

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

Bustanul Ulum  
 Universitas Gresik, Jawa Timur, Indonesia  
[bustanululum46@gmail.com](mailto:bustanululum46@gmail.com)

*ABSTRACT*

*Objective : This study aims to determine and analyze the effect of Company Size, Profitability and Leverage on Corporate Social Responsibility in Food and Beverages companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2016 – 2020. The results of this study are expected to be used by companies as material evaluation in order to increase the disclosure of Corporate Social Responsibility. Research method : This study uses a quantitative approach. The method used is the method of multiple linear regression analysis, by testing classical assumptions, testing hypotheses and coefficients of determination. The population of this study were 30 food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2016 – 2020. Based on the purposive sampling method, a sample of 11 companies was obtained. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression. Findings : The results obtained partially, Firm Size has a significant effect on Corporate Social Responsibility, Profitability has a significant effect on Corporate Social Responsibility, and Leverage has no and no significant effect on Corporate Social Responsibility. Meanwhile, simultaneously, Company Size, Profitability, and Leverage have a significant effect on Corporate Social Responsibility.*

*Keywords : Company Size, Profitability, Leverage, Corporate Social Responsibility*

**PENDAHULUAN**

Andreas Lako (2011) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial merupakan kewajiban asasi perusahaan yang tidak boleh dihindari. Dasar argumentasinya adalah bahwa perusahaan harus bertanggung jawab atas semua konsekuensi yang ditimbulkan baik sengaja maupun tidak disengaja kepada para pemangku kepentingan (stakeholder).

Setelah UU Nomor 40 tahun 2007 yang mengatur tentang Perseroan Terbatas berlaku, corporate social responsibility di Indonesia tidak lagi bersifat sukarela. Pada pasal 74 Undang Undang Perseroan Terbatas yang menyatakan: 1) Perseroan yang

menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan 2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. 3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Dengan munculnya aturan dari pemerintah tersebut, maka corporate social responsibility seolah telah menjadi fenomena yang jamak di perusahaan-perusahaan di Indonesia.

Meskipun pemerintah sudah mengeluarkan UU yang mewajibkan perusahaan – perusahaan untuk melakukan Corporate Social Responsibility (CSR) tetapi dalam penerapannya di lapangan masih banyak juga perusahaan yang belum sepenuhnya menerapkan CSR dan juga masih banyak perusahaan – perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan CSR dengan lebih rinci. Sedangkan jika UU Nomor 40 Tahun 2007 dilaksanakn secara maksimal, perusahaan akan mendapatkan timbal balik positif dan citra perusahaan akan menjadi lebih baik di mata masyarakat.

Dari fenomena yang ada, peneliti menilai bahwa perusahaan masih belum sepenuhnya melakukan pengungkapan CSR. dengan baik sehingga terkadang dipandang buruk oleh masyarakat. Pengungkapan CSR dengan intensitas yang sangat rendah dapat disebabkan oleh faktor profitabilitas maupun leverage yang dimiliki oleh perusahaan karena sehubungan dengan berapa persen dana yang digulirkan untuk CSR.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dan hasil dari penelitian – penelitian sebelumnya mengenai pengungkapan CSR maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan membahas permasalahan tersebut dengan mengambil judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage

Terhadap Corporate social responsibility (CSR)”

#### METODE

Menurut sugiyono (2018:31) penelitian kuantitatif digunakan untuk menjelaskan rumusan masalah. Jawaban terhadap rumusan masalah dinamakan hipotesis, hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur subsektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun periode 2016-2020. Jumlah populasi adalah sebanyak 30 Perusahaan Yang selanjutnya dengan teknik purposive sampling diperoleh sample penelitian sejumlah 11 perusahaan.

