

## **PENGARUH RASIO KEUANGAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

**Namira Ufrida Rahmi<sup>1</sup>, Gunawaty<sup>2</sup>, Lamsahat Pangihutan Malau<sup>3</sup>,  
Mulyani Hofni Br Sitepu<sup>4</sup>**

Universitas Prima Indonesia, Indonesia  
namiraufridarahmi@unprimdn.ac.id

**Submitted:** 06<sup>th</sup> Sept 2022/ **Edited:** 09<sup>th</sup> Nov 2022/ **Issued:** 01<sup>st</sup> Jan 2023

**Cited on:** Rahmi, N. U., Gunawaty, G., Malau, L. P., & Sitepu, M. H. Br. (2023).  
PENGARUH RASIO KEUANGAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP  
PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY. *SCIENTIFIC  
JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 6(1),  
21-29.

### **ABSTRACT**

The study was conducted to determine the effect of profitability, liquidity, leverage and firm size on the disclosure of Corporate Social Responsibility either partially or simultaneously. This study uses a quantitative descriptive approach, with the population being food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the period 2017 to 2020. The sampling technique uses Probability Sample with purposive sampling method and obtains sample data of 9 companies and 36 sample data. Analysis of the data using SmartPLS software with the results of the study being that the variables of profitability, liquidity, leverage and company size did not affect the disclosure of Corporate Social Responsibility in food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2017-2020 period. The value of the coefficient of determination is 46.5%. Hypothesis test obtained  $t$  arithmetic  $> t$  table or  $(9.139\% > 0.985\%)$ . Thus  $H_1, H_2, H_3$  and  $H_4$  is rejected and  $H_0$  is accepted, meaning that there is no a significant influence of profitability, liquidity, leverage and firm size. Profitability, liquidity, leverage and firm size has no a significant effect on corporate social responsibility with the regression equation  $Y = -0,058X_1 + 0,124X_2 + 0,428X_3 - 0,08X_4$ . The value of the coefficient of determination is 15,5% while the remaining 84,5% is influenced by other factors.

**Keywords:** Financial Ratio, Corporate Social Responsibility, Stock Exchange

### **PENDAHULUAN**

Indonesia adalah negara berkembang yang diharapkan tahun ke tahun dapat semakin berkembang hingga pada tahap dikatakan negara maju. Oleh sebab itu, diharapkan dalam membantu pembangunan perekonomian, para stakeholder, yaitu pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk dapat saling menguntungkan, saling berkontribusi dan dapat memiliki hubungan yang harmonis (Ni Wayan Novi Budiasni & Dharma, 2020). Dalam hal ini, dunia usaha memegang peran yang sangat penting dalam sistem ekonomi dengan cara turut berpartisipasi dalam kegiatan sosial maupun kegiatan

apapun yang bertujuan untuk mengembangkan lingkungan, meningkatkan dan membangun perekonomian serta mensejahterahkan kehidupan masyarakat agar lebih baik lagi, atau dapat disebutkan dengan Corporate Social Responsibility (Thasya, et al., 2020)

Corporate social responsibility adalah suatu etika bisnis yang dimana perusahaan tidak hanya memiliki kewajiban secara ekonomi kepada para pemegang saham tetapi juga memiliki kewajiban kepada pihak lain yang berkepentingan pada perusahaan (Arfiansyah, 2020). Pelaksanaan pengungkapan Corporate Social Responsibility adalah bagian tanggungjawab perusahaan untuk menjembatani kesenjangan sosial di masyarakat dan menjaga lingkungan yang mungkin rusak akibat dampak kegiatan operasional perusahaan (Sumilat & Destriana, 2017). Pelaksanaan tanggungjawab sosial merupakan suatu bentuk kepedulian dari perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya yang bertujuan untuk mendorong reputasi dan citra perusahaan di masyarakat (Parinduri, et al., 2019). Data yang di ungkapkan oleh perusahaan yang berkaitan dengan sosial antara lain adalah tanggungjawab ekonomi, lingkungan, ketenagakerjaan, hak asasi manusia. Kemasyarakatan dan produk, sehingga tujuan utama tanggungjawab sosial adalah sebagai bentuk sumbangsih perusahaan sebagai efek dari kegiatan operasional mereka.

Rasio keuangan yang selalu digunakan untuk menilai kinerja keuangan perusahaan antara lain adalah profitabilitas, likuiditas dan leverage. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba, yang dapat berasal dari aktiva maupun modal mereka. Profitabilitas dapat mempengaruhi Corporate Social Responsibility adalah ketika perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi maka akan semakin tinggi tanggungjawab sosial perusahaan bagi masyarakat (Shofia & Anisah, 2020). Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang memiliki keuntungan dapat menggunakan hal tersebut untuk memperbaiki kerusakan lingkungan yang dapat disebabkan oleh aktivitas operasional perusahaan. Likuiditas merupakan suatu kemampuan perusahaan dalam menjaga aktiva lancarnya. Perusahaan yang memiliki likuiditas yang tinggi maka akan semakin cepat melakukan tanggungjawab sosialnya. Leverage merupakan suatu rasio yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan untuk melunasi semua kewajibannya, baik kewajiban jangka pendek maupun kewajiban jangka Panjang (Kasmir, 2019). Perusahaan dengan tingkat leverage

yang tinggi akan menunjukkan indikasi yang tidak baik, karena kewajiban mereka lebih besar daripada asset dan modal mereka. Leverage yang tinggi akan mempengaruhi semakin rendahnya pengungkapan Corporate Social Responsibility dikarenakan perusahaan masih bergantung kepada hutang dalam pelaksanaan kegiatan operasional perusahaan sehingga tidak dapat memenuhi tanggungjawab sosial mereka (Vivian dkk, 2020). Ukuran perusahaan menunjukkan besar atau kecilnya ruang lingkup kegiatan operasional perusahaan.

## **LANDASAN TEORI**

### **Pengaruh Rasio Keuangan terhadap Pengungkapan CSR**

Menurut Sri Handini (2020), menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Oleh karena itu semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka akan semakin tinggi kelengkapan pengungkapan laporan tahunan. Profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Corporate Social