

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN LIKUIDITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN

Deltri Apriyeni^{1)*}, Ridho Juanda Putra²⁾, Fitria Sari³⁾

^{1) 2) 3)} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP

¹⁾ deltriapriyeni.akbpstie.ac.id

²⁾ ridhojuandaputra1301@gmail.com

³⁾ fitria1992sari@gmail.com

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh 1) ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021. Perusahaan harus memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial terhadap masyarakat dilingkungan perusahaan didirikan. Desain penelitian adalah penelitian kuantitatif. Data yang digunakan adalah data sekunder yaitu ; 26 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021. Metode pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Teknik pengolahan data menggunakan regresi data panel diolah dengan Eviews versi 8.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ; ukuran perusahaan, profitabilitas, tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021, dan likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan CSR pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.

Kata Kunci: Bursa Efek Indonesia, profitabilitas, likuiditas

ABSTRACT: This research aims to determine the influence of 1) company size, profitability, and liquidity on corporate social responsibility (CSR) disclosure in food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2019-2021 period. Companies must have environmental and social responsibility towards the communities in which the company is founded. The research design is quantitative research. The data used is secondary data, namely; 26 food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2019-2021 period. The sampling method uses a purposive sampling method. The data processing technique uses panel data regression processed with Eviews version 8.0. The research results show that; company size and profitability, have no effect on CSR disclosure in food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2021, and liquidity has a positive and significant effect on CSR disclosure in food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2021.

Keywords: Indonesia Stock Exchange, profitability, liquidity

A. PENDAHULUAN

Perusahaan yang didirikan bertujuan untuk memperoleh keuntungan dalam bisnis dan berperan dalam mensejahterakan masyarakat. Dampak positif dari perusahaan adalah; terserapnya tenaga kerja dalam rumah tangga dengan terbukanya lapangan pekerjaan baru. Disamping itu, sumberdaya alam yang ada dapat dimanfaatkan potensinya. Demikian juga dengan sumberdaya manusia yang turut serta mengolahnya dengan segenap kemampuan yang dimiliki. Aktivitas yang dilakukan perusahaan berujung pada pertumbuhan ekonomi negara dan kemakmuran seluruh lapisan masyarakat.

Kehadiran perusahaan dalam memberikan keuntungan bagi masyarakat bukan berarti tidak berdampak negatif bagi lingkungan hidup dan masyarakat sekitar lokasi perusahaan. Berbagai kritik sosial dan penolakan sering timbul karena berbagai persoalan yang muncul dalam operasional

perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan tidak hanya memikirkan laba untuk kepentingan pribadi akan tetapi harus memikirkan dampak buruk bagi masyarakat luas yang tinggal di sekitar lokasi perusahaan. Perusahaan harus bertanggung jawab terhadap lingkungan dan juga masyarakat sekitar tempat berdirinya perusahaan. Dalam menjaga nama baik serta keberlangsungan hidup jangka panjang, perusahaan tidak akan bisa dipisahkan dari masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya. Sebagai konsekuensinya sudah menjadi keharusan bagi perusahaan untuk peduli terhadap lingkungan sosial. Dalam rangka melaksanakan peran sebagai perusahaan yang peduli dan bertanggung jawab terhadap lingkungan, sebagaimana yang diungkapkan oleh Putra et al., (2019) perusahaan melakukan kegiatan dalam bentuk *corporate social responsibility* (CSR). Konsep ini mengusung rasa peduli dan empati terhadap lingkungan dan masyarakat yang terdampak karena aktivitas perusahaan. Wujud dari kegiatan ini adalah dengan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak. Meskipun Apriyani et al., (2019) menyatakan bahwa, efisiensi ekonomi itu penting untuk kelangsungan usaha, pembiayaan untuk CSR tetap harus dialokasikan sebagai biaya.