Dalam penelitian ini Corporate Social Responsibility berperan sebagai variable Dependen yaitu Y yang mana peneliti menggunakan indikator :

$$CSR = Ln (\text{dana CSR tahun } t)$$

Dalam penelitian ini manajemen laba sebagai variable independen X1 Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan total aset.

$$Size = Ln (\text{total asset})$$

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. ROA dapat dihitung dengan

menggunakan rasio profitabilitas antara laba bersih terhadap total aset. Rumus yang digunakan dalam mengukur Profitabilitas adalah

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan perusahaan bergantung kepada kreditur dalam pembiayaan aset perusahaan. Rumus yang digunakan untuk menghitung leverage adalah

$$DAR = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$$

## HASIL PENELITIAN

**Tabel 1. Descriptive Statistics**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic
Ukuran Perusahaan	55	27.07	32.73	29.2365	1.63495
Profitabilitas	55	.01	.18	.0791	.04330
Leverage	55	.12	1.90	.5069	.36172
CSR	55	16.91	27.38	22.0495	2.81925

Sumber : Data Hasil Output SPSS Versi 22  
 Pada tabel 1 yang merupakan tabel statistik deskriptif menunjukkan bahwa jumlah sampel sebanyak 55 perusahaan yang diambil dari 11 perusahaan manufaktur subsektor food and beverage Tahun 2016-2020 .

**Tabel 2. Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N			55
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.28227611
Most Extreme Differences	Absolute		.108
	Positive		.108
	Negative		-.097
Test Statistic			.108
Asymp. Sig. (2-tailed)			.165 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Data Hasil Output SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil dari tabel 2 diperoleh nilai Asymp. Sig (2-tailed) senilai 0,165 dimana nilai tersebut berada di atas 0,05 yang artinya data tersebut berdistribusi normal.

**Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	t hitung	Signifikan
Ukuran Perusahaan	-.204	.839
Profitabilitas	-.650	.519
Leverage	1.395	.169

Sumber : Data Hasil Output SPSS Versi 25  
 Pada tabel 3 diperoleh nilai signifikansi dari kedua variabel yaitu diatas 0,05. Dimana pada variabel ukuran perusahaan sebesar 0,839, Profitabilitas sebesar 0,519, dan Leverage sebesar 0,169. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

**Tabel 4. Uji Multikolinearitas**

Hasil Uji Multikolinieritas		
Variabel	Tolerance	VIF
Ukuran Perusahaan	.990	1.010
Profitabilitas	.999	1.001
Leverage	.990	1.010

Diketahui nilai tolerance untuk ketiga variabel independen lebih > 0,10 dimana Ukuran Perusahaan sebesar 0,990; Profitablitas sebesar 0,999; dan Leverage sebesar 0,990. Nilai VIF dari ketiga variabel indepeden juga menunjukkan hasil < 10 Ukuran Perusahaan sebesar 1,010; Profitablitas sebesar 1,001; dan Leverage sebesar 1,010; VIF dari hasil uji asumsi klasik masih diantara 1-10 sehingga tidak terjadi multikolinearitas

**Tabel 5. Uji Autokorelasi**

Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Durbin-Watson
1	.887 <sup>a</sup>	.786	.774	1.785

Sumber : Data Hasil Output SPSS Versi 25  
 Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson hitung sebesar 1,785, jumlah sampel (N = 55), jumlah variabel (K = 3), maka nilai  $d_l = 1,4523$  dan  $d_u = 1,6815$ . Maka nilai  $d_u < dw < 4-d_u$  (  $1,6815 < 1,785 < 2,3185$  ), artinya berada pada daerah tidak ada autokorelasi. Disimpulkan data penelitian bebas dari gejala autokorelasi.

**Tabel 6. Uji Linearitas**

<i>Deviatin forLinearity</i>	Signifikan
Ukuran Perusahaan	0,233
Profitabilitas	0,622
Leverage	0,207

Sumber : Data Hasil Output SPSS Versi 25  
 Hasil uji linearitas untuk variabel Ukuran perusahaan dengan nilai sig. sebesar  $0,233 > 0,05$ ; variabel Profitabilitas dengan nilai sig. sebesar  $0,622 > 0,05$ ; dan variabel Leverage dengan nilai sig. sebesar  $0,207 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage terhadap Corporate Social Responsibility.

