

PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA PERUSAHAAN PANGAN DI INDONESIA

Nova Maria Angelia Sianipar¹, Wijaya Triwacananingrum^{2,*}

¹Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Harapan, Jalan MH Thamrin Boulevard, 1100 Lippo Karawaci

²Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Harapan, Jalan MH Thamrin Boulevard, 1100 Lippo Karawaci

*Email: wijaya.tri@uph.edu

Abstrak

Tujuan Penelitian : Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hal penting mengenai *Corporate Social Responsibility*.

Desain/metode/pendekatan : Pada penelitian ini terdapat faktor-faktor pendukung guna untuk membantu peneliti agar dapat menedalami bagaimana *Corporate Social Responsibility* mendapatkan pengaruh dari variabel dan beberapa faktor lainnya serta dengan melakukan uji coba yang ada. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan variabel pendukung yang penting, seperti variabel Independen yang digunakan dalam meneliti penelitian ini adalah: Profitabilitas dan Leverage. Selain itu, terdapat beberapa variabel Control yang digunakan peneliti untuk mendukung penelitian ini adalah Size, PBV, Sales Growth dan juga Current Ratio. Penelitian ini menggunakan perusahaan pangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018 – 2021. Penelitian ini ditulis untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang dari keuntungan dan kewajiban (hutang) terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Hasil Penelitian : Melalui penelitian ini, hasil yang dimiliki adalah (1) Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan (2) Leverage berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility*, Profitability, Leverage, Sektor Pangan.

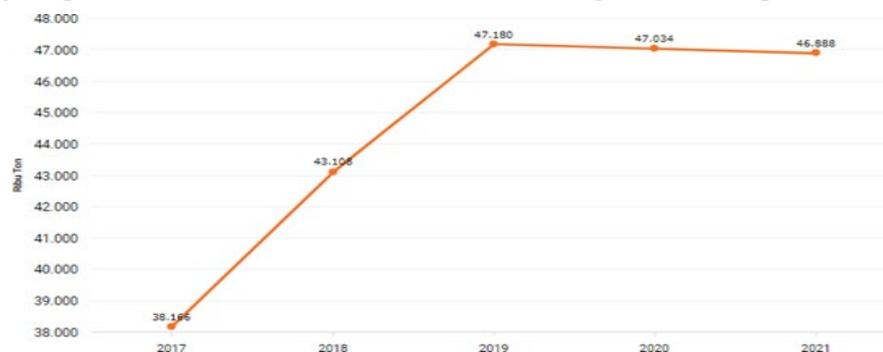
PENDAHULUAN

Perusahaan sektor makanan dan minuman merupakan salah satu sektor unggulan dari sektor manufaktur lainnya di Indonesia. Kondisi saat ini, nilai yang dihasilkan sub sektor ini menjadi besar dalam proses PDB di Indonesia. Sektor ini dapat memberikan pengaruh terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) di Indonesia.



Gambar 1.1. Perkemabangan PDB Industri Makanan & Minuman (2016 – 2021) Sumber: <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/industri-mamin-tumbuh-254-pada-2021>

Nilai yang tinggi dari sektor ini mengakibatkan pengaruh besar terhadap PDB di Indonesia. Dengan nilai yang diperoleh pada tahun 2021 tumbuh sebesar 2,54% dibandingkan tahun sebelumnya dengan senilai RP. 775,1 triliun. Sektor ini tidak berpengaruh negatif terhadap COVID 19 dikarenakan terdapat juga pertumbuhan yang baik dan meningkat sejak tahun 2020 dan 2021. Walaupun kondisi saat itu sedang mengalami kendala seperti adanya COVID 19. Namun, wabah tersebut tetap tidak dapat menyerang industri ini. Perkembangan yang terjadi untuk tahun 2018 – 2021 cenderung fluktuatif karena adanya kenaikan pada tahun 2018 – 2019 dan mengalami penurunan pada tahun 2020 – 2021 yang diakibatkan oleh harga minyak sawit (CPO) dan terjadi penurunan di tahun 2020 namun tidak signifikan ataupun drastis. (Karnadi, 2022).



Gambar 1.2 Produksi Crude Palm Oil (CPO)

Sumber <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/03/gapki-produksi-cpo-turun-031-pada-2021-ini-faktornya>

Corporate Social Responsibility adalah bentuk tanggung jawab perusahaan dalam perjalanan di setiap kegiatan operasi perusahaan. Untuk memberikan dampak positif terhadap masyarakat perusahaan dan lingkungan (Dewi & Sedana, 2019). *Corporate Social Responsibility* sangat penting untuk perusahaan karena, dapat memberikan nilai positif dari brand entitas dimata masyarakat (Arita & Mukhtar, 2019). Selain itu, CSR juga dapat memberikan kesejahteraan untuk masyarakat yang merupakan target dari entitas.