Perusahaan sebagai wujud kegiatan manusia dalam bidang usaha, secara moral mempunyai komitmen untuk bertanggung jawab atas terciptanya hubungan yang serasi dan seimbang dengan lingkungan dan masyarakat setempat sesuai dengan nilai, norma, dan budaya masyarakat. Faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), yaitu ; ukuran perusahaan, profitabilitas dan likuiditas. Semakin besar ukuran perusahaan, informasi yang tersedia untuk penanam modal, maka pengambilan keputusan pendanaan semakin meningkat (Sijum & Rustia, 2021). Besarnya ukuran perusahaan dapat dinyatakan dalam total aset, penjualan, dan kapitalisasi pasar (Rukmana et al., 2020). Profitabilitas atau rentabilitas adalah gambaran mengenai kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba melalui kemampuan dan sumber daya seperti kegiatan penjualan, modal, kas, jumlah karyawan, jumlah cabang. Tingkat profitabilitas yang tinggi dapat mencerminkan kemampuan entitas menghasilkan laba lebih tinggi, sehingga entitas meningkatkan tanggung jawab sosial, serta melakukan pengungkapan yang lebih luas mengenai tanggung jawab sosial dalam laporan keuangan (Stiawan & Sanulika, 2021). Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial (Rahmawati & Sarsiti, 2019). Sedangkan Tikasari et al. (2019) menjelaskan terkait tingkat profitabilitas rendah, tetapi mengungkapkan aktifitas CSRnya secara luas, sebagai upaya pencitraan menutupi rendahnya capaian profitabilitas.

Selanjutnya likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan mendanai operasional perusahaan dan melunasi utang jangka pendeknya secara tepat waktu. Rasio ini digunakan untuk memberikan gambaran pengaruh ketersediaan dana perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Perusahaan yang keuangannya sehat, kemungkinan akan lebih banyak mengungkapkan informasi CSR (Yurika & Viriany, 2019). Menurut Khuzania (2021) apabila perusahaan dapat memenuhi kewajibannya maka dapat dikatakan perusahaan dalam keadaan likuid begitu juga sebaliknya. Kemudian, Sijum & Rustia (2021) ; (Khuzania, 2021) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Berbeda dengan peneliti sebelumnya, Rahmah (2021) menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Kurangnya kesadaran perusahaan tentang kegiatan tanggung jawaban sosial, memicu masalah terkait kerusakan lingkungan maupun konflik. Pelanggaran CSR adalah penggundulan hutan, meningkatnya polusi dan limbah, eksploitasi sumber daya alam yang berlebihan, penyalahgunaan investasi dan lain-lain. Pada industri makanan dan minuman masalah pengungkapan CSR juga perlu untuk dilihat dan penting untuk dikaji. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Pratama (2022); Prasetyo & Paramitha (2020) bahwa, perusahaan manufaktur masih banyak yang tidak peduli dengan lingkungan terutama dalam limbah produksi. Hasil produksi dari industri makanan dan

minuman sangat banyak ditemukan dan merupakan konsumsi pokok masyarakat. Diantaranya adalah ; makanan ringan, makanan kemasan, minuman kemasan, dan lain-lain.

Pentingnya persoalan CSR bagi kemaslahatan masyarakat dan tanggung jawab sosial perusahaan serta meminimalisir dampak lingkungan yang terjadi, maka perlu kajian studi yang lebih mendalam. Faktor penting yang berkaitan dengan pengungkapan CSR ini diduga adalah ; ukuran perusahaan, profitabilitas dan likuiditas. Penelitian ini bertujuan untuk melihat faktor-faktor tersebut yang diduga turut mempengaruhi pengungkapan CSR bagi perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021. Hasil kajian studi ini sangat bermanfaat bagi dunia usaha secara umum. Perusahaan selaku pelaku bisnis, pemerintah selaku pihak yang berwenang dalam pengambilan kebijakan. Kemudian sebagai referensi bagi peneliti berikutnya yang ingin mengkaji permasalahan terkait dengan pengungkapan CSR.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan adalah data sekunder yang bersumber dari Laporan Tahunan (*Annual Report*). Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2021. Akses data melalui situs www.idx.co.id dan web.idx.id. Terdapat 26 perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Diambil sebanyak 16 perusahaan yang memiliki laporan tahunan dan tidak delisting sebagai sampel dengan teknik *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut ;