**Tabel 7. Regresi Linear Berganda**

Variabel	B	Std. Error	Sig. t
<i>Constant</i>	-4.220	.722	.000
Ukuran Perusahaan	1.672	.134	.000
Profitabilitas	.484	.156	.003
Leverage	.018	.102	.859

Sumber : Data Hasil Output SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 8 diperoleh

persamaan linear berganda yaitu

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

**Tabel 8. Uji Hipotesis Parsial (Statistik t)**

Variabel	T	Sig. T
Ukuran Perusahaan	12.507	.000
Profitabilitas	3.107	.003
Leverage	.179	.859

Pada tabel 8 diperoleh nilai t tabel pada variabel ukuran perusahaan 12,507 dan nilai sig 0,000, untuk Profitabilitas diperoleh nilai t tabel 3,107 dan nilai sig 0,8003, sedangkan variabel leverage nilai t tabel 0,179 dan nilai sig 0,859. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas secara parsial berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility. Leverage secara parsial tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

**Tabel 9. Uji Hipotesis Parsial (Statistik F)**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	230.706	3	76.902	19.759	.000 <sup>b</sup>
Residual	198.497	51	3.892		
Total	429.203	54			

Sumber : Data Hasil Output SPSS Versi 25  
 Pada tabel 9 diperoleh nilai F tabel 19,759 dan nilai sig 0,00 yang dapat disimpulkan bahwa secara simultan ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage secara simultan berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility.

**Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi**

Model	R Square
1	.786

Sumber : Data Hasil Output SPSS Versi 25  
 Berdasarkan hasil dari tabel 10 diperoleh nilai R Square (R<sup>2</sup>) 0,786. Nilai ini menunjukkan bahwa kemampuan menjelaskan variabel independen yang diberikan terhadap variabel dependen adalah sebesar 0,786 atau 78%. Sementara 22% dijelaskan oleh faktor lain atau variabel lain yang tidak diikuti dalam penelitian ini.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Secara Signifikan Terhadap Corporate Social Responsibility. Rata-rata ukuran perusahaan dilihat dari total aset berbanding lurus dengan nilai dana CSR yang dikeluarkan perusahaan setiap tahunnya. Semakin besar perusahaan maka akan semakin besar dana CSR yang dikeluarkan. Karena perusahaan yang berukuran kecil dan berdampak kecil harus dibebani dengan tanggung jawab yang kecil, sementara tanggung jawab besar harus dibebankan kepada perusahaan yang berdampak besar (Dwi, 2013:40).

Dari pembahasan di atas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa dalam penelitian ini data yang diolah secara statistik selaras dengan keberadaan data yang ada. Ukuran perusahaan selalu mempengaruhi besarnya CSR yang dikeluarkan oleh perusahaan.

**Pengaruh Profitabilitas Secara Signifikan Terhadap Corporate Social Responsibility**

Rata-rata profitabilitas berbanding lurus dengan nilai dana CSR yang dikeluarkan perusahaan setiap tahunnya. Pada saat profitabilitas yang dilihat dari perhitungan Return on Asset (ROA) meningkat jumlah dana CSR yang dikeluarkan oleh perusahaan juga semakin meningkat.

Semakin besar profitabilitas suatu perusahaan maka semakin banyak atau luas pula informasi kegiatan perusahaan yang harus diungkapkan, Pengungkapan kegiatan perusahaan dilakukan untuk menyakinkan pihak eksternal (investor dan masyarakat) terhadap akuntabilitas perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya dan dengan dipublikasikannya informasi kinerja perusahaan juga dapat digunakan untuk menonjolkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan tersebut (Purba, 2015)

**Pengaruh Leverage Secara Signifikan Terhadap Corporate Social Responsibility**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketergantungan perusahaan terhadap hutang didalam membiayai kegiatan yang berhubungan dengan corporate social responsibility tidak tergantung oleh tingkat leverage. kegiatan pengalokasian dana CSR

perusahaan untuk membiayai program CSR semata – mata merupakan bentuk komitmen perusahaan secara sukarela untuk turut berkontribusi aktif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan bukan karena merupakan aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum atau perundang – undang.

Hal ini dapat diartikan bahwa besar kecilnya rasio leverage suatu perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Hal ini dikarenakan sudah terjadi hubungan yang baik antara perusahaan dengan debtholders, yang mengakibatkan debtholders tidak terlalu memperhatikan rasio leverage perusahaan.

