



DETERMINAN PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY : STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN DI BEI

Ika Candra Dewi¹

Fadilla Cahyaningtyas²

Institut Teknologi dan Bisnis Asia, Jalan Soekarno Hatta,
Malang

Surel : fadillacahyaningtyas@asia.ac.id

Abstrak. Determinan Pengungkapan Corporate Social Responsibility : Studi Empiris Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Di BEI. Salah satu bidang industri yang mengungkapkan CSR adalah perusahaan makanan dan minuman. Saat ini banyak perusahaan makanan dan minuman yang berlomba-lomba untuk memperbaiki dan menciptakan produk makanan dan minuman yang baru, dari yang sudah ada dikembangkan menjadi lebih unik dan variatif hingga menciptakan produk yang belum pernah ada. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan likuiditas terhadap CSR. Populasi penelitian adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2018-2020 dengan jumlah populasi sebanyak 30 perusahaan. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling* sehingga mendapatkan sampel sebanyak 15 perusahaan. Data penelitian adalah data sekunder. Metode analisis data penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan uji asumsi klasik dan uji hipotesis uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR, sedangkan profitabilitas likuiditas tidak berpengaruh terhadap CSR.

Kata Kunci : Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, *Corporate Social Responsibility*, Makanan dan Minuman

Abstract. Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: Empirical Study on Food and Beverage Companies on the IDX. One of the industries that disclose CSR is food and beverage companies. Currently, many food and beverage companies are competing to improve and create new food and beverage products, from existing ones being developed to be more unique and varied to creating products that have never existed. This study aims to determine the effect of firm size, profitability and liquidity on CSR. The research population is food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2018-2020 with a total population of 30 companies. The sampling technique was *purposive sampling* so as to get a sample of 15 companies. Research data is secondary data. The research data analysis method used multiple linear regression analysis using the classical assumption test and the t-test hypothesis test. The results showed that firm size had a positive effect on CSR, while liquidity profitability had no effect on CSR.

Keywords: Company Size, Profitability, Liquidity, *Corporate Social Responsibility*, Food and Beverage

PENDAHULUAN

Perusahaan adalah elemen bisnis yang memberikan banyak keuntungan bagi masyarakat, salah satunya yaitu penyedia lapangan pekerjaan dan kebutuhan masyarakat. Pada dasarnya tujuan didirikan perusahaan yaitu memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Akan tetapi, reputasi serta *image* yang baik juga dibutuhkan oleh perusahaan, karena jika perusahaan memiliki reputasi yang buruk maka akan berimbas pada keuntungan yang diperoleh perusahaan itu sendiri, begitupun sebaliknya. Sekarang ini semakin banyak aktivitas perusahaan yang tanpa disadari menimbulkan persoalan sosial, mulai dari polusi udara, diskriminasi, kebisingan, serta bentuk *negative externalities* lainnya. Oleh karena itu, perusahaan diharuskan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR). Menurut Aini (2015) CSR adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk kewajiban perusahaan terhadap unsur-unsur sosial dan lingkungan. Fungsi dari CSR adalah sebagai cara pertanggungjawaban sosial perusahaan atas masyarakat dan lingkungan di mana perusahaan itu berada (Ernawan, 2014). Elkington (1997) dalam Wulandari (2019) menjelaskan bahwa perusahaan yang ingin maju dan berkembang harus memperhatikan persepsi *triple bottom line*. Persepsi ini mengungkapkan kepada perusahaan untuk tidak hanya mencari keuntungan, namun

perusahaan juga harus fokus pada sudut sosial dan lingkungan. Ini sesuai dengan teori *stakeholder*. Teori Stakeholder dikemukakan oleh R. Edward Freeman pada tahun 1984. Menurut Edward dalam Lisyanti (2018) teori *stakeholder* adalah teori yang menjelaskan tentang etika bisnis yang membahas tentang nilai dan moral yang mengatur organisasi serta menjelaskan mengenai organisasional manajemen. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah badan usaha yang hanya mementingkan keuntungannya sendiri, namun perusahaan juga harus mampu memberikan keunggulan bagi para *stakeholder*-nya. Keunggulan tersebut dapat diberikan dengan melaksanakan program CSR. Perusahaan percaya bahwa program ini dapat bekerja atas bantuan pemerintah dari klien, perwakilan, dan area lokal terdekat sehingga hubungan yang baik dapat terjalin antara perusahaan dan lingkungan sekitar.