Tabel 1. Kriteria Pengambilan Sampel

No	Keterangan	Total
1.	Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar (<i>listing</i>) di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2021	26
2.	Perusahaan yang tidak memiliki laporan tahunan (<i>annual report</i>) lengkap yang <i>published</i> di Bursa Efek Indonesia (BEI) setiap tahun selama periode 2019-2021	(5)
3.	Perusahaan Makanan dan Minuman yang mengalami <i>Delisting</i> selama periode 2019-2021	0
4.	Perusahaan Makanan dan Minuman yang mengalami kerugian selama periode 2019-2021	(5)
Jumlah perusahaan sampel yang digunakan dalam penelitian		16

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Jenis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah Data Panel yang merupakan gabungan antara data *time series* dengan data *cross section*. Karakteristik tersebut yaitu terdiri dari beberapa objek dan meliputi beberapa periode waktu. Berikut definisi operasional variable terlihat pada Tabel 2 ;

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Pengukuran	Sumber
1	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) (Y)	$CSRI = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$ <p>Dimana : CSRI = <i>Corporate Social Responsibility Index</i> Perusahaan. N_j = Jumlah <i>item</i> untuk perusahaan j.</p>	(Nurmala, 2022)

No	Variabel	Pengukuran	Sumber
		$X_{ij} = \text{Dummy Variabel} : 1 = \text{jika item } i \text{ di ungkapkan}$ $0 = \text{jika item } i \text{ tidak diungkapkan}$	
2	Ukuran Perusahaan (X ₁)	Size = $\ln(\text{Total asset})$ Dimana : Ln = Logaritma Natural Size = Ukuran Perusahaan	(Sijum & Rustia, 2021)
3	Profitabilitas (X ₂)	ROA : $\frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$	(Diana, 2021)
4	Likuiditas (X ₃)	CR : $\frac{\text{Total Aset Lancar}}{\text{Total Kewajiban Lancar}}$	(Diana, 2021)

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan teknik kuantitatif yaitu ; regresi data panel dengan menggunakan program *Eviews* (Sugiyono, 2017b). Model dalam penelitian diuji dengan *Common Effect Model* (CEM), Model Efek Tetap (*Fixed Effect Model*), Pendekatan Efek Acak (*Random Effect Model*). Uji Kecocokan Model menggunakan Uji Chow bertujuan untuk memilih model yang akan digunakan antara *common effect* dan *fixed effect*. Jika pada Cross-section Chi-square lebih kecil dari alpha (α) ($0.0000 < 0.05$), maka H₀ ditolak artinya model *Fixed Effect* lebih baik digunakan dari pada model *Common Effect* (Winarno, 2017).

Uji Hausman digunakan untuk menentukan model *fixed effect* atau model *random effect* yang tepat digunakan sebagai model regresi data panel. Jika probabilitas $< 0,05$ maka digunakan *fixed effect model*. Jika probabilitas $> 0,05$ maka digunakan *random effect model* (Sugiyono, 2017a).

Uji Asumsi Klasik yang digunakan dalam penelitian adalah; uji normalitas digunakan untuk menilai data yang dikumpul memiliki distribusi normal (Winarno, 2017). Bila nilai *Probability Jarque-Bera* $> 5\%$ berarti data terdistribusi secara normal, dan sebaliknya *Probability Jarque-Bera* $< 5\%$ berarti data tidak terdistribusi secara normal. Uji Multikolinieritas menurut Winarno, (2017) adalah kondisi adanya hubungan linear antara variabel independen. Jika koefisien korelasi antara masing-masing variabel lebih kecil dari 0,8 maka tidak terjadi multikolinieritas dan sebaliknya. Uji Heteroskedastisitas menggunakan uji *Glejser*. Bila nilai signifikansinya diatas 0,05 dan tidak ada satupun variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap nilai *absolute* residual, maka model tidak terjadi heteroskedastisitas.

Model Regresi Data Panel

Persamaan regresi data panel sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + e$$

Keterangan:

- Y_{it} = Variabel terikat (Pengungkapan CSR)
- α = Konstanta
- β_1 = Koefisien Regresi Untuk Ukuran Perusahaan
- β_2 = Koefisien Regresi Untuk Profitabilitas
- β_3 = Koefisien Regresi Untuk Likuiditas
- X₁ = Ukuran Perusahaan
- X₂ = Profitabilitas
- X₃ = Likuiditas
- e = eror

Uji Hipotesis

Menurut Mansuri (2016) Uji T-test digunakan untuk menguji konstanta yang di duga mengestimasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis ditolak. Jika nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis diterima. Selanjutnya dilakukan Uji Koefisien Determinasi (R^2) guna menghitung kemampuan variable X mempengaruhi variasi variabel Y. Nilai koefisien determinan ialah diantara no dan satu.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil temuan penelitian maka dilakukan pengujian terhadap data yang diperoleh guna membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara variable bebas terhadap variable terikat.

1. Uji Chow (*Likelihood Test Rasio*)

Tabel 3. Hasil Pengujian *Likelihood Test Rasio (Fixed Effect)*

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	11.614583	(15,29)	0.0000
Cross-section Chi-square	93.455381	15	0.0000

Sumber: Data Sekunder yang diolah dengan E-Views 8, 2023

Pada Tabel 3 terlihat bahwa nilai *cross section chi-square prob* yang dihasilkan adalah 0,0000. Di dalam pengujian tingkat kesalahan yang digunakan adalah 0,05. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai *prob* sebesar $0,0000 \leq \alpha 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang digunakan dan dibentuk ke dalam model regresi panel menggunakan model *Fixed Effect Model* yang terbaik.

2. Uji Hausman (*Hausman Test*)

Tabel 4. Hasil Pengujian *Hausman Test*

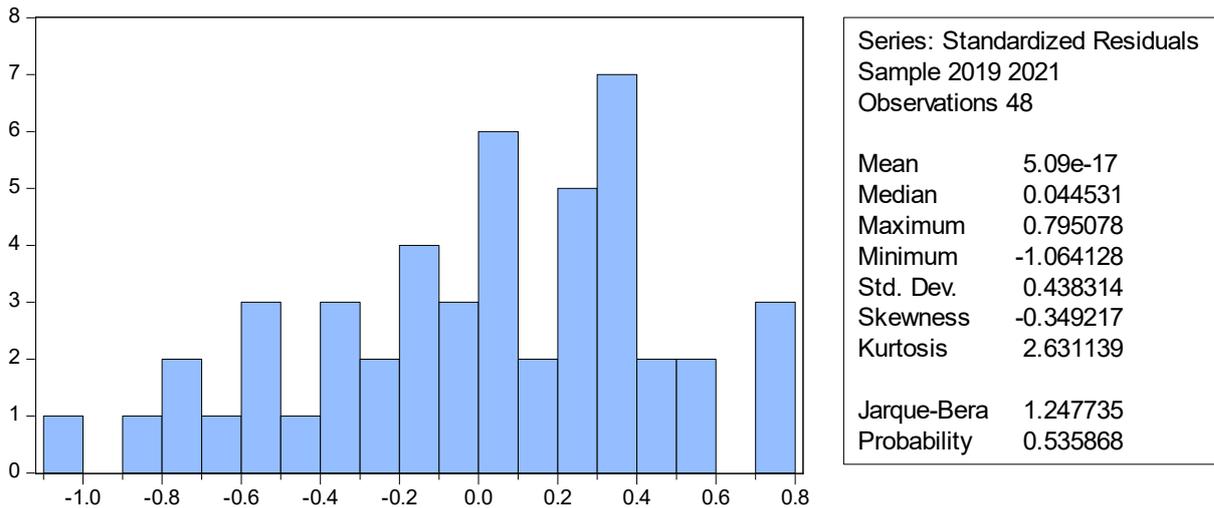
Correlated Random Effects - Hausman Test			
Equation: Untitled			
Test cross-section random effects			
Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	1.945115	3	0.5839

Sumber: Data Sekunder yang diolah dengan E-Views 8, 2023

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan diperoleh nilai *prob* sebesar 0,5839, proses pengolahan dilakukan dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 0,05. Hasil yang diperoleh di dalam pengujian *Hausman Test* menunjukkan bahwa nilai *prob* sebesar $0,5839 \geq \alpha 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan *Random Effect Model (REM)* di dalam model penelitian saat ini baik dan layak untuk digunakan.