## KESIMPULAN

Ukuran Perusahaan secara signifikan berpengaruh positif terhadap Corporate Social Responsibility pada perusahaan food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Profitabilitas secara signifikan berpengaruh positif terhadap Corporate Social Responsibility pada perusahaan food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Leverage secara signifikan tidak berpengaruh dan berpengaruh negative terhadap Corporate Social Responsibility pada perusahaan food and beverages

## Pengaruh Signifikan Secara Simultan Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility

Dari hasil uji hipotesis secara simultan diperoleh tingkat signifikansi  $0,021 < 0,05$ . Maka H4 diterima dan secara statistik menjelaskan bahwa Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage secara simultan berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility (CSR). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H4 diterima. Ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage secara bersama – sama berpengaruh terhadap besaran dana CSR yang dikeluarkan oleh perusahaan.

yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage secara simultan berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility pada perusahaan food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), sehingga hasil dari penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ai Desy Indriyani dan Willy Sri Yuliandhari (2020). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi*  
Arita, Enny, dkk.2019. Pengaruh

- Leverage, Profitabilitas dan Likuiditas terhadap Corporate Social Responcibility. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Bambang Riyanto. 2013. Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan. Edisi Keempat. BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta.
- Brigham, Eugene F., dan Joel F. Houston, 2018, Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Buku 1, Terjemahan oleh Novietha Indra Sallama dan Febriany Kusumastuti, Edisi 14, Jakarta:Salemba Empat.
- Chandrarin, Grahita. 2018. Metode Riset Akuntansi Pendekatan Kuantitatif. Jakarta: Salemba Empat.
- Fitriani, Rosa.2018. Pengaruh Kemilikan Institutional, Profitabiltas dan Ukuran Perusahaan terhadap Corporate Social Responcibility. Jurnal Ilmu Keuangan Perbankan.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. Semarang: Badan Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam.Chariri. 2014. Teori Akuntansi. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardianti, Dwi Citra, dkk.2020. Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Corporate Social Responcibility. Jurnal Akuntansi dan Ekonomi.
- Ida Ayu Putri Laksmidewi Purba dan Made Reina Candradewi (2019). Pengaruh leverage, likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility. E-Jurnal Manajemen
- Indonesia. Undang-Undang tentang Perseroan Terbatas, UU No. 40 tahun 2007, LN No. 106 Tahun 2007, TLN No. 4756.
- Kartini, Dwi. 2013. Corporate Social Responcibility Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia. Bandung : PT Refika Aditama
- Kasmir. 2019. Analisis Laporan Keuangan. Edisi Pertama. Cetakan Keduabelas. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Lako, Andreas. 2011. Dekonstruksi Corporate Sosisal Responbility & Reformasi Paradigma Bisnis & Akuntansi. Jakarta: Erlangga
- Prof. Dr. Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Siregar, Syofian. 2013. Metode penelitian kuantitatif. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sudana, I M & Setianto, R.H. 2018. Metode Penelitian Bisnis & Analisis Data dengan SPSS. Jakarta: Erlangga.
- Sukiyat, dkk. 2019. Buku Pedoman Penulisan Skripsi. Surabaya : Jakad Publishing Surabaya
- Susilowati, Fera, dkk.2018. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Tipe Industri, dan Ukuran Dewan Komisaris Perusahaan terhadap Corporate Social Responcibility. Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi.
- Trinanda, Savina maya, dkk.2018. Pengaruh Size dan Profitabilitas terhadap Corporate Social Responcibility. Jurnal ilmu Akuntansi.
- Ulum, Ihyaul.2017. Intelectual Capital. Cetakan Ketiga. Malang : Universitas Muhammadiyah Malang Press. Tersedia dari Google Play Books.
- Vivian, dkk.2020. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaa, dan Dewan Komisaris terhadap Corporate Social Responcibility. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi.
- Wahyuningsih, ana,dkk.2018. Pengaruh Leverage dan Profitabilitas terhadap Corporate Social Responcibility. Jurnal Bisnis dan Komunikasi.
- Yanti, Ni Luh Eka Karisma, dkk.2021. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dwan Komisaris, Kepemilikan Institutional,

Leverage dan Profitabilitas terhadap Corporate Social Responcibility. Jurnal Akuntansi dan Keuangan  
Zulhaimi, Hanifah, dkk.2019. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap Corporate Social Responcibility. Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan