

**PENGARUH *SLACK RESOURCE*, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN,
PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN LIKUIDITAS TERHADAP
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
PADA PERUSAHAAN SEKTOR BARANG KONSUMSI**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Jurusan Akuntansi



Oleh:

CANDRA WULANDARI PRATAMA
2017310314

**UNIVERSITAS HAYAM WURUK PERBANAS
SURABAYA
2021**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Candra Wulandari Pratama
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 07 Agustus 1999
NIM : 2017310314
Program Studi : Akuntansi
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan
Judul : Pengaruh *Slack Resources*, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal :

Co. Dosen Pembimbing,
Tanggal :

(Dr. Luciana Spica Almilia, SE., M.Si., QIA.,CPSAK)
NIDN : 0704127401

(Lufi Yuwana Mursita, S.E., M.Se)
NIDN : 0726109401

Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi
Tanggal :

Dr. Nanang Shonhadji S.E., Ak., M. Si., CA., CIBA., CMA
NIDN : 0731087601

THE EFFECT OF SLACK RESOURCE, COMPANY GROWTH, PROFITABILITY, LEVERAGE, AND LIQUIDITY ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE IN CONSUMER GOODS SECTOR COMPANIES

CANDRA WULANDARI PRATAMA

Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya

Email: 2017310314@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of slack resources, company growth, profitability, leverage and liquidity on the disclosure of corporate social responsibility (CSR) in consumer goods sector companies. The sample selection of this research is 174 companies in the consumer goods sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2015-2020 period using purposive sampling method. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis to identify the independent variables that affect the dependent variable. The results of this study indicate that slack resources have a significant and significant effect on the disclosure of corporate social responsibility (CSR). Company growth, profitability, leverage and liquidity have no significant effect on the disclosure of corporate social responsibility (CSR). Further researchers are advised to add other manufacturing sectors that disclose CSR a lot so that more samples are obtained and add other variables that also affect CSR disclosure.

Keywords: *slack resources, company growth, profitability, leverage, liquidity, corporate social responsibility*

PENDAHULUAN

Perusahaan selalu memiliki hubungan sosial dengan masyarakat dalam setiap aktivitasnya, baik dalam hal proses produksi maupun dalam hal distribusi, tentunya menjadi beberapa pokok pertimbangan bagi beberapa pihak yang akan memberikan kredit maupun penanaman modal. Perusahaan manufaktur yang bergerak dalam sektor barang konsumsi misalnya, secara garis besar memiliki berbagai kondisi yang tidak dapat terelakkan dalam hal limbah dan berbagai kondisi dalam aktivitas perusahaan. Lingkungan yang kondusif tentunya aman bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang ini, akan tetapi perusahaan yang memiliki tempat berdekatan dengan pemukiman maupun jalur akses padat memiliki kesulitan dalam menyikapi hal tersebut. Perusahaan perlu menjalin

hubungan sosial dengan masyarakat untuk memberikan tingkat aman untuk kebaikan kedua belah pihak, seperti diatur dalam perundangan UU No. 40 tahun 2007 yang mewajibkan setiap perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam berbagai aktivitasnya yang memiliki hubungan dengan sumber daya alam tentunya dengan lingkungan sosial (Akim, 2017).

Pengelolaan sumber daya alam yang kurang baik akan menimbulkan berbagai ancaman kerugian baik untuk perusahaan maupun lingkungan sekitar, dimulai dari wabah penyakit akibat pencemaran limbah perusahaan baik air serta udara, kerusakan sarana dan prasarana jalur transportasi, hingga berbagai bentuk kerugian yang dapat menyebabkan bencana, maka dari itu perlunya

pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) yang baik di dalam suatu perusahaan agar lebih mudah dan bisa berhubungan baik dengan keadaan sekitar.

Berdasarkan analisis laporan tahunan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang ada di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019, ditemukan masalah bahwa masih banyak perusahaan yang kurang peduli tentang tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitar, semakin rendah pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) maka semakin buruk reputasi perusahaan dimata masyarakat dan investor, sebaliknya semakin banyak pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) maka akan membuat reputasi perusahaan semakin bagus. *Corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur barang konsumsi di BEI tahun 2015-2019 masih fluktuatif atau tidak stabil pada setiap tahunnya.

Corporate social responsibility (CSR) yang baik terlihat dari saat total jumlah tanggung jawab sosial (CSR) pada perusahaan tersebut bernilai diatas 50%, sebaliknya jika total tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dibawah 50% maka dapat dinyatakan bahwa perusahaan masih sedikit melakukan CSR, hal tersebut dapat menurunkan citra perusahaan terhadap masyarakat karena kurangnya kepedulian terhadap lingkungan sekitar serta berdampak juga terhadap investor yang ingin menanamkan investasi kepada perusahaan tersebut.

Investor akan lebih mempertimbangkan lagi untuk memulai investasi jika perusahaan tersebut mendapatkan citra jelek di masyarakat. Masyarakat atau konsumen di Indonesia masih banyak yang kurang memperhatikan pengungkapan CSR sehingga bisa dilihat rata-rata CSR nya masih terlihat rendah dan banyak item yang tidak diungkap secara rinci di dalam laporan tahunan perusahaan yang sesuai dengan indikator pengungkapan CSR GRI G4, beberapa contoh pengungkapan *corporate social*

responsibility (CSR) seperti beasiswa pendidikan, pembangunan masjid, pembangunan lahan hijau, dan dalam lingkup lain seperti kesehatan serta bantuan sosial lainnya. Rendahnya kesadaran perusahaan dalam melakukan kegiatan pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) salah satunya penyebab yaitu karena aktivitas CSR ini masih bersifat sukarela sehingga perusahaan tidak terlalu memperdulikan hal tersebut dan tidak menjadikan beban apabila tidak melakukan pengungkapan informasi sosial terkait lingkungan sekitar. Tanpa disadari pengungkapan masalah sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh suatu perusahaan merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan kepada publik dan sebagai usaha untuk menjaga eksistensi sebuah perusahaan tersebut

Tanggung jawab sosial perusahaan atau biasa disebut *corporate social responsibility* (CSR) merupakan hal penting dalam berlangsungnya aktivitas perusahaan. Perusahaan juga akan mengalami kesulitan dalam hal legalitas hingga tingkat operasionalnya bila perusahaan mengesampingkan tanggung jawabnya, perusahaan memiliki kemungkinan terburuk akan berhenti beroperasi apabila melalaikan tanggung jawab sosialnya . Perusahaan yang mengalami kerugian akibat lalainya dalam tanggung jawab social pernah menjadi sorotan salah satunya PT. Siantar TOP dan PT SBI pada tahun 2017. Penyebaran berita maupun issue mengenai perusahaan besar merupakan kerugian yang cukup besar, tentunya bukan hanya perusahaan, shareholder dan berbagai pihak yang tadinya memiliki hubungan bisnis dengannya akan terancam. Oleh sebab itu perusahaan dalam industri barang konsumsi ini harus mengungkapkan aktivitas CSR-nya baik dalam laporan tahunan maupun laporan tersendiri.

