial (Uji T)

Berdasarkan pada tabel diatas dapat dirumuskan model regresi sebagai berikut:

Hasil pengujian terhadap hipotesis-hipotesis penelitian:

1. Variabel *Size* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berdasarkan tabel 4.8 tingkat signifikan sebesar $0,728 > 0,05$ dan apabila dibandingkan dengan $t_{tabel} (2,00856)$ maka $-0,349 < 2,00856$ yang berarti H_1 ditolak. Dengan demikian Ukuran

Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

2. Variabel ROE terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berdasarkan tabel 4.8 memiliki tingkat signifikan sebesar $0,026 < 0,05$ dan apabila dibandingkan dengan ttabel (2,00856) maka $2,301 > 2,00856$ yang berarti H_2 diterima. Dengan demikian ROE berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR

Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan tabel diatas didapatkan hasil bahwa besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R²*) adalah 0,259 atau 25,9%, hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR di Indonesia sebesar 25,9% dipengaruhi oleh variabel Size, ROE, sedangkan sisanya 74,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan yaitu mengenai pengaruh Size, ROE, terhadap Pengungkapan CSR maka dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Size, ROE mempunyai pengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.
2. Size tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Hal ini disebabkan karena Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* bukan lagi menjadi sekedar kegiatan, tetapi merupakan sebuah kewajiban bagi perusahaan yang berguna untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan, sehingga besar kecilnya Ukuran Perusahaan tidak mempengaruhi besarnya tingkat

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

3. ROE berpengaruh positif secara signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Hal ini disebabkan karena semakin besar ROE perusahaan maka akan semakin besar perusahaan melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)*nya dan hal itu menyebabkan semakin besar informasi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan hal tersebut dikarenakan laba yang dimiliki oleh perusahaan digunakan untuk kegiatan *Corporate Social Responsibility* perusahaan, sehingga pemanfaatan untuk aktivitas sosial lebih besar.

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang dimiliki peneliti. Keterbatasan tersebut adalah peneliti hanya melakukan penelitian pada Perusahaan Manufaktur sub sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode penelitian 4 tahun (2016 - 2019) sehingga sampel penelitian hanya sebesar 54 sampel dan variabel dependen dalam penelitian ini hanya menggunakan satu proksi saja yaitu Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa ROE berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan CSR. Jika nilai ROE yang tinggi maka akan membuat perusahaan melakukan banyak kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan menyebabkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* menjadi lebih besar.

Daftar Referensi

Agung, A. Pradnyani, dan E. A. Sisdyani, "Pengaruh Ukuran Perusahaan,

- Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Dewan Komisaris pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan,” E-Jurnal Akunt. Univ. Udayana, vol. 2, pp. 384–397, 2015
- Almira, M and T. Erawati, “Pengaruh *Leverage*, *Size*, dan Kepemilikan Manajemen terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* tahun 2013-2015,” vol. 1, no. 1, pp. 39–48, 2017.
- Andriany, A. Willy Sri Yuliandari, SE., M.M., and M. Djusnimar Zutilisna Drs., Akt., “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* dan Pengungkapan Media terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi pada Perusahaan BUMN di Indonesia tahun 2014-2015),” *E-proceeding Manag.*, vol. 4, no. 3, pp. 2723–2733, 2017.
- Hartono Jogiyanto, “Teori Portofolio dan Analisis Investasi,” *BPFE-UGM*.
- Hastuti, “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Tipe Industri terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Laporan Tahunan (Studi Empiris pada perusahaan Manufaktur yang listing di BEI),” 2014
- Husein 2013, “Rancangan Kausalitas.” [Online]. Available: <https://elib.unikom.ac.id//>.
- Indraswari and Ida Bagus Putra Astika, “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Saham Publik pada Pengungkapan CSR,” E-Jurnal Akunt. Univ. Udayana, vol. 9, no. 3, pp. 816–828, 2014
- idx.co.id*, “Data Olahan dari Laporan Keuangan Berupa Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* tahun 2015 - 2017.”
- Kasmir 2012, “Analisis Laporan Keuangan,” .
- Maharani 2016, “Rasio Profitabilitas.” [Online]. Available: <https://repository.unpas.ac.id//>
- Mawandira, “Pengaruh Karakteristik perusahaan terhadap Pengungkapan CSR pada sektor Non Keuangan dan Non BUMN yang terdaftar di BEI periode 2010 - 2012,” *J. Ilm. Mhs. Univ. Surabaya*, vol. 3, 2014.
- Nur dan A. Denies Priantinah M.Si., “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indoneisa (Studi Empiris pada Perusahaan Berkategori *High Profile* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia),” *J. Nominal*, vol. I, no. 1, 2012
- Permatasari, H.D “Pengaruh *Leverage*, Tipe Industri, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* (Studi pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2012),” vol. 4, pp. 1–9, 2014.
- Putra Reki, Manik Tumpal, dan Inge, “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Tipe Industri, Kepemilikan Manajemen,

- Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2016,” *J. Ilm. Mhs. Univ. Marit.* Raja Ali Haji, pp. 1–18, 2016.
- Putri and Astuti, “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2012,” *ISSN 2502-2911*, vol. 01, no. 02, 2015.
- Sari, R. A “Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia,” *J. Nominal* vol. I, no. 1, 2012.
- Sari, Suzan, dan Budiono, “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 Manag.*, vol. 4, no. 2, pp. 1534–1541, 2017
- Sartono, “Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi,” *BPFE*, 2010.
- Sekarwigati and B. Effendi, “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Likuiditas terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*,” pp. 16–33, 2019.
- Sugiyono 2013, “Hipotesis Penelitian.” [Online]. Available: www.eurekapendidikan.com.
- Sutrisno, “Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi,” *J. ekonisia*, 2012.
- Undang-Undang No 25 tahun 2007, “Penanaman Modal.” [Online]. Available: [//www.ojk.go.id/](http://www.ojk.go.id/).
- Undang-Undang No 40 Tahun 2007, “Undang-Undang Tentang Perseroan Terbatas.” [Online]. Available: www.ojk.go.id.
- Undang-Undang No 20 Tahun 2008, “Klasifikasi UMKM.” [Online]. Available: <http://www.bi.go.id/>.
- Yanti and Budiasih, “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*,” *E-Jurnal Akunt. Univ. Udayana*, vol. 17, no. 3, pp. 1752–1779, 2016.
- Wahyutama, “Pengaruh Ukuran Perusahaan , Profitabilitas , *Leverage* , dan *Media Exposure* Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure The Effect of The Firm Size , Profitability , Leverage , and Media Exposure to*,” pp. 1–8, 2014.