3. Uji Normalitas (*Jarque-Bera Test*)

Untuk membuktikan bahwa data yang digunakan memenuhi syarat dan terdistribusi secara normal maka dilakukan uji normalitas yang hasilnya dapat terlihat pada gambar 1 berikut ini ;



Sumber : Data Sekunder yang diolah dengan E-views 8, 2023

Gambar 1 Uji Normalitas (*Jarque-Bera Test*)

Hasil pengujian *Jarque-Bera Test* yang telah dilakukan terlihat bahwa nilai probabilitas JB (*Jarque-Bera*) yang dihasilkan adalah $0,535 \geq 0,05$. Berdasarkan hasil menunjukkan bahwa Pengungkapan CSR, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Likuiditas telah terdistribusi normal maka pengujian lanjut dapat dilakukan.

4. Pembentukan Model Regresi Data Panel (REM)

Untuk melihat pengaruh variable dependen terhadap variable independen maka dilakukan uji model regresi data panel dapat dilihat hasilnya pada Tabel 5. Berikut ini ;

Tabel 5. Hasil Pengujian Regresi *Random Effect Model*

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LOGUP (X1)	-0.449865	0.417732	-1.076923	0.2874
LOGPROF (X2)	0.065447	0.039544	1.655039	0.1050
LOGLIK (X3)	0.241113	0.117656	2.049302	0.0464
C	0.451399	1.276318	-0.353673	0.7253

Sumber: Data Sekunder yang diolah dengan E-Views 8, 2023

Berdasarkan hasil pengujian terlihat masing-masing variabel independen telah memiliki koefisien regresi panel yang dapat dibuat ke dalam sebuah persamaan model yaitu model (*Random Effect Model*).

$$Y_{it} = 0,451 - 0,449X_1 + 0,065X_2 + 0,241X_3$$

Nilai konstanta 0,451 menjelaskan bahwa nilai pengungkapan CSR setiap perusahaan makanan dan minuman pada tahun 2019-2021 senilai 0,451 dengan mengasumsikan nilai ukuran perusahaan, profitabilitas dan likuiditas tetap atau tidak berubah. Ukuran perusahaan memiliki nilai koefisien negatif sebesar 0,449 artinya setiap penurunan nilai ukuran perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman sebanyak 1 rupiah berarti akan menurunkan nilai pengungkapan CSR sebesar 0,449 rupiah dengan asumsi nilai profitabilitas dan likuiditas konstan. Profitabilitas memiliki nilai koefisien sebesar 0,065% artinya setiap peningkatan nilai profitabilitas perusahaan makanan dan

minuman sebanyak 1 satuan berarti akan meningkatkan nilai pengungkapan CSR sebesar 0,065% dengan asumsi nilai likuiditas dan ukuran perusahaan konstan. Likuiditas memiliki nilai koefisien sebesar 0,241% artinya setiap peningkatan nilai likuiditas perusahaan makanan dan minuman sebanyak 1% berarti akan meningkatkan nilai pengungkapan CSR sebesar 0,241% dengan asumsi nilai ukuran perusahaan dan profitabilitas konstan.

5. Uji Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis yang telah dirumuskan maka perlu dilakukan uji hipotesis (uji t) sebagaimana yang terlihat pada Tabel 6 berikut ini ;

Tabel 6. Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel	Koefisien	t-statistik	t-tabel	Prob	Alpha	Kesimpulan
Ukuran Perusahaan	-0,449	-1,076	1,680	0,287	0,05	H1 Ditolak
Profitabilitas	0,065	1,655	1,680	0,109	0,05	H2 Ditolak
Likuiditas	0,241	2,049	1,680	0,046	0,05	H3 Diterima