Menurut Yanti dan Budiasih (2016), Putri (2017), Ruroh dan Latifah (2018), Afni dan Chrisyatin (2019), faktor pertama yang mempengaruhi CSR adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan adalah skala yang menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan harus terlihat dari nilai kesepakatan dan manfaat dalam suatu perusahaan. Semakin menonjol nilai kesepakatan dan keuntungan di perusahaan, itu akan mencerminkan kondisi perusahaan yang lebih kuat. Pada dasarnya, perusahaan dibagi menjadi tiga

kelas, yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah, dan perusahaan kecil. Semakin besar perusahaan, semakin tinggi nilai CSR-nya. Hal tersebut sejalan dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan yang cukup besar akan mempunyai jumlah *stakeholder* yang lebih banyak sehingga akan mendukung pengungkapan CSR. Namun pernyataan diatas bertolak belakang dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Faidah (2020) dan Andrayani (2016).

Faktor kedua yang mempengaruhi CSR adalah profitabilitas (Yanti dan Budiasih, 2016; Wasito, 2016; Putri, 2017; Ruroh dan Latifah, 2018; Afni dan Chrisyitin, 2019). Profitabilitas merupakan kapasitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Profitabilitas dapat dilihat dari besarnya nilai laba dan aktiva yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi, maka akan menunjukkan kesuksesan kinerja yang dilakukan oleh perusahaan serta dapat meningkatkan CSR-nya. Hal ini terkait dengan teori *stakeholder*, bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang signifikan dapat dianggap sebagai perusahaan yang telah dikelola dengan baik dan dapat meningkatkan kepuasan bagi para *stakeholder*-nya. Namun pernyataan diatas bertolak belakang dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Faidah (2020), Trinanda (2018) dan Hardianti (2020).

Faktor ketiga yang mempengaruhi CSR adalah likuiditas (Wasito, 2016; Agustin, 2018; Putri, 2017). Likuiditas adalah kapasitas perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Kapasitas perusahaan untuk mengurus kewajiban sesaat menunjukkan betapa terampilnya perusahaan dalam mensubsidi tugas-tugasnya dan dapat memberikan gambaran tentang dampak aksesibilitas aset organisasi terhadap CSR. Hal tersebut bila dihubungkan dengan teori *stakeholder*, bahwa perusahaan yang secara keuangannya sehat atau tingkat likuiditas tinggi maka akan lebih banyak mengungkapkan CSR sehingga dapat menjalin hubungan baik dengan para *stakeholder*-nya dibandingkan dengan perusahaan yang tingkat likuiditas rendah. Namun pernyataan diatas bertolak belakang dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Arita (2019).

Dari tahun ke tahun jumlah perusahaan yang menerapkan CSR dalam laporan tahunan semakin meningkat, tidak hanya itu perusahaan juga mulai memahami bahwa pelaksanaan CSR sangat penting mengingat sangat penting untuk prosedur bisnis perusahaan. Salah satu bidang industri yang mengungkapkan CSR adalah perusahaan makanan dan minuman. Saat ini banyak perusahaan makanan dan minuman yang berlomba-lomba untuk memperbaiki dan menciptakan produk makanan dan minuman yang baru, dari yang

sudah ada dikembangkan menjadi lebih unik dan variatif hingga menciptakan produk yang belum pernah ada. Hal ini secara tidak langsung dikarenakan kebutuhan manusia akan makanan dan minuman sangatlah besar dan akan sangat membantu perekonomian negara. Sehingga menurut peneliti hal ini sangat menarik dan menjadi alasan mengapa peneliti memilih perusahaan makanan dan minuman sebagai objek penelitian. Berdasarkan penjelasan diatas maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan likuiditas terhadap CSR.

TELAAH LITERATUR

Corporate Social Responsibility

CSR adalah suatu kegiatan atau tindakan bisnis yang diselesaikan oleh suatu organisasi sebagai kewajiban sosial kepada masyarakat dan lingkungan sekitar sebagai bentuk perhatian-nya dalam meningkatkan kesejahteraan. Kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan adalah memberikan bantuan kepada anak-anak kurang mampu, memberikan aset untuk pemeliharaan kantor publik di sekitar perusahaan. Gagasan yang mendasari kewajiban sosial perusahaan dari suatu organisasi dikemukakan secara tegas oleh Howard R. Bowen pada tahun 1999. Menurut Howard dalam Disemadi (2020) ada dua hal yang harus diperhatikan mengenai kewajiban sosial perusahaan, khususnya mengetahui jenis

organisasi dan administrasinya. Selanjutnya pada tahun 1960, Keith Davis (1999) dalam Disemadi (2020) menambahkan satu lagi komponen kewajiban sosial perusahaan adalah adanya kewajiban sosial perusahaan melewati kewajiban keuangan sederhana. Hal tersebut menjadi cikal bakal yang mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan *corporate social responsibility* di era tahun 1970.

CSR pada penelitian ini diukur menggunakan GRI Standards. GRI (*Global Reporting Initiative*) adalah pelaporan, standar pengungkapan dengan tanda-tanda kewajiban sosial yang diselesaikan oleh organisasi untuk merencanakan dan menyampaikan laporan kepada *stakeholder*.

Menurut Setiawan (2021) rumus untuk menghitung CSR adalah:

$$CSR = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{94}$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah proporsi untuk menentukan besar kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan dapat digunakan untuk menyatakan karakteristik keuangan perusahaan. Perusahaan besar akan berpikir bahwa lebih mudah untuk mendapatkan modal di pasar modal daripada perusahaan kecil. Karena akses yang mudah menyiratkan kemampuan beradaptasi yang lebih menonjol untuk perusahaan besar. Besar kecilnya perusahaan dapat

ditentukan oleh nilai yang berbeda seperti sumber daya yang lengkap, kesepakatan, modal, manfaat, dan sebagainya. Nilai-nilai tersebut dapat menentukan ukuran perusahaan. Menurut Rofiqkoh (2016) rumus untuk menghitung ukuran perusahaan adalah:

$$Ukuran Perusahaan = Ln (Total Penjualan)$$

Penjualan adalah kapasitas promosi yang penting untuk perusahaan dalam mencapai tujuannya menciptakan keuntungan. Penjualan yang terus berkembang dapat mengatasi biaya yang ditimbulkan selama interaksi pembuatan. Hal ini akan membangun keuntungan perusahaan yang kemudian akan mempengaruhi produktivitas perusahaan.

Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas dipakai untuk mengukur kapasitas entitas mendapatkan laba sesuai dengan penjualan, aset, laba, dan modal sendiri. Rasio profitabilitas yang dipakai pada penelitian adalah *net profit margin*. Menurut Anggraini (2019) rumus untuk menghitung *net profit margin* adalah:

$$NMP = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Semakin tinggi *net profit margin* memperlihatkan keuntungan yang didapatkan dari tingginya penjualan. Sebaliknya jika *net profit margin* bernilai rendah berarti perusahaan kurang produktif dalam membentuk keuntungan dari penjualan. Keadaan ini bisa mengakibatkan perusahaan mengalami kesulitan keuangan.

Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas digunakan sebagai ukuran kemampuan entitas untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rasio likuiditas ditentukan berdasarkan data prasyarat modal kerja dari sumber daya lancar dan kewajiban lancar. Rasio likuiditas yang digunakan dalam penelitian adalah *current ratio*. Menurut Nurdiwaty (2021) rumus untuk menghitung *current ratio* adalah:

$$CR = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Utang jangka Pendek}} \times 100\%$$

Ketidakberdayaan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek menunjukkan perusahaan berada dalam kesulitan moneter dan dapat dikatakan bahwa semakin besar aset jangka pendek dibandingkan dengan kewajiban jangka pendek, maka semakin tidak pasti organisasi menghadapi kesulitan keuangan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap CSR

Ukuran perusahaan menggambarkan seberapa banyak aset yang dimiliki perusahaan. Semakin menonjol penjualan dan total aktiva maka semakin besar ukura perusahaan, seperti yang ditunjukkan oleh Rofiqkoh (2016). Ukuran perusahaan adalah skala yang tidak sepenuhnya ditentukan dari tingkat semua sumber daya dan kesepakatan yang dapat menunjukkan keadaan perusahaan di mana perusahaan yang lebih besar akan menikmati keuntungan dalam sumber aset yang diperoleh untuk mendanai bisnis dan

menempatkan investasi menjadi keuntungan. Ukuran perusahaan dapat digunakan untuk mengatasi kualitas moneter asosiasi. Perusahaan besar akan berpikir bahwa lebih mudah mendapatkan modal di pasar modal daripada organisasi kecil. Entri langsung ini menunjukkan bahwa perusahaan yang lebih besar memiliki kemampuan beradaptasi yang lebih besar. Hal ini terlihat dari penelitian yang dilakukan oleh Yanti dan Budiasih (2016), Putri (2017), Ruroh dan Latifah (2018), Afni dan Christytin (2019) dimana ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang akan dilakukan oleh suatu perusahaan.

H₁: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR

Pengaruh Profitabilitas terhadap CSR

Profitabilitas adalah variabel yang digunakan untuk mengukur kemampuan asosiasi dalam memperoleh keuntungan dan menunjukkan seberapa baik kinerja keuangan asosiasi dalam memberikan atau mendapatkan keuntungan. Profitabilitas juga merupakan bagian yang membuat dewan bebas dan fleksibel dalam kewajibannya kepada *stakeholder* dan lingkungan. Hal ini terlihat dari penelitian yang dilakukan oleh Yanti dan Budiasih (2016), Wasito (2016), Putri (2017), Ruroh dan Latifah (2018), Afni dan Christytin (2019) yang mana profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR,

Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, semakin penting pengungkapan CSR perusahaan.

H₂: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR

Pengaruh Likuiditas terhadap CSR

Likuiditas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendeknya dengan menghubungkan jumlah kas dalam aset jangka pendek lain dengan kewajiban jangka pendek, bisa juga memberikan ukuran yang mudah dan cepat dipergunakan dalam mengukur likuiditas. Perusahaan dengan likuiditas tinggi akan memberikan tanda kepada perusahaan yang berbeda bahwa mereka lebih unggul dari perusahaan yang berbeda dalam menjalankan pekerjaan yang berhubungan dengan lingkungan sosial. Tanda ini dibuat dengan memberikan data yang lebih pasti tentang kewajiban sosial dan lingkungan mereka. Hal ini terbukti dari penelitian yang dilakukan oleh Wasito (2016), Agustin (2018) dan Putri (2017) yang mana profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR. Perusahaan dengan likuiditas yang tinggi akan memberikan sinyal kepada perusahaan yang lain dengan melakukan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan sosial.

H₃: Likuiditas berpengaruh positif terhadap CSR

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kuantitatif karena menggunakan data numerik dan teknik analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif untuk menggambarkan hubungan antara ukuran perusahaan, profitabilitas dan likuiditas terhadap CSR.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah 30 perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di BEI periode 2018-2020 dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2018-2020.
2. Perusahaan makanan dan minuman yang menyajikan laporan tahunan dan mengungkapkan CSR secara konsisten periode 2018-2020.
3. Perusahaan makanan dan minuman yang memperoleh laba secara konsisten periode 2018-2020.
4. Perusahaan makanan dan minuman yang menyediakan informasi lengkap yang diperlukan dalam penelitian.

Berdasarkan kriteria diatas maka jumlah sampel yang diperoleh adalah 15 perusahaan x 3 tahun = 45 data sampel.

Data Penelitian

Data penelitian yang digunakan sebagai informasi opsional diperoleh dari situs www.idx.co.id, berupa:

1. Data laporan keuangan tahunan
2. Data hasil perhitungan ukuran perusahaan, profitabilitas dan likuiditas perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2018-2020.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, likuiditas dan profitabilitas terhadap CSR pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2018-2020.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*, data dikatakan normal jika nilai $Sig \geq 0,05$. Nilai *kolmogorov-smirnov* sebesar 0,063 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,200 ($0,200 > 0,05$) artinya data berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas pada model regresi dapat dilihat pada nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) jika nilai $VIF < 10$, maka model regresi dikatakan baik dan tidak terjadi gejala multikolinieritas. Nilai VIF ukuran perusahaan sebesar 1,161, profitabilitas sebesar 1,039 dan likuiditas sebesar 1,177, artinya tidak terjadi multikolinieritas pada variabel independen dalam regresi ini.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi diperoleh apabila nilai Durbin Watson berada antara -2 sampai dengan 2 ($-2 \leq DW \leq 2$). Nilai DW adalah $-2 \leq 1,801 \leq 2$, artinya data penelitian bebas dari gejala autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kolerasi *Spearman's rho*, tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika korelasi antara variabel independen dengan residual tingkat signifikasinya lebih dari 0,05 maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil menunjukkan korelasi antara variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan likuiditas dengan nilai *Unstandardized Residual* memiliki nilai signifikansi $0,887 > 0,05$ artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini menjelaskan bahwa nilai *Adjusted R Square* (R^2) adalah 0,042, artinya 4% CSR dapat dijelaskan oleh variabel independen ukuran perusahaan, profitabilitas dan likuiditas. Sisanya $100\% - 4\% = 96\%$ dipengaruhi sebab lain di luar model.

Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur intensitas hubungan

antar variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen (Bahri, 2018;195). Berikut hasil olah data untuk persamaan regresi linear berganda dalam tabel 1:

Tabel 1
Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a		Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
1					
(Constant)	-.051	.265		-.193	.848
UKURAN PERUSAHAAN	.019	.009	.346	2.177	.035
PROFITABILITAS	-.004	.126	-.005	-.032	.975
LIKUIDITAS	.005	.004	.184	1.148	.258

Sumber : Data yang diolah, 2021.

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap CSR

Tabel 1 menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki nilai $t_{hitung} = 2,177 > t_{tabel} = 2,020$ dengan nilai signifikan $0,035 < 0,05$ berarti H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR. Perusahaan besar biasanya memiliki sumber daya yang sangat besar, kesepakatan besar, keterampilan pekerja yang hebat, kerangka kerja data yang disempurnakan, berbagai jenis produk, dan struktur kepemilikan yang lengkap. Sehingga dapat mendorong pendukung keuangan untuk memasukkan sumber daya ke dalam perusahaan dan jika saham perusahaan tinggi, pengungkapan kewajiban sosial perusahaan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yanti dan Budiasih (2016), Putri (2017), Ruroh dan Latifah (2018), Afni dan Chrisyitin (2019). Namun tidak sejalan dengan penelitian Faidah (2020)

dan Andrayani (2016) bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap CSR

Tabel 1 menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki nilai $t_{hitung} = -0,032 < t_{tabel} = 2,020$ dengan nilai signifikan $0,975 > 0,05$, berarti H_2 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR. Perusahaan akan tetap mengungkapkan kewajiban sosialnya tidak peduli seberapa besar manfaat yang dihasilkan, mengingat paparan CSR telah menjadi komitmen bagi setiap organisasi, baik organisasi dalam kondisi menguntungkan maupun tidak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Faidah (2020), Trinanda (2018) dan Hardianti (2020). Namun tidak sejalan dengan penelitian Yanti dan Budiasih (2016), Wasito (2016), Putri (2017), Ruroh dan Latifah (2018), Afni dan Chrisytn (2019) bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Likuiditas Terhadap CSR

Tabel 1 menunjukkan bahwa variabel likuiditas memiliki nilai $t_{hitung} = 1,148 < t_{tabel} = 2,020$ dengan nilai signifikan $0,258 > 0,05$, berarti H_3 ditolak. Hal ini membuktikan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap CSR. Perusahaan akan terus mengungkapkan tanggung jawab sosialnya terlepas dari tinggi

atau rendah tingkat likuiditas karena pengungkapan CSR sudah menjadi kewajiban bagi setiap perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arita (2019) Namun tidak sejalan dengan penelitian Wasito (2016), Agustin (2018) dan Putri (2017) bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil olah data diatas, maka diambil kesimpulan sebagai berikut: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR, profitabilitas dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap CSR. Penelitian ini memiliki keterbatasan antara lain: Penelitian ini hanya meneliti tentang perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memiliki saran sebagai berikut: Bagi peneliti selanjutnya harus memiliki pilihan untuk memeriksa variabel lain yang mempengaruhi CSR, menyelidiki hal-hal di bagian CSR yang umumnya ditemukan secara luas oleh perusahaan dan dapat memperluas sampel penelitian tidak hanya menggunakan perusahaan makanan dan minuman tetapi peneliti selanjutnya bisa menggunakan sampel pada seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI.

DAFTAR RUJUKAN

- Aulia, R. dan Wulandari, T. (2019). *Problematica Corporate Social Responsibility (CSR) dalam*

- Penerapannya di Indonesia. Diunduh September 5, 2019, from <https://www.kompasiana.com/riizkaulia/5d15c4b20d82307c9b0beaf2/problematika-corporate-social-responsibility-csr-dalam-penerapannya-di-indonesia?page=all>
- Andrayani, Devi. (2016). *Pengaruh Profitabilitas, Umur Perusahaan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure*. Disertasi tidak dipublikasikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
- Arita, Enny. (2019). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2014-2018*. *LPPM UMSB Vol. XIII No. 10*
- Anggraini, Dewi. (2019). *Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*. *Jurnal Management & Accounting Expose. Vol. 2 No. 1*
- Bahri, Syaiful. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis. Lengkap dengan Teknik Pengolahan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Disemadi, Hari Sutra. (2020). *Kebijakan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Strategi Hukum dalam Pemberdayaan Masyarakat di Indonesia*. *Jurnal Fakultas Hukum Vol. 4 No. 1. Hlm. 1-16*
- Ernawan, E. R. (2014). *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*. *Jurnal Manajemendan Bisnis, Vol. XI No. 2*.
- Faidah, Akhmada. (2020). *Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan yang Terdaftar Di BEI Tahun 2016-2018*. *E-JRA Vol. 09 No. 06*
- Hardianti, Dwi Citra. (2020). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Akuntansi & Ekonomi FE UN PGRI Kediri Vol. 5 No. 1*
- Muslichah dan Bahri, Syaiful. (2021). *Akuntansi Manajemen Teori dan Aplikasi*. Bogor: Penerbit Mitra Wacana Media
- Nurdiwaty, Diah. (2021). *Menguji Pengaruh Rasio Keuangan Perusahaan Terhadap Financial Distress*. *Jurnal Peta Vol. 6 No. 2*
- Putri, Rindu Kurnia. (2017). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, dan Basis Kepemilikan Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan*

- Pertambangan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2012-2014. *JOM Fekom Vol. 4 No. 1*
- Ruroh, Ivon Nurmas. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Risk Minimization Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar Di BEI Periode 2015-2016. *Jurnal Akademi Akuntansi Vol. 1 No. 1*
- Rofiqkoh, E. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi Vol. 5 No. 10*
- Saragih, Afni Eliana. (2019). Pengaruh *Corporate Governance*, Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimiayang Terdaftar Di BEI. *JRAK – Vol. 5 No. 2*
- Sahla, Widya Ais. (2016). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Berdasarkan *Gbal Reporting Initiative* (GRI-G4) pada Perbankan Indonesia. *Jurnal INTEKNA. Vol. 16 No. 2*
- Setiawan, Temy. (2021). Karakteristik Perusahaan, Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRD). *Journal of Business & Applied Management. Vol. 14 No. 1*
- Solihin, Ismail. (2009). *Corporate Social Responsibility from Charity to Sustainability*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Wasito, Gagat Agus. (2016). Pengaruh *Corporate Governance*, Profitabilitas, Likuiditas, dan Solvabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility Disclosure*. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Vol. 18 No. 1. Hlm. 1-10*
- Wasito, Gagat Agus. (2016). Pengaruh *Corporate Governance*, Profitabilitas, Likuiditas, dan Solvabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Vol. 18 No. 1*
- Yanti, Ni Kadek Ayu Giri. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol. 17 No. 3*