Informasi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dapat dilihat dari beberapa aspek data keuangan yang dikeluarkan perusahaan, dan *slack*

resources dapat memberikan informasi yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan bertahan dalam berbagai kondisi. Bernadette (2014:64) menunjukkan bahwa *slack resources* merupakan sebuah kondisi dimana perusahaan memiliki sumber daya lebih secara aktual, yang membuat perusahaan memiliki potensi bertahan dalam berbagai kondisi, baik tekanan internal maupun eksternal. *Slack resources* memberikan gambaran tentang kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian pada lingkungan sosialnya, hubungan ini memiliki sebuah arah yang sama bilamana perusahaan memiliki nilai *slack resources* tinggi maka akan berdampak semakin baik pula pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan.

Biaya yang dikeluarkan perusahaan tentunya juga berhubungan dengan kelangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan, dalam hal ini Sofyan Syafri (2013:309) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan yang dapat dilihat dari rasio pertumbuhan memberikan sebuah gambaran atas pertumbuhan pos – pos perusahaan dari tahun ketahun yang terdiri atas kenaikan laba bersih, *earning per share*, kenaikan dividen, serta kenaikan jumlah penjualan. Pertumbuhan perusahaan juga memiliki sebuah hubungan atas pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) atas kenaikan laba dan penjualan. Tentunya perusahaan juga memiliki kesempatan lebih memberi perhatian atas tanggung jawab sosial.

Faktor lain yang dapat memberikan sebuah hubungan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) adalah profitabilitas. Kasmir (2017:197) menunjukkan bahwa profitabilitas merupakan Gambaran penilaian atas perusahaan dalam mendapatkan keuntungan dengan memperbandingkan beberapa komponen dalam laporan keuangan yang dilakukan dalam beberapa periode. Profitabilitas ini yang memberikan Gambaran kemampuan perusahaan, apakah

naik atau turun dalam periode tertentu. Kenaikan profitabilitas tentunya memiliki dampak atas kemampuan perusahaan melakukan pengungkapan *atas corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial (Sugeng, 2017).

Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) juga dapat dipengaruhi oleh berbagai hutang perusahaan, pinjaman yang dilakukan guna membiayai aset merupakan hal penting bagi berlangsungnya operasional perusahaan. Pinjaman dalam hal ini biasa disebut *leverage*, dimana perusahaan dinilai dari kemampuan dalam menjalankan kegiatan usaha berdasarkan jumlah besaran nilai modal saja yang digunakan atau besaran dari nilai hutang yang digunakan dalam proses berlangsungnya perusahaan (Kasmir, 2017:113). Perusahaan yang melakukan kegiatan usaha dengan menggunakan modal sendiri tentunya memiliki kemampuan lebih dalam mengelola perusahaannya dan tidak mengesampingkan tanggung jawab sosialnya, tetapi ada juga atas dasar pinjaman dari pihak lain yang memberikan pengakuan dari berbagai sumber guna memberikan nilai positif terhadap perusahaan agar memperoleh pinjaman, dengan cara meningkatkan citra masyarakat.

Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) juga dapat ditinjau dari seberapa mampu perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya baik dalam hal pinjaman ataupun berbagai kewajiban perusahaan. Wetson (dalam Kasmir, 2017:129) menunjukkan bahwa likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam hal pembayaran utang yang mendekati jatuh tempo merupakan hal yang sangat menjadi pertimbangan bagi penanaman modal maupun kreditur lain. Perusahaan disamping itu memiliki kemampuan untuk menjalankan aktivitas usahanya memberi Gambaran perusahaan memiliki kemampuan bertahan dalam berbagai kondisi, dengan menjaga nama baik perusahaan dalam bidang permodalan

juga memberikan dampak positif bagi perusahaan. Pemenuhan kewajiban jangka pendek akan memberikan dorongan tentunya kepada perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosialnya.

KERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Teori Stakeholder

Teori stakeholder pertama kali dikembangkan oleh Freeman pada tahun 1984 yang membahas mengenai organisasional manajemen dan etika bisnis tentang moral dan nilai yang mengatur etika organisasi. Widyatmoko (2011) dalam Nor Hadi (2011:93) stakeholder adalah semua pihak internal maupun eksternal yang dapat mempengaruhi perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung, yang dimaksud pihak internal dan pihak eksternal dalam teori ini yaitu antara lain: masyarakat sekitar, pemerintah, perusahaan pesaing, lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan seperti LSM dan sejenisnya, lembaga pemerhatian lingkungan, para pekerja perusahaan kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya mempengaruhi atau dipengaruhi perusahaan. Teori stakeholder membawa dampak positif terhadap perusahaan yaitu perusahaan menjadi semakin berkembang sangat pesat dan masyarakat lingkungan sekitar juga me'jadi sangat terikat terhadap perusahaan, selain itu teori stakeholder juga mengajarkan bagaimana perusahaan agar tidak fokus hanya kepada pemegang saham saja namun juga harus memperhatikan lingkungan sekitar. Teori ini menggambarkan tentang upaya perusahaan dalam beradaptasi terhadap lingkungan sekitar, serta memberikan kesadaran mengenai etika tentang tanggung jawab sosial pada lingkungan sekitar. Pada dasarnya pengungkapan tanggung jawab sosial ini bertujuan untuk menginformasikan tentang aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan terhadap lingkungan sekitar dan pengaruhnya terhadap masyarakat, dalam hal ini manajer

akan termotivasi untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Teori *Resourced Based*

Teori *resourced based* pertama kali dikembangkan oleh March dan Simon dalam buku (seminal/pelopop) mereka di tahun 1958. Wernerfelt (1984) dalam Ramadhan (2017) *Resources Based Theory* (RBT) merupakan teori yang menggambarkan tentang keberhasilan suatu perusahaan ketika mempunyai sumber daya yang lebih di dalam perusahaannya. Perusahaan dikatakan unggul dalam bersaing ketika perusahaan mempunyai sumber daya profesional yang tidak ada di perusahaan lainnya. Sumber daya berupa asset berwujud maupun asset tidak berwujud, asset berwujudnya yaitu bahan baku, tenaga kerja, kapasitas mesin dan dana, sedangkan asset tidak berwujud berupa *pengungkapan corporate social responsibility* (CSR). Teori ini menggambarkan tentang bagaimana upaya perusahaan dalam memanfaatkan atau mengatur kelebihan sumber daya yang ada di dalam perusahaannya. Sumber daya yang dimaksud yaitu sesuatu yang berharga, unik, tidak dapat diimitasi secara sempurna, serta tak tergantikan yang dimiliki oleh perusahaan.

Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)

Nor Hadi (2014:46) menunjukkan bahwa CSR ialah tata cara perusahaan mengenai proses pengolahan bisnis agar dapat menghasilkan dampak positif secara keseluruhan kepada masyarakat. Dampak positif tersebut mengartikan bahwa CSR penting dilakukan di suatu perusahaan, ada beberapa alasan yang mendasari kenapa perusahaan harus melakukan CSR antara lain : (1) keterlibatan sosial perusahaan terhadap masyarakat, (2) keterlibatan dalam menjaga kelestarian lingkungan dan mengurangi dampak polusi, (3) meningkatkan nama baik perusahaan, simpati masyarakat, karyawan dan investor, (4) menghindari campur tangan pemerintah

dalam melindungi masyarakat, (5) meningkatkan respon positif norma dan nilai masyarakat dan lain sebagainya (Nor Hadi, 2014:157). Pengungkapan CSR ialah kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam mengungkapkan suatu informasi mengenai aktivitas sosial perusahaan yang diharapkan dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap perusahaan dan mempengaruhi kinerja perusahaan.

Slack Resource

Slack resources adalah kelebihan sumber aktual atau sumber potensial yang memungkinkan organisasi untuk beradaptasi dengan sukses terhadap penyesuaian tekanan internal maupun tekanan eksternal, serta untuk memulai perubahan dalam strategi sehubungan dengan lingkungan eksternal (Bernadette, 2014:64). *Slack resource* (sumber daya) yang memadai di dalam suatu perusahaan sangat penting bagi pengungkapan CSR karena pelaksanaan maupun pelaporan CSR membutuhkan sumber daya yang memadai. Sumber daya yang dimaksud seperti bahan baku, tenaga kerja, *work in process* (kapasitas mesin), dan dana. Kelebihan sumber daya yang paling berpengaruh oleh perusahaan yaitu kelebihan dana, karena jika perusahaan memiliki kelebihan dana dapat memiliki kesempatan untuk bertahan sehingga dapat menyangga krisis. Terdapat dua kebijakan dalam *slack resourced* antara lain yaitu *low-discretionary* (kebijakan rendah) contohnya hutang, aktiva tetap dan kelebihan kapasitas mesin pabrik. Sedangkan yang kedua yaitu *high-discretionary* (kebijakan tinggi) contohnya uang tunai dan piutang.

Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan merupakan salah satu indikator yang digunakan para investor untuk mempertimbangkan dalam menanamkan investasinya karena pertumbuhan perusahaan dapat menunjukkan bahwa kinerja perusahaan yang meningkat akan memiliki kesempatan

untuk mendapatkan profitabilitas yang tinggi di masa depan. Sofyan (2013:309) menunjukkan bahwa Rasio pertumbuhan menggambarkan persentase pertumbuhan pos-pos perusahaan dari tahun ke tahun. Rasio ini terdiri atas kenaikan penjualan, kenaikan laba bersih, *earning per share*, dan kenaikan dividen per share. Pertumbuhan dari suatu perusahaan akan menghasilkan tingkat pengembalian (*return*) yang semakin tinggi karena pertumbuhan dari suatu perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan bagi investor (Syardiana et al., 2016). Pertumbuhan perusahaan dapat dihitung melalui perubahan total penjualan perusahaan dari tahun tertentu dengan tahun sebelumnya. Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi membutuhkan tambahan aset untuk mendukung pertumbuhannya. Tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi juga merupakan indikasi bahwa perusahaan akan lebih banyak mempunyai *retained earning* sekaligus juga membutuhkan dana yang lebih banyak untuk mendukung pertumbuhan ekonomi.

Profitabilitas

Profitabilitas didefinisikan sebagai rasio yang digunakan untuk menilai seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan (Kasmir, 2017:196). Rasio profitabilitas mempunyai tujuan yaitu untuk mengukur serta menghitung laba yang diperoleh perusahaan selama satu periode. Profitabilitas mempunyai banyak manfaat bagi perusahaan antara lain untuk mengetahui laba yang diperoleh perusahaan, serta dapat mengetahui perkembangan laba dari tahun ke tahun. Profitabilitas mempunyai arti penting dalam usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah entitas tersebut mempunyai prospek yang baik di masa datang ataukah tidak. Setiap perusahaan akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi

tingkat profitabilitas maka semakin banyak perusahaan bisa melakukan pengungkapan CSR, namun sebaliknya jika profitabilitas rendah maka semakin sedikit perusahaan melakukan pengungkapan CSR (Purnasiwi, 2011) dalam (Sugeng, 2017).

Likuiditas

Likuiditas merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur kemampuan entitas dalam membayar semua liabilitas keuangan jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aset lancar yang tersedia (Kasmir, 2017:129). Rasio likuiditas mempunyai tujuan yaitu untuk melihat kemampuan keuangan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dan komitmen dalam pembayaran keuangan. Penjelasan terkait dengan likuiditas dapat dihubungkan dengan teori stakeholder dimana teori ini menyatakan bahwa informasi yang terkait dengan keuangan maupun non keuangan harus diungkapkan guna untuk membangun kerangka kerja yang responsive. Informasi yang terkait dengan keuangan yaitu seperti informasi kinerja keuangan sedangkan informasi non keuangan contohnya seperti pengungkapan CSR. Berdasarkan teori stakeholder maka semakin tinggi likuiditas maka semakin tinggi pula perusahaan mengungkapkan CSR, begitu sebaliknya semakin rendah likuiditas maka perusahaan pengungkapan CSR nya juga semakin rendah.

Pengaruh *Slack Resource* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Teori yang dapat menjelaskan hubungan antara variabel *slack resource* dengan pengungkapan CSR adalah teori *resource-based*. Teori ini menjelaskan bahwa besaran sumber daya perusahaan menentukan besaran aktivitas pelaporan, dalam hal ini adalah pengungkapan CSR. Lin *et.al*, (2019) menyatakan bahwa semakin tinggi *slack resource* maka semakin tinggi pula pengungkapan CSR, yang artinya bahwa perusahaan yang

mempunyai arus kas yang lebih dapat mengimplementasikan strategi untuk meningkatkan efisiensi, laba dan kesejahteraan dalam jangka panjang sehingga perusahaan mampu melaksanakan aktivitas CSR yang lebih baik dan akan memperoleh data yang baik pula yang nantinya berguna dalam pelaporan CSR (Harrison dan Coombs, 2012).

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Teori yang dapat menjelaskan hubungan antara variabel pertumbuhan perusahaan dengan pengungkapan CSR adalah teori stakeholder. Teori ini menjelaskan bahwa perusahaan yang memiliki pertumbuhan tinggi akan mempunyai kesempatan banyak untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaannya Sukenti *et al.* (2017) menyatakan bahwa semakin tinggi pertumbuhan perusahaan maka semakin luas pula pengungkapan CSR, karena perusahaan yang memiliki total penjualan yang tinggi cenderung memiliki laporan keuangan yang baik sehingga dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut, maka semakin banyak investor yang menanamkan modalnya akan semakin banyak pula pengungkapan CSR yang dibutuhkan untuk pemegang saham.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Teori yang dapat menjelaskan hubungan antara variabel profitabilitas dengan pengungkapan CSR adalah teori stakeholder. Teori ini menjelaskan bahwa semakin tinggi profitabilitas akan berkaitan dengan kerincian pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan guna untuk meyakinkan investor dalam profitabilitas perusahaan. Amran dan Devi (2008) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin luas pula pengungkapan tanggung jawab

informasi social, karena perusahaan yang memiliki profit otomatis juga memiliki manajemen yang peduli terhadap lingkungan dan sosial maka perusahaan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan *corporate social responsibility* (CSR) sehingga perusahaan dapat mewujudkan pembangunan ekonomi keberlanjutan dalam meningkatkan kualitas hidup perseroan.

Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

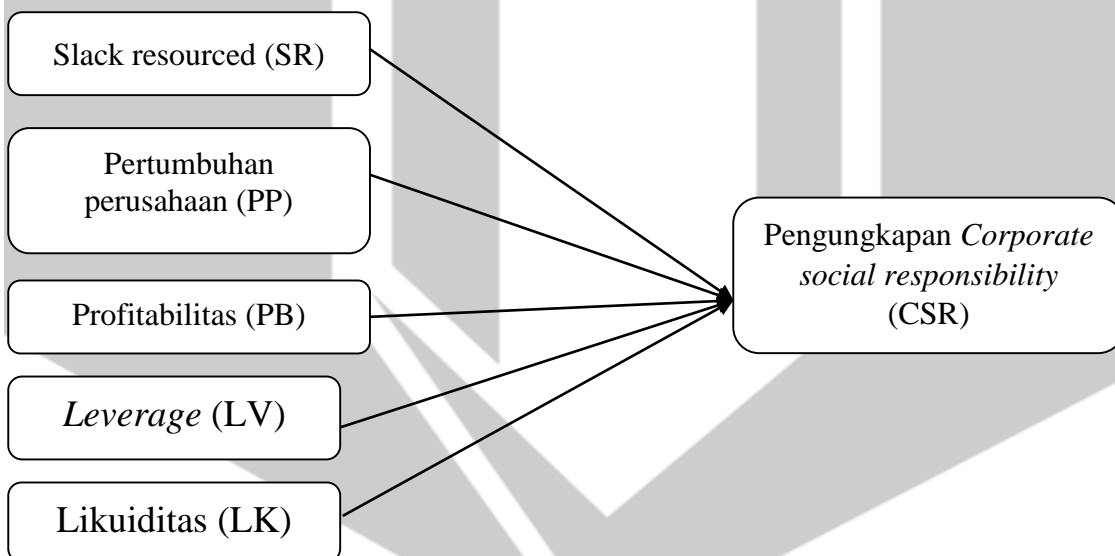
Teori yang dapat menjelaskan hubungan antara variabel *leverage* dengan pengungkapan CSR adalah teori stakeholder. Teori ini menjelaskan bahwa besarnya utang atau tingginya *leverage* berkaitan dengan luasnya pengungkapan CSR kepada para stakeholdernya guna untuk menghilangkan keraguan terhadap investornya. Rheza (2015) semakin tinggi tingkat *leverage*, maka semakin luas pengungkapan CSR yang dilakukan. Hal ini karena perusahaan dengan total hutang yang tinggi berusaha untuk mengurangi sorotan dari debitor sehingga perusahaan dituntut untuk aktif melakukan

pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Oleh karena itu perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan yang memiliki rasio *leverage* rendah.

Pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Teori yang dapat menjelaskan hubungan antara variabel *leverage* dengan pengungkapan CSR adalah teori stakeholder. Teori ini menjelaskan bahwa likuiditas yang tinggi maka perusahaan akan mengalokasikan dana untuk kegiatan CSR yang tinggi pula, begitu juga dengan pengungkapan informasi mengenai CSR yang dilakukan juga akan meningkat. Menurut Fauziah, *et.al* (2019) menyatakan bahwa perusahaan dengan likuiditas yang tinggi, cenderung akan lebih banyak melakukan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan sosial, sehingga akan memberi sinyal kepada perusahaan lain bahwa perusahaan mereka lebih baik daripada perusahaan lain. Signal tersebut dapat diwujudkan dengan melakukan pengungkapan CSR.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Klasifikasi Sampel

Dalam penelitian ini populasi yang dapat digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur sektor barang konsumsi pada periode 2015-2020. Pengambilan sampel pada penelitian ini dengan purposive sampling yaitu pengambilan sampel yang dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

- a. Perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI
- b. Perusahaan sektor barang konsumsi yang meliputi data laporan keuangan dan laporan tahunan yang sudah diaudit serta lengkap 6 tahun terakhir pada 2015-2020 dan dapat dipergunakan dalam mengukur variabel independen maupun variabel dependen. Perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang menyediakan informasi mengenai pelaksanaan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)

Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan bersifat kuantitatif. Mengenai sumber data yang didapat dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan yang sudah terpublikasikan untuk periode 2015-2020 memperoleh dari website Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id dan website perusahaan. Metode pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi yaitu metode yang dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder seperti laporan keuangan (*financial report*) dan laporan tahunan (*annual report*).

Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen (Y) yang terdiri atas pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), serta variabel

independen (X) yang terdiri atas *slack resource* (X₁), pertumbuhan perusahaan (X₂), profitabilitas (X₃), *leverage* (X₄), dan likuiditas (X₅).

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Pengungkapan *corporate social responsibility* (Y)

Pengungkapan CSR adalah pengungkapan suatu informasi mengenai aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan yang diharapkan dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap perusahaan dan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Manfaat CSR bagi perusahaan yaitu untuk mempertahankan dan meningkatkan reputasi serta citra merek perusahaan, mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial, mereduksi risiko bisnis perusahaan, melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha, membuka peluang pasar yang lebih luas (Gunawan *et.al*, 2019). Dengan adanya CSR perusahaan tidak lagi berpijak pada single bottom line saja, tetapi triple bottom lines. Pada penelitian ini, pengungkapan CSR menggunakan tema-tema indikator GR 1 GR 1 yaitu menggunakan 91 indikator salah satunya seperti (ekonomi, lingkungan, masyarakat, hak manusia, keselamatan kerja). Penelitian ini diukur dengan variabel dummy yaitu :

- Score 0 : jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar indikator
- Score 1 : jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar indikator.

Setelah mengidentifikasi item yang diungkapkan oleh perusahaan di dalam laporan tahunan, serta mencocokkannya pada check list, hasil pengungkapan item yang diperoleh dari setiap perusahaan dihitung indeksnya dengan prokdi CSRD

(Mandalika & Salim, 2015). Adapun rumus untuk menghitung CSR sebagai berikut:

$$\frac{\text{Jumlah item CSD disclosure yang diungkapkan perusahaan}}{91 \text{ item CSR disclosure menurut GRI versi 4.0}} \times 100\%$$

Slack Resource (X₁)

Bernadette (2014:64) menunjukkan bahwa *Slack resource* merupakan sumber daya yang melampaui tingkat perusahaan yang dibutuhkan perusahaan untuk melakukan aktivitas. Pengukuran *slack resource* menggunakan indikator proksi high discretion slack. Hal ini dikarenakan meskipun aktivitas CSR bersifat wajib untuk setiap perusahaan tetapi, belum ada hal untuk regulasi yang mengatur seberapa besar yang harus dilakukan, besarnya aktivitas tersebut tergantung kepada kebijakan masing-masing perusahaan. Proksi ini diukur menggunakan nilai dari kas dan setara kas perusahaan. Nilai dari kas dan setara kas ini diubah ke dalam logaritma natural kas dan setara kas. Hal itu dilakukan agar data bebas dari data outlier. Semakin tinggi (banyak) perusahaan memiliki *slack resource* maka semakin banyak pula perusahaan melakukan pengungkapan CSR. Sebaliknya jika *slack resource* perusahaan yang dimiliki sedikit akan mempengaruhi pengungkapan CSR juga sedikit. Pengukuran tersebut sama dengan pengukuran yang digunakan dalam penelitian Rumus yang digunakan *slack resource* yaitu:

$$SR = LN \text{ Kas dan setara Kas}$$

Pertumbuhan Perusahaan (X₂)

Pertumbuhan perusahaan merupakan alat yang digunakan investor untuk mempertimbangkan sebelum berinvestasi pada perusahaan tersebut, karena melalui pertumbuhan perusahaan investor dapat melihat hasil kinerja perusahaan bagus atau tidak. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan perusahaan maka semakin luas perusahaan dapat mengungkapkan CSR, begitu sebaliknya semakin rendah pertumbuhan

perusahaan maka semakin rendah pula perusahaan mengungkapkan CSR. Pertumbuhan perusahaan dapat dilihat dari pertumbuhan penjualan perusahaan. Pada penelitian ini pertumbuhan perusahaan dapat dihitung melalui tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan (Munsaidah, *et.al.* 2016) menggunakan rumus:

$$= \frac{\text{penjualan}(t - 1) - \text{penjualan}(t)}{\text{penjualan}(t - 1)}$$

Profitabilitas (X₃)

Kasmir (2017:196) menunjukkan bahwa Profitabilitas merupakan alat yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan.. Dalam penelitian ini, rasio profitabilitas diukur menggunakan *Return on Asset* (ROA), yaitu perbandingan dari laba sebelum pajak dengan rata-rata total aset perusahaan. Semakin tinggi hasil perhitungan mengindikasikan bahwa perusahaan mempunyai kekayaan yang lebih tinggi. Apabila perusahaan memiliki profit yang tinggi maka dapat mengungkapkan CSR dengan baik dan lebih luas. Sedangkan ketika profitabilitas perusahaan menurun maka pengungkapan CSR lebih sedikit. Variabel profitabilitas menggunakan rumus sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{laba bersih setelah pajak}}{\text{total asset}}$$

Leverage (X₄)

Kasmir (2017:113) menunjukkan bahwa *Leverage* merupakan alat untuk mengukur sejauh mana perusahaan dapat membayar utangnya untuk aset perusahaannya. Skala pengukuran untuk *leverage* yaitu menggunakan rasio. Dalam penelitian ini, *leverage* diukur menggunakan *Debt to Asset Ratio* (DAR), yaitu besarnya aktiva yang dibiayai dengan hutang-hutang yang digunakan untuk membiayai aktiva berasal dari kreditor, bukan dari pemegang saham ataupun yang diperoleh dengan membandingkan total

hutang dengan total asset. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi *leverage* maka semakin tinggi juga pengungkapan CSR, perusahaan melakukan pengungkapan CSR agar bisa meyakinkan debitur/ investor bahwa akan membayar hutangnya. Rumus *Debt to Asset Ratio* (DAR) sebagai berikut:

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{total utang}}{\text{total aset}}$$

Likuiditas (X5)

Kasmir (2017:134) menunjukkan bahwa rasio likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan melihat aktiva lancar perusahaan terhadap hutang lancar. Hal ini menunjukkan semakin tinggi rasio likuiditas maka semakin kuat kondisi keuangan perusahaan. Perusahaan yang mempunyai kondisi keuangan yang kuat akan mengungkapkan lebih banyak informasi dibandingkan perusahaan yang kondisi keuangannya lemah. Sebaliknya semakin rendah likuiditas maka semakin lemah perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Likuiditas dalam penelitian ini diukur menggunakan *current ratio* (CR) yaitu rasio

$$\text{current ratio} = \frac{\text{aset lancar}}{\text{utang lancar}}$$

Analisis Data

Uji Normalitas

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa besarnya nilai *kolmogrov-smirnov* sebesar 0,096 dan *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,000. Dapat disimpulkan bahwa H_0 tidak terdukung karena nilai signifikan tersebut kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), artinya data yang telah diuji tidak normal karena di dalam data tersebut terdapat

Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linear regresi berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS 24 yang meliputi langkah langkah berikut, yaitu uji statistik deskriptif, uji regresi berganda, uji asumsi klasik (Uji normalitas, multikolinieritas, autokorelasi, heterokedastisitas), dan pengujian hipotesis (Uji F, uji R^2 , uji t). Model regresi berganda yang digunakan pada penelitian ini yaitu :

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + \beta_4.X_4 + \beta_5.X_5 + e$$

Ket :

Y = Pengungkapan *Corporate social responsibility*

α = Kostantan

β_1 = Koefisien regresi *slack resource*

β_2 = Koefisien regresi pertumbuhan perusahaan

β_3 = Koefisien profitabilitas

β_4 = Koefisien *leverage*

β_5 = likuiditas

e = Kesalahan residual (error)

ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Gambaran Subyek Penelitian

Berdasarkan kriteria pengambilan sampel yang telah dijelaskan, total sampel keseluruhan untuk penelitian pada tahun 2015-2020 setelah data di *outlier* menjadi 174 sampel perusahaan.

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas

Jumlah data	174
Nilai signifikan	0,000

beberapa data yang memiliki nilai yang ekstrim serta ada dua variabel dalam penelitian ini yaitu pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas yang hasilnya dominan negatif sehingga mengakibatkan data tidak normal. Peneliti sudah mencoba *outlier* data sebanyak 5 kali namun tetap tidak normal bahkan nilai *asympt - sig* dan

nilai F-hitung mengalami penurunan serta banyak uji lainnya yang tidak signifikan, sehingga peneliti tetap menggunakan data awal setelah outlier pertama sejumlah 174 sampel data akan tetapi pada pengujian terakhir didapatkan nilai signifikansi

sebesar 0,000 sehingga dapat disimpulkan masih tidak berdistribusi normal namun menghasilkan uji lainnya (uji F, uji T, uji R2) signifikan. Outlier data yang dilakukan bertujuan agar data bisa Fit.

Uji Multikolinearitas

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity statistic	
	Tolerance	VIF
<i>Slack Resources</i>	0,768	1,303
Pertumbuhan Perusahaan	0,934	1,071
Profitabilitas	0,777	1,287
<i>Leverage</i>	0,455	2,196
Likuiditas	0,455	2,197

Data pada 2 menggambarkan tentang hasil uji multikolinearitas variabel independen diantaranya variabel *slack resources* sebesar 0,768 dan nilai VIF sebesar 1,303 pada variabel pertumbuhan perusahaan nilai tolerance sebesar 0,934 dan nilai VIF sebesar 1,071. Pada variabel profitabilitas nilai tolerance sebesar 0,777 dan nilai VIF sebesar 1,287. Pada variabel *leverage* nilai tolerance sebesar 0,455 dan nilai VIF sebesar 2,196 terakhir variabel

likuiditas memiliki nilai tolerance sebesar 0,455 dan nilai VIF sebesar 2,197 berdasarkan hasil pengujian uji multikolinearitas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pada keseluruhan nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10 yang mengartikan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen sehingga layak digunakan dan dapat disimpulkan bahwa H₀ tidak didukung.

Uji Autokorelasi

Tabel 3 Hasil Analisis Uji Autokorelasi

Runt Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-0,02778
Cases < Test Value	87
Cases >= Test Value	87
Total Cases	174
Number of Runs	78
Z	-1,521
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,128

Data pada Tabel 3 menggambarkan tentang hasil uji autokorelasi dengan menggunakan run test. Berdasarkan hasil pengujian nilai Asymp. Sig (2-tailed)

adalah 0,128, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi karena nilai Asymp. Sig(2-tailed) > 0,05 dan analisis regresi linear dapat dilanjutkan.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Nilai Sig
(constant)	0,051
Slack resources	0,586
Pertumbuhan Perusahaan	0,168
Profitabilitas	0,947
<i>Leverage</i>	0,956
Likuiditas	0,430

Data pada Tabel 4 menggambarkan tentang hasil uji heteroskedastisitas variabel independen diantaranya *slack resources* memiliki signifikansi sebesar 0,586, kemudian signifikansi pada pertumbuhan perusahaan sebesar 0,168. Pada profitabilitas memiliki signifikansi sebesar 0,947. Pada *leverage* memiliki signifikansi sebesar 0,956 serta pada variabel likuiditas memiliki signifikansi

sebesar 0,430. Berdasarkan hasil pengujian uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa variabel *slack resources*, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan likuiditas memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05, sehingga model regresi tersebut tidak mengandung heteroskedastisitas. Jadi dapat disimpulkan bahwa H_0 tidak didukung dan dapat dilanjutkan.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
Constant	-0,044	0,138		-0,315	0,753
Slack Resources	0,011	0,005	0,195	2,302	0,023
Pertumbuhan Perusahaan	-0,018	0,103	-0,013	-0,174	0,862
Profitabilitas	0,147	0,116	0,106	1,261	0,209
<i>Leverage</i>	0,098	0,083	0,130	1,176	0,241
Likuiditas	-0,003	0,010	-0,030	-0,274	0,785

Data pada Tabel 5 menggambarkan tentang hasil analisis regresi linear berganda pada variabel independen yaitu *slack resource*, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan likuiditas, dan hasilnya menunjukkan bahwa hanya variabel *slack resource* yang berpengaruh terhadap CSR karena memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05. sedangkan keempat variabel lainnya yaitu pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR) karena memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka persamaan regresi linear berganda dapat digunakan sebagai berikut:

$$CSR = -0.044 + 0.011SR - 0.018PP + 0.147PR + 0.098LV - 0.003LK + e$$

Penjelasan dari persamaan adalah sebagai berikut :

- Nilai Konstanta sebesar -0,044 dapat diartikan bahwa variabel independen (*slack resources*, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan likuiditas) dianggap konstan (tetap) maka besarnya *corporate social responsibility* sebesar -0,044 maka jika variabel dianggap konstan atau tidak berpengaruh
- Koefisien regresi *slack resources* sebesar 0,011 dapat diartikan bahwa setiap kenaikan sebesar satu satuan *slack resource* dengan asumsi variabel

- yang lain tetap maka akan menaikkan nilai *corporate social responsibility* sebesar 0,011
- c. Koefisien regresi pertumbuhan perusahaan sebesar -0,018 dapat diartikan bahwa setiap kenaikan sebesar satu satuan pertumbuhan perusahaan dengan asumsi variabel yang lain tetap maka akan menurunkan nilai variabel *corporate social responsibility* sebesar -0,018
 - d. Koefisien regresi profitabilitas sebesar 0,147 dapat diartikan bahwa setiap kenaikan sebesar satu satuan profitabilitas dengan asumsi variabel yang lain tetap maka akan menaikkan nilai variabel *corporate social responsibility* sebesar 0,147
 - e. Koefisien regresi *leverage* sebesar 0,098 dapat diartikan bahwa setiap kenaikan sebesar satu satuan *leverage* dengan asumsi variabel yang lain tetap maka akan menaikkan nilai variabel *corporate social responsibility* sebesar 0,098
 - f. Koefisien regresi likuiditas sebesar -0,003 dapat diartikan bahwa setiap kenaikan sebesar satu satuan likuiditas dengan asumsi variabel yang lain tetap maka akan menurunkan nilai variabel *corporate social responsibility* sebesar -0,003
 - g. Error menunjukkan variabel pengganggu diluar variabel *slack resources*, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan likuiditas.

Analisis Hipotesis

Uji F

Tabel 6 Hasil Uji F

Model	F	Sig.
Regression	2,613	.026 ^b

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai dari F-hitung sebesar 2,613 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,026 yakni signifikansi tersebut lebih kecil daripada 0,05, maka hipotesisnya yaitu H_0 tidak didukung dan H_1 didukung, dapat diartikan bahwa setidaknya ada minimal satu diantara variabel *slack resources*, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas,

leverage, dan likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa regresi dalam penelitian ini dikatakan H_0 didukung yang berarti model penelitian dapat digunakan atau model tersebut fit dan dapat dilakukan interpretasi lebih lanjut.

Uji R²

Tabel 7 Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,269	0,072	0,045	0,1300571

Data Tabel 7 menggambarkan tentang hasil uji koefisien determinan R^2 yang menunjukkan bahwa nilai Adj R square sebesar 0,045 artinya seluruh variabel independen dapat menjelaskan pengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR) sebesar 4,5% sedangkan sisanya sebesar (100-4,5)% atau

95,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel independen dalam penelitian ini. Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa kemampuan variabel *slack resources*, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan likuiditas dalam menjelaskan variabel *Corporate social*

responsibility (CSR) rendah karena nilai *adj square* (R^2) mendekati 0.

Uji Parsial (t)

Tabel 8 Hasil Uji Statistik t

Variabel	β	t	Sig.
(Constant)		-0,315	0,753
<i>Slack Resources</i>	0,195	2,302	0,023
Pertumbuhan Perusahaan	-0,013	-0,174	0,862
Profitabilitas	0,106	1,261	0,209
<i>Leverage</i>	0,083	1,176	0,241
Likuiditas	0,010	-0,274	0,785

1. Pengujian Hipotesis Pertama

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai uji statistik t pada variabel *slack resources* sebesar 2,302 dengan signifikansi sebesar 0,023 dapat diartikan bahwa signifikansi 0,023 lebih kecil dari 0,05 hal tersebut dapat disimpulkan H_0 tidak terdukung, sehingga variabel *slack resources* berpengaruh secara signifikansi terhadap *Corporate social responsibility* (CSR).

2. Pengujian Hipotesis Kedua

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai uji statistik t pada variabel pertumbuhan perusahaan sebesar -0,174 dengan signifikansi sebesar 0,862 dapat diartikan bahwa signifikansi 0,862 lebih besar dari 0,05, hal tersebut dapat disimpulkan H_0 terdukung, sehingga variabel pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Corporate social responsibility* (CSR)

3. Pengujian Hipotesis Ketiga

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai uji statistik t pada variabel profitabilitas sebesar 1,216 dengan signifikansi sebesar 0,209 dapat diartikan bahwa signifikansi 0,209 lebih besar dari 0,05 hal tersebut dapat disimpulkan H_0 terdukung. Sehingga variabel profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Corporate social responsibility* (CSR)

4. Pengujian Hipotesis Keempat

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai uji statistik t pada variabel

leverage sebesar 1,178 dengan signifikansi sebesar 0,241 dapat diartikan bahwa signifikansi 0,241 lebih besar dari 0,05 hal tersebut dapat disimpulkan H_0 terdukung, sehingga variabel *leverage* tidak berpengaruh signifikansi terhadap *Corporate social responsibility* (CSR)

5. Pengujian Hipotesis Kelima

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai uji statistic t pada variabel likuiditas sebesar -0,274 dengan signifikansi sebesar 0,785 dapat diartikan bahwa signifikansi 0,785 lebih besar dari 0,05 hal tersebut dapat disimpulkan H_0 terdukung, sehingga variabel likuiditas tidak berpengaruh signifikansi terhadap *Corporate social responsibility* (CSR)