Sumber : Data Sekunder yang diolah dengan E-views 8, 2023

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama dengan menggunakan variabel ukuran perusahaan diperoleh nilai *probability* sebesar 0,287. Pengujian hipotesis digunakan tingkat kesalahan sebesar 0,05. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai Prob. sebesar $0,287 > 0,05$ maka keputusannya H_0 diterima dan H_a ditolak. Dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan makanan dan minuman tahun 2019-2021 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Hasil pengujian hipotesis kedua dengan menggunakan variabel Profitabilitas diperoleh nilai Prob. sebesar 0,109. Pengujian hipotesis digunakan tingkat kesalahan sebesar 0,05. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai Prob. sebesar $0,109 > 0,05$ maka keputusannya H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021. Selanjutnya, hasil pengujian hipotesis ketiga dengan menggunakan variabel likuiditas diperoleh nilai Prob. sebesar 0,046. Pengujian hipotesis digunakan tingkat kesalahan sebesar 0,05. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai Prob. sebesar $0,046 < 0,05$ maka keputusannya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variable dependen terhadap variable independent maka dilakukan uji koefisien determinan yang terlihat pada Tabel 7 berikut ini ;

Tabel 7 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Keterangan	Koefisien
<i>R-Square</i>	0.165055
<i>Adjust R-Square</i>	0.108127

Sumber: Data Sekunder yang diolah dengan E-Views 8, 2023

Adjusted R-squared sebesar 0,108 menjelaskan bahwa kemampuan variasi nilai panel menjelaskan variasi pengungkapan CSR sebesar 10,80% sedangkan sisanya 89,20% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model atau dijelaskan oleh indikator lain di luar penelitian ini.

5. Pembahasan

a. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Setelah dilakukan analisis data terhadap 16 perusahaan dengan menguji 48 data keseluruhan yang diambil dari situs Bursa Efek Indonesia bisa disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji nilai t hitung untuk variabel ukuran perusahaan terungkap bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Maksudnya adalah ; besar atau kecilnya ukuran perusahaan tidak selalu mengungkapkan *corporate social responsibility* untuk mendapatkan legitimasi dari pemegang saham maupun masyarakat. Dapat dinyatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* bukan hanya kegiatan semata, tetapi sebuah kewajiban bagi perusahaan untuk kelangsungan hidup perusahaan, sehingga besar atau kecilnya perusahaan tidak mempengaruhi besarnya tingkat *corporate social responsibility*.

Ukuran perusahaan merupakan indikator yang menunjukkan besar atau kecilnya suatu perusahaan. Dalam melihat ukuran perusahaan dapat dicermati dalam total aset, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Ukuran Perusahaan melalui total aset lebih cenderung stabil daripada melalui penjualan. Hal ini disebabkan karena penjualan cenderung lebih berfluktuasi setiap tahun dari pada total aset tergantung kepada kondisi ekonomi yang mempengaruhi daya belimasyarakat. Publik lebih cenderung memperhatikan Perusahaan besar karena lebih menarik dan mudah dikenali. Kemampuan perusahaan besar dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial atau CSR lebih baik daripada perusahaan kecil (Rukmana et al., 2020). Pernyataan yang sama juga diungkapkan berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh ; Tikasari et al. (2019) dan Zulhaimi & Nuraprianti (2019) dimana ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa besar kecil nya ukuran perusahaan tidak mempengaruhi perusahaan tersebut dalam pengungkapan CSR. Karena perusahaan yang besar tidak selalu memberikan informasi tentang pengungkapan CSR atau biaya tanggungjawab sosial. Padahal sudah ada peraturan yang mewajibkan setiap perusahaan untuk mengungkapkan kegiatan CSR perusahaannya.

b. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR

Setelah dilakukan analisis data terhadap 16 perusahaan dengan menguji 48 data keseluruhan yang diambil dari situs Bursa Efek Indonesia bisa disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Dari hasil uji nilai t hitung untuk variabel profitabilitas terbukti bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Pernyataan ini memberi pengertian bahwa; besar atau kecilnya profitabilitas perusahaan tidak akan menjadi tolak ukur terhadap pengungkapan CSR. Karena perusahaan dengan profitabilitas tinggi belum tentu lebih banyak melakukan aktivitas sosial mereka. Karena perusahaan dengan profit besar lebih berorientasi pada laba dan cenderung untuk menambah investasinya. Perusahaan lebih tertarik untuk melakukan pengungkapan pada informasi keuangan dan tidak perlu melakukan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Hal ini dapat menambah kepercayaan public tentang keberhasilan perusahaan.

Profitabilitas merupakan indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan. Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas (Rahmawati & Sarsiti, 2019). Hasil penelitian juga diperkuat melalui penelitian sebelumnya dimana diteliti oleh Saragih & Sembiring (2019) dan Tikasari et al. (2019) profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap Pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat ROA yang tinggi, yang sesungguhnya memiliki dana yang cukup untuk dialokasikan kepada kegiatan sosial dan lingkungan, belum tentu mengalokasikan dana tersebut pada kegiatan sosial dan lingkungan, sehingga tingkat pengungkapan CSR oleh perusahaan adalah rendah.

Pada variable ini dapat diinterpretasikan bahwa data yang dimaksud data profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara keseluruhan rata-rata profitabilitas yang dimiliki Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang menjadi sampel mencapai 0,119. Hal ini berarti perusahaan akan tetap mengungkapkan tanggung jawab sosialnya tanpa memperhatikan besar kecilnya laba yang dihasilkan dengan kata lain variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (*management*) 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 melihat kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan berinvestasi di perusahaan tersebut.

c. Pengaruh Likuiditas Terhadap Pengungkapan CSR

Setelah dilakukan analisis data terhadap 16 perusahaan dengan menguji 48 data keseluruhan yang diambil dari situs Bursa Efek Indonesia bisa disimpulkan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan hasil uji nilai t hitung untuk variabel likuiditas membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya perusahaan yang mempunyai tingkat likuiditas yang aman dianggap mampu untuk mengelola bisnisnya, sehingga menghasilkan tingkat risiko yang lebih rendah. Likuiditas perusahaan tersebut merupakan gambaran keberhasilan perusahaan dalam membayar kewajiban-kewajiban jangka pendeknya tepat waktu. Hal ini tentunya menunjukkan kemampuan perusahaan yang kredibel sehingga menciptakan image positif dan kuat melekat pada perusahaan. Menurut (Khuzania, 2021) rasio likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi hutang jangka pendeknya. Ada dua hasil penilaian rasio likuiditas, yaitu apabila perusahaan dapat memenuhi kewajibannya maka dapat dikatakan perusahaan dalam keadaan likuid. Begitu juga sebaliknya, jika perusahaan tidak mampu memenuhi kewajibannya, maka dapat dikatakan perusahaan tersebut dalam keadaan tidak likuid. Likuiditas mengacu pada kemampuan perusahaan untuk membayar utang jangka pendek.

Hasil penelitian juga diperkuat melalui penelitian sebelumnya dimana diteliti oleh Sijum & Rustia (2021) dan Khuzania (2021) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Rasio likuiditas bertujuan menaksir kemampuan keuangan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dan komitmen pembayaran keuangannya. Semakin tinggi angka ratio likuiditas, akan semakin baik bagi investor. Perusahaan yang diminati investor adalah perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas yang cukup tinggi untuk standar perusahaan sejenisnya. Tingkat likuiditas dapat dipandang dari dua sisi, sisi pertama tingkat likuiditas yang tinggi akan menunjukkan kondisi keuangan perusahaan yang kuat, dan di sisi lain likuiditas dipandang sebagai ukuran kinerja manajemen dalam mengelola keuangan perusahaan. Dengan adanya pandangan ini, maka perusahaan yang memiliki likuiditas yang tinggi akan cenderung melakukan pengungkapan informasi yang lebih komprehensif untuk menunjukkan bahwa perusahaan dalam kondisi yang kredibel dan pencapaian kinerja manajemen yang efektif.