Profitabilitas merupakan bentuk kemampuan dari perusahaan untuk mengukur bagaimana laba/keuntungan yang didapatkan perusahaan apakah keuntungannya efektifitas untuk pengelolaan manajemen (Atmojo & Willy, 2020). *Profitabilitas* terhitung dari modal sendiri hingga investasi dana dari sebuah perusahaan. Jumlah keuntungan dari perusahaan juga dapat diketahui pada perolehan yang dicapai perusahaan dari suatu periode, dan untuk memperoleh laba perusahaan harus mempunyai modal sendiri dan nilai investasinya.

Leverage adalah kemampuan perusahaan yang dapat diukur, dengan melihat apakah perusahaan sudah menyelesaikan kewajibannya dari jangka pendek maupun jangka panjang (Atmojo & Willy, 2020). Dikarenakan untuk menentukan ke efektifitas-an sebuah perusahaan harus mengetahui hasil dari piutang, aktiva dan modal.

Untuk menjadi tolak ukur dalam bentuk perbandingan hutang dengan ekuitas perusahaan diperlukan DER. Menurut Fahriziq (2010) dalam penelitian (Arita & Mukhtar, 2019) Leverage akan mengalami pelanggaran jika leverage bernilai tinggi, karena pihak dari manajer akan memberikan laporan bahwa keuntungan sekarang akan lebih tinggi dari tahun yang akan mendatang.

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018 – 2021.

Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yaitu data yang berbentuk nominal dan angka sebagai informasi, dalam penelitian ini data kuantitatif dapat diketahui melalui laporan keuangan tahunan dari perusahaan makanan dan minuman periode 2018 – 2021 yang dipublikasikan oleh idx.co.id

2. Sumber Data

Sumber data penelitian ini yaitu data sekunder, data sekunder merupakan data yang didapatkan ataupun diperoleh oleh penelitian secara tidak langsung, dengan menggunakan berbagai laporan keuangan dan sumber situs yang ada seperti sumber resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id

Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini, objek yang digunakan adalah dengan menggunakan beberapa ketentuan dalam kriteria purposive sampling, yaitu dengan menggunakan laporan keuangan perusahaan didalam list Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan tahun 2018, 2019, 2020 dan 2021. Data yang diambil menggunakan S&P Capital IQ. Berikut ini merupakan rincian sampel penelitian yang digunakan oleh peneliti:

<u>Keterangan</u>	<u>Jumlah Observasi</u>
Daftar Perusahaan Manufaktur dan Perusahaan Pangan yang terdapat pada list di Bursa Efek Indonesia dan S&P Capital IQ	390
Dikurangi :	
Perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR dan GRI Standard	-353
Perusahaan Pangan pada tahun 2018 - 2021 di Indonesia	37
Perusahaan yang lulus uji tanpa outlier selama 4 tahun	148
Jumlah akhir sampel observasi selama 4 tahun	121

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji asumsi klasik

Penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas dan uji hipotesis. Hasil uji asumsi klasik dapat dilihat pada tabel berikut.

Uji Asumsi Klasik	Hasil Uji	Kesimpulan
Uji normalitas	$p > 0,200 > 0,05$	Hasil uji normal
Uji multikolinearitas	Tolerance (0,577; 0,676; 0,874; 0,771; 0,917; 0,586). VIF (1,73; 1,48; 1,14; 1,3; 1,1; 1,7)	Tidak ada masalah multikolinearitas
Uji autokorelasi	$p > 1,945 > 0,05$	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Daata sekunder diolah 2022

1. Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk membuktikan pengujian apakah hasil data model regresi variabel residual itu mempunyai distribusi yang normal atau bahkan tidak sesuai dengan kriteria dalam pengambilan keputusan seperti berikut : (Marulitua, AK., MBA., CPA., CA., 2021)

- Nilai dikatakan signifikan lebih besar dari nilai 0,05 maka akan dikatakan distirbusi normal.
- Jika nilai signifikan lebih rendah dari nilai 0,05 maka distribusi dikatakan tidak normal.

Hasil uji normalitas yang terdapat pada hasil penelitian ini adalah dapat terdistribusi dengan normal karena terlihat pada Asymp.Sig (2-tailed) menghasilkan nilai sebesar $0,200 > 0,05$. Maka, dinyatakan bahwa hasil normal dan dapat melanjutkan hasil kedalam uji asumsi klasik lainnya.