Pembahasan

Pengaruh *Slack Resources* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Hasil dari pengujian hipotesis menyatakan bahwa *slack resources* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR) dengan arah positif. Hasil ini juga didukung dengan hasil analisis deskriptif yang menunjukkan bahwa ketika nilai dari *slack resources* rendah, pengungkapan CSR juga rendah. Sementara itu, ketika *slack resources* tinggi maka pengungkapan CSR juga tinggi. Hal ini sesuai dengan teori *resource based*, teori ini menjelaskan bahwa besaran sumber daya perusahaan menentukan besaran aktivitas pelaporan dalam hal ini adalah

pengungkapan CSR. Lin *et.al*, (2019) menyatakan bahwa semakin tinggi *slack resources* maka semakin tinggi pula pengungkapan CSR yang artinya bahwa perusahaan yang mempunyai arus kas yang lebih dapat mengimplementasikan strategi untuk meningkatkan efisiensi, laba dan kesejahteraan dalam jangka panjang sehingga perusahaan mampu melaksanakan aktivitas CSR yang lebih baik. Sumber daya yang lebih di dalam suatu perusahaan juga bisa berupa dana, ketika perusahaan mempunyai dana yang lebih maka perusahaan dapat lebih banyak untuk melakukan pengungkapan CSR seperti (menyumbang sembako kepada korban bencana, melakukan gotongroyong) hal tersebut dapat meluaskan pengungkapan CSR yang ada di dalam suatu perusahaan. Pernyataan ini juga didukung dengan hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa rata rata *slack resources* pada perusahaan barang konsumsi periode 2015-2020 mengalami peningkatan secara berturut turut hal tersebut sejalan juga dengan pengungkapan CSR yang mengalami peningkatan di tiap tahunnya.

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR), artinya H2 ditolak dan tidak sesuai dengan teori stakeholder yang menyatakan bahwa semakin tinggi pertumbuhan perusahaan mencerminkan semakin luas pula pengungkapan CSR, sedangkan hasil penelitian menunjukkan bahwa rata rata pertumbuhan perusahaan rendah selama periode 2015-2020 namun pengungkapan CSR masih stabil naik tiap tahunnya hal tersebut dapat diartikan bahwa tinggi rendahnya pertumbuhan penjualan dalam suatu perusahaan belum tentu menghasilkan pengungkapan CSR dengan skor yang lebih tinggi pula. Yovana dan Kadir (2020) menyatakan bahwa dalam

praktiknya penjualan yang bernilai tinggi menjadi alasan yang baik bagi perusahaan untuk melakukan dan mengungkapkan kegiatan CSR tetapi, perusahaan juga perlu mempertimbangkan biaya operasional bisnis selain melakukan kegiatan CSR. Sebaliknya, ketika perusahaan dengan penjualan yang rendah tidak selalu menurunkan pengungkapan CSR. Hal ini disebabkan oleh pelaksanaan kegiatan CSR yang pengungkapan tidak hanya dipicu dari faktor internal saja tetapi juga faktor eksternal, maka setiap perusahaan harus melakukan kegiatan CSR meskipun nilai penjualan rendah. Sekecil apa pun kegiatan CSR yang dilakukan, perusahaan akan membuat pengungkapan dalam laporan keberlanjutan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Hubungan profitabilitas dengan pengungkapan CSR berdasarkan teori stakeholder menjelaskan bahwa semakin tinggi profitabilitas akan berkaitan dengan kerincian pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan guna untuk meyakinkan investor dalam profitabilitas perusahaan. Teori stakeholder juga menunjukkan bahwa profitabilitas yang tinggi akan memiliki tanggung jawab kepada para stakeholdernya untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka demi mempertahankan hubungan mereka. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin rinci pula informasi yang diberikan oleh manajer sebab pihak manajemen ingin meyakinkan investor tentang profitabilitas perusahaan begitu pula dengan sebaliknya semakin rendah tingkat profitabilitas maka semakin singkat pula informasi yang diberikan oleh manajer sehingga membuat investor kurang yakin dengan perusahaan tersebut.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Hal ini menunjukkan bahwa H3 ditolak dan tidak sejalan terhadap teori stakeholder yang menyatakan bahwa

semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi pula pengungkapan CSR sedangkan hasil penelitian ini rata – rata nilai profitabilitas yang diukur menggunakan ROA mengalami penurunan sampai rugi tiap tahunnya namun hal tersebut tidak membuat pengungkapan CSR turun melainkan masih tetap stabil dan naik tiap tahun. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tinggi rendahnya profitabilitas tidak memengaruhi pengungkapan CSR. Wahyuningsih dan Mahdar (2020) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat keuntungan yang tinggi tidak selalu meningkatkan pengungkapan CSR, hal tersebut ditandai dengan tindakan manajer yang tidak perlu melaporkan tanggung jawab sosial secara rinci karena perusahaan lebih fokus untuk mengalokasikan keuntungan untuk investasi atau kepentingan bisnis untuk menunjang perusahaan dimasa yang akan datang. Sebaliknya ketika perusahaan memiliki tingkat keuntungan yang rendah atau rugi tidak selalu menurunkan pengungkapan CSR, sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak mempengaruhi pengungkapan CSR.

Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang tinggi akan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang lebih banyak dibandingkan perusahaan yang memiliki nilai *leverage* rendah, hal ini dikarenakan bahwa perusahaan yang tinggi *debt rationya* akan lebih mengungkapkan secara luas untuk memenuhi kebutuhan informasi para krediturnya (Rheza Dwi Respati, 2015). Hasil pengujian hipotesis pada menunjukkan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR), artinya H4 ditolak dan tidak sesuai dengan teori stakeholder yang menunjukkan bahwa semakin tinggi *leverage* maka semakin luas pula perusahaan mengungkapkan CSR,

sedangkan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Tinggi rendah *leverage* tidak mempengaruhi perusahaan untuk mengungkapkan informasi mengenai *Corporate social responsibility* pada perusahaan sektor barang konsumsi. Hal ini dapat diartikan bahwa perusahaan sektor barang konsumsi yang melakukan CSR memiliki jumlah hutang yang lebih besar daripada jumlah *aktiva* sehingga membuat tingkat *leverage* menjadi tinggi. Kurniawan, *et.al* (2018) menyatakan bahwa perusahaan dengan tingkat utang yang tinggi akan memiliki tingkat risiko yang tinggi. Risiko yang tinggi membuat perusahaan mengambil tindakan untuk melindungi perusahaan dengan cara membayar hutang kepada *debtholders* daripada untuk membayar kegiatan tanggung jawab *social*, namun dalam penelitian ini perusahaan tetap melakukan aktivitas CSR, sehingga meskipun perusahaan memiliki nilai *leverage* yang tinggi atau rendah tidak akan mempengaruhi perusahaan dalam melaksanakan program CSR, hal ini bertujuan agar menarik kepercayaan masyarakat untuk tetap menggunakan produk yang dihasilkan perusahaan tersebut. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa rata –rata *leverage* pada perusahaan sektor barang konsumsi tiap tahunnya tidak stabil atau naik turun tetapi tetap tidak memengaruhi pengungkapan CSRNya masih stabil naik tiap tahunnya.

Pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Penjelasan terkait dengan likuiditas dapat dihubungkan dengan teori stakeholder dimana Teori ini menjelaskan bahwa likuiditas yang tinggi maka perusahaan akan mengalokasikan dana untuk kegiatan CSR yang tinggi pula, begitu juga dengan pengungkapan informasi mengenai CSR yang dilakukan juga akan meningkat. Hal ini menunjukkan

bahwa semakin besar nilai *current ratio* (CR) maka bisa diartikan semakin likuid perusahaan tersebut, sebaliknya ketika semakin kecil nilai *current ratio* (CR) maka likuid perusahaan semakin rendah atau berkurang. Hasil pengujian hipotesis pada menunjukkan bahwa Likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), artinya H5 ditolak dan tidak sesuai dengan teori stakeholder yang menyatakan bahwa semakin tinggi likuiditas maka semakin tinggi pula pengungkapan CSR, sedangkan hasil penelitian ini menunjukkan rata – rata likuiditas pada perusahaan sektor barang konsumsi tahun 2015-2020 mengalami fluktuasi tiap tahunnya namun hal tersebut tidak membuat perusahaan berhenti melakukan CSR dan membuat pengungkapan CSR pada perusahaan sektor barang konsumsi naik tiap tahunnya. Penelitian ini menunjukkan tinggi rendah likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan. Likuiditas dalam suatu perusahaan hanya menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek sehingga likuiditas tidak berpengaruh dalam pengungkapan CSR yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam jangka panjang. Salah satu faktor yang mendasari likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR yaitu karena kurangnya stakeholder dalam memperhitungkan kualitas likuiditas entitas yang mengakibatkan likuiditas tidak banyak memengaruhi luas pengungkapan CSR, hal ini dikarenakan perusahaan tidak melihat seberapa besar likuiditas ketika melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Pernyataan tersebut dibuktikan pada hasil penelitian ini menunjukkan rata – rata likuiditas pada perusahaan sektor barang konsumsi tahun 2015-2020 mengalami fluktuasi tiap tahunnya namun perusahaan tetap melakukan pengungkapan CSR sehingga membuat pengungkapan CSR pada perusahaan sektor barang konsumsinya naik tiap tahunnya.

KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Variabel *Slack resources* dinyatakan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *slack resources* maka semakin tinggi pula pengungkapan CSR yang artinya bahwa perusahaan yang mempunyai arus kas yang lebih dapat mengimplementasikan strategi untuk meningkatkan efisiensi, laba dan kesejahteraan dalam jangka panjang sehingga perusahaan mampu melaksanakan aktivitas CSR yang lebih baik.
2. Variabel Pertumbuhan perusahaan dinyatakan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), hal ini menunjukkan bahwa tinggi pertumbuhan perusahaan dalam suatu perusahaan belum tentu akan mengungkapkan CSR dengan *score* yang lebih tinggi pula yakni perusahaan yang memiliki pertumbuhan perusahaan yang tinggi akan lebih milih mengalokasikan hasil pertumbuhan penjualan tersebut untuk kegiatan produksi agar dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan, dibandingkan untuk kegiatan yang berkaitan dengan aktivitas sosial yang mengakibatkan tambahan biaya
3. Variabel Profitabilitas dinyatakan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), hal ini menunjukkan

bahwa perusahaan yang memiliki tingkat keuntungan yang tinggi membuat manajer tidak perlu melaporkan tanggung jawab sosial secara rinci karena perusahaan lebih fokus untuk mengalokasikan keuntungan untuk investasi atau kepentingan bisnis untuk menunjang perusahaan dimasa yang akan datang.

4. Variabel *Leverage* dinyatakan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan lebih mempertimbangkan penggunaan hasil usaha atau keuntungan dan kekayaan seperti *asset* untuk membayar utang ke *debtholders* daripada membiayai kegiatan tanggung jawab sosial dan pengungkapannya
5. Variabel Likuiditas dinyatakan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, hal ini menunjukkan bahwa besarnya likuiditas tidak terbukti pengaruh dengan CSR karena perusahaan tidak melihat seberapa besar likuiditas ketika melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR).

Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, berikut keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Penelitian pada tahun 2020 tidak sepadan dengan tahun sebelumnya karena adanya covid-19 maka jika dibuat penelitian menjadi tidak relevan karena data tahun 2020 merupakan representasi data dengan kondisi luar biasa akibat pandemik jika dibandingkan dengan data tahun-tahun sebelumnya.

2. Pengukuran variabel pengungkapan CSR mengandung unsur subjektivitas, sehingga tidak bisa dijadikan sebagai tolak ukur yang pasti.
3. Pengukuran pada uji koefisien determinasi (R^2) kurang memberikan hasil yang konsisten dan dalam menjelaskan hasil yang akurat.

Saran

Berdasarkan data yang telah dibahas pada bab sebelumnya adapun saran-saran yang dapat diberikan menambah tahun penelitian.

1. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih memilih tahun yang sepadan supaya hasilnya relevan jika ingin membandingkan penelitian tiap tahun.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melibatkan pakar dalam menilai pengungkapan CSR yang tercantum didalam annual report (laporan keuangan).
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memastikan data yang digunakan sebelum diolah benar benar signifikan, agar sewaktu data sampel diolah ke uji asumsi klasik atau uji koefisien determinasi (R^2) agar mudah dipahami.

DAFTAR PUSTAKA

- Akim, I. (2017). *Implementasi Prinsip Corporate social responsibility (CSR) Berdasarkan Undang - UUndang nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas*. 1(1), 111–132.
- Bernadette. (2014). *How Financial Slack Affects Corporate Performance: An Examination in an Uncertain and Resource Scarce Environment*.
- Fauziah, I. (n.d.). *Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran perusahaan dan Ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan corporate social responsibility*.

- Gunawan, N. S. S., Meutia, I., & Yusnaini, Y. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate social responsibility Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Utama Dan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016). *AKUNTABILITAS: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Akuntansi*, 12(2), 125–144.
<https://doi.org/10.29259/ja.v12i2.9313>
- Harrison, J. S., & Coombs, J. E. (2012). The Moderating Effects from Corporate Governance Characteristics on the Relationship Between Available Slack and Community-Based Firm Performance. *Journal of Business Ethics*, 107(4), 409–422.
<https://doi.org/10.1007/s10551-011-1046-z>
- Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Rajawali Pers.
- Lin, W. L., Ho, J. A., Ng, S. I., & Lee, C. (2019). Does corporate social responsibility lead to improved firm performance? The hidden role of financial slack. *Social Responsibility Journal*, 16(7), 957–982.
<https://doi.org/10.1108/SRJ-10-2018-0259>
- Mandaika, Y., & Salim, H. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan, Tipe Industri, Dan Financial Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate social responsibility : Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013. *Jurnal Akuntansi*, 8(2), 181–201.
<https://doi.org/10.25170/jara.v8i2.18>
- Nor, H. (2014). *Corporate social responsibility* (1th ed.). graha ilmu.
- Sofyan Syafri, H. (2013). *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Rajawali.
- Sugeng, A. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Ukuran Dewan Komisaris dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate social responsibility . *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sukenti, S., Hidayati, N., & Mawardi, M. C. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Growth Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2015). *Universitas Islam Malang*, 19, 15–33.
- Syardiana, G., Rodoni, A., & Putri, Z. E. (2016). Pengaruh Investment Opportunity