Pada variable ini dapat diinterpretasikan bahwa data yang dimaksud data likuiditas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara keseluruhan rata-rata likuiditas yang dimiliki perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang menjadi sampel mencapai 2,482. Besar atau kecilnya likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Semakin tinggi *current ratio* berarti semakin besar kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek. Nilai *current ratio* yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan melakukan penempatan dana yang besar pada sisi aktiva lancar. Jadi hal ini tidak baik bagi pengungkapan CSR perusahaan karena aktiva lancar menghasilkan *return* yang lebih rendah dibandingkan dengan aktiva tetap.

D. PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian ini bahwa pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan likuiditas terhadap pengungkapan CSR dapat disimpulkan sebagai berikut: Ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021. Sedangkan likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan CSR pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.

Setelah penarikan kesimpulan dilakukan maka disarankan kepada pemerintah selaku pemangku kebijakan untuk memberikan sanksi bagi perusahaan yang tidak mematuhi peraturan. Karena perusahaan harus mengembalikan sebagian keuntungan yang diperoleh untuk melaksanakan kewajiban melakukan pengungkapan CSR. Mengingat besarnya dampak yang negatif yang timbul dalam operasional perusahaan maka perusahaan juga harus bertanggung jawab untuk patuh dan taat dalam melaksanakan kewajiban sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Apriyeni, D., Sjafrizal, S., Jafrinur, J., & Noer, M. (2019). (2019). The Effect of Agglomeration on Profits and Price Efficiency in Laying Chicken Farming Enterprises in Payakumbuh Production Central Area of Lima Puluh Kota Regency, West Sumatera, Indonesia. *Journal of Agricultural Extension*, 23(2).
- Diana, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Ukuran Dewan Pengawas Syariah Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Dengan Pendekatan Indeks Islamic Social Reporting (ISR) Tahun 2018-202. *Jurnal Akuntansi*, 1–23.
- Khuzania, D. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Tipe Industri Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Manajemen*, 19.
- Nurmala, N. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dengan Pendekatan Islamic Social Reporting Pada Bank Umum Syariah Tahun 2016-2020. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Prasetyo, R., & Paramitha, M. (2020). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI (Periode 2016-2018). *Seminar Nasional Ilmu Terapan IV 2020*, 4(1), 1–10.
- Pratama, K. R. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2018-2020). *Jurnal Akuntansi*.
- Putra, H. K., Kamaliah, K., & Indrawati, N. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Likuiditas, Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Food And Beverages Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014 S.D 2018. *Jurnal Akuntansi*, 9(1), 61–72.
- Rahmah, N. Z. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Likuiditas, Profitabilitas Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur di BEI Periode 2017-2019). *Frontiers in Neuroscience*, 14(1), 1–13.
- Rahmawati, E., & Sarsiti, S. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2015. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 17(2), 33–56.

- Rukmana, E., Hendri, E., & Rismansyah, R. (2020). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Media Akuntansi (Mediasi)*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.31851/jmediasi.v3i1.5216>
- Saragih, A. E., & Sembiring, Y. C. B. (2019). *Pengaruh Corporate Governance, Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bei*. 5(2), 139–164.
- Sijum, A. A., & Rustia, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Corporate Governance Terhadap Corporate Social Responsibility (Studi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2019). *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan*, 7(1), 62–71. <https://doi.org/10.26905/ap.v7i1.5767>
- Stiawan, H., & Sanulika, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderator. *Conference on Economic and Bussiness Innovation*, 35, 1–13.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R Dan D*. Alfabeta.
- Tikasari, E. S., Widiastara, A., & Amah, N. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan Perusahaan dan Corporate Governance terhadap Corporate Social Responsibility. *Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi I*, 3, 867–878.
- Winarno, W. W. (2017). *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviews (5th ed.)*. UPP STIM YKPN Yogyakarta.
- Winarno, Wing Wahyu. (2017). *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviews (5th ed.)*. Unit Penerbit.
- Yurika, Y., & Viriany, V. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 1(3), 703. <https://doi.org/10.24912/jpa.v1i3.5573>
- Zulhaimi, H., & Nuraprianti, N. R. (2019). *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Dewan Komisaris, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure*. 7(3), 555–566.