2. Uji Multikolinearitas

Hasil pengujian multikolinearitas dari perbedaan variabel bebas penelitian, terbukti bahwa nilai dari VIF dan *tolarence* dari setiap variabel independen dan variabel kontrol tidak ada yang melebihi nilai 10. Tebukti juga pada nilai *tolerance* yang dimiliki tidak ada yang berada pada posisi kurang dari 0,1.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk melihat apakah ada model penelitian yang sudah bersifat homokedastisitas. Model penelitian dapat dikatakan baik jika model penelitian tersebut masuk kedalam kategori homokedastisitas. Oleh sebab itu, uji ini dangat penting dilakukan, uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat hasil dari *scatter plot* dengan melihat adanya penyebaran yang telah diberikan dari hasil analisis SPSS yang telah dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini.

Dari hasil *scatter plot* yang telah dilakukan peneliti, persebaran titik-titik yang dilampirkan berada sangat berdekatan dan hanya beberapa saja yang tersebar menjauh dengan titik berdekatan. Dari hasil yang telah ada diatas maka dapat dikatakan bahwa penelitian ini memiliki masalah heteroskedastisitas yang nantinya akan diakui oleh peneliti sebagai keterbatasan penelitian.

4. Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelati ini dipergunakan untuk menunjukkan ada atau tidaknya korelasi yang terjadi diantara residual dengan pengamatan yang lainnya dalam model regresi. Dari tabel penelitian, dapat terlihat bahwa hasil dari jumlah data yang dimiliki terdapat 120 obserbasi

dengan jumlah variabel sebanyak 6 ($K=6$) sehingga dapat ditentukan bahwa perolehan nilai batan untuk dU sebesar 1,78964 dan juga nilai dL 1,61642. Sehingga nilai $4-dU$ menghasilkan nilai sebesar 2,21036 dan dapat dijabarkan menjadi $dU < dW < 4-dU$ ($1,78954 < 1,945 < 2,21036$). Sehingga, dapat dinyatakan bahwa penelitian ini menghasilkan uji autokorelasi yang bebas dan dapat dilanjutkan ke tahap uji selanjutnya.

5. Uji Regresi Linear Berganda

Pengujian dalam model uji t merupakan pengujian yang dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel yang mengikat.

Variabel	Coefficients	Nilai t	sig.
(constant)	0,079	1,323	0,188
Roa	0,085	-1,314	0,191
Leverage	0,01	-1,691	0,094
Cr	0,007	0,708	0,48
Pbv	0,015	-0,802	0,424
Sg	0,041	0,414	0,679
Size	0,005	2,554	0,012
F hitung	2,304		
Adjusted Rsquare	0,061		

6. Pembahasan penelitian

Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*

Hasil uji t menunjukkan bahwa sampel perusahaan pangan 2018 – 2021 memiliki hasil uji t sebesar -1.314 dengan hasil unstandardized coefficient B yang menghasilkan nilai sebesar -0.111 hasil dari penelitian menghasilkan profitabilitas yang tidak berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap perusahaan karena hasil yang dimiliki masih lebih besar dari 5% ($\alpha = 0,05$). Maka, dapat disimpulkan bahwa hipotesa ditolak, Profitabilitas yang tidak sesuai dengan pengembangan hipotesa kemungkinan besar terjadi karena hasil dari pengaruh financial report khususnya penerapan pada laba bersih atau pun total aset yang mengalami fluktuatif pada tahun 2020-2021. Covid-19 yang terjadi mempengaruhi semua sistem pada perusahaan sehingga fluktuatif ini memberikan hasil yang tidak seimbang untuk penerapan hipotesa ini. Dibandingkan dengan peneliti sebelumnya yang belum melalui masa Covid- 19 sehingga masih mampu menghasilkan hipotesa profitabilitas berpengaruh terhadap corporate sosial responsibility.

Selain itu, adanya besarnya tingkat laba yang tinggi membuat perusahaan tidak memerlukan pelaporan hal hal yang dapat mengganggu informasi mengenai pencapaian dari perusahaan dan perusahaan hanya fokus untuk membuat nama atau citra baik dengan kinerja keuangan yang juga baik, sehingga investor tetap tertarik untuk berinvestasi dalam perusahaan pada tingkat profitabilitas menurun atau rendah. Harapan mereka adalah untuk memberikan pengguna sebuah laporan yang digunakan untuk melihat “good news” atas kinerja perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah didahului oleh (Wijaya,2012) pada jurnal yang dibuat oleh (Citra Hardianti & Anwar, 2019).

Pengaruh Leverage terhadap *Corporate Social Responsibility*

Leverage merupakan sebuah bentuk dari kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan kewajiban finansial baik dalam bentuk jangka pendek maupun jangka panjang, dan juga sebagai bentuk pengukuran bagaimana biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menyelesaikan hutang (Jurnal 1 – 2019). Terlihat pada table 4.4.3 hasil yang ditampilkan dalam uji-t sampel perusahaan pangan 2018 – 2021 dengan hasil unstandardized coefficients B menghasilkan nilai signifikansi senilai 0.094 dengan nilai t sebesar -1.691. Nilai signifikansi masih kurang dari <10% yang menunjukkan bahwa hasil yang didapatkan signifikan dan hasil uji juga menunjukkan leverage berpengaruh negatif terhadap Corporate Social Responsibility.

Sehingga, dapat diartikan bahwa besar nilai leverage perusahaan maka akan semakin kecil pengungkapan untuk Corporate Social Responsibility yang dilaporkan karena jika leverage bernilai lebih rendah hal tersebut mengartikan bahwa perusahaan lebih banyak dan berfokus untuk membayar kewajibannya dengan hasil asset dan modal sendiri. Dan perusahaan yang memiliki risiko ringgi biasanya akan memiliki kewajiban lebih untuk mengungkapkan CSR agar adanya informasi tambahan dapat menghilangkan keraguan dari pada investor. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh penguji Sunaryo dan Mahfud (2016) pada jurnal yang disajikan oleh (Wendy & Harnida, 2020), atas pernyataan mereka bahwa perusahaandengan leverage tinggi akan berusaha untuk tidak melakukan pelaporan Corporate Social Responsibility karena perusahaan masih memerlukan biaya lebih untuk melakukan kegiatan social dan biaya yang dibutuhkan untuk hal tersebut terhitung besar. Namun hasil penelitian ini juga bertolak belakang dengan peneliti sebelumnya yaitu Yusi, dkk (2014) dimana peneliti sebelumnya mengungkapkan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility. Pada hasil yang telah diteliti pada penelitian ini, menghasilkan leverage yang berpengaruh negatif dan signifikan sehingga dapat disimpulkan

bahwa perusahaan lebih mampu melaporkan pengungkapan Corporate Social Responsibility karena tidak memiliki keterikatan hutang terhadap pihak kreditur. Maka, perusahaan mampu mengungkapkan bahwa perusahaan dapat menyelesaikan urusan biaya mereka selama tahun 2018 – 2021.

SIMPULAN

Setelah melakukan penelitian untuk hasil pengujian dari pengaruhnya Profitabilitas dan Leverage terhadap *Corporate Social Responsibility* yang dibantu oleh beberapa variabel kontrol lainnya yaitu Ukuran Perusahaan, Current Ratio, Sales Growth dan juga Nilai Perusahaan. Sesuai hasil penelitian yang telah dilaksanakan dengan menggunakan sampel perusahaan pangan pada tahun 2018 – 2021 terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diberikan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Profitabilitas tidak memiliki pengaruh pada *Corporate Social Responsibility* karena setelah melakukan pengujian, hasil yang diberikan terdapat hasil yang tidak signifikan dan tidak berpengaruh. Pada uji t profitabilitas memiliki nilai sig sebesar 0,191 sehingga hipotesis ditolak.
2. Leverage memiliki pengaruh negatif terhadap *Corporate Social Responsibility*, dikarenakan terlihat pada uji t yang memberikan hasil negatif sebesar -0,016 pada unstandardized B dengan nilai signifikan sebesar 0,094 dan masih berada pada <10% dan dapat dikatakan signifikan sehingga hipotesis diterima dengan pengaruh negatif terhadap *Corporate Social Responsibility*

DAFTAR PUSTAKA

- Arita, E., & Mukhtar, R. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Likuiditas Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2014 – 2018. *MENARA Ilmu*, XIII(10), 13–21.
- Atmojo, F. W., & Willy, Y. S. (2020). Pengaruh, Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015 - 2018. *Applied Microbiology and Biotechnology*, 2507(1), 1–9.
<https://doi.org/10.1016/j.solener.2019.02.027>
<https://www.golder.com/insights/block-caving-a-viable-alternative/>
- Citra Hardianti, D., & Anwar. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan

Leverage. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility, 8(September), 1–17.

Dewi, P. A. C., & Sedana, I. B. P. (2019). Corporate Social Responsibility & Ethics Corporate Social Responsibility & Ethics. *Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goals*, 06(03), 1–103.

<http://www.scirp.org/journal/doi.aspx?DOI=10.4236/ib.2014.63013>

Karnadi, A. (2022). *Industri Mamin Tumbuh 2,54% pada 2021*. DataIndonesia.Id.

<https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/industri-mamin-tumbuh-254-pada-2021>

Marulitua, AK., MBA., CPA., CA., S. (2021). Pengaruh Likuiditas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2015-2019. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 1–10. <https://doi.org/10.35137/jabk.v8i2.544>

Wendy, T., & Harnida, M. (2020). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR). *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 21(1), 15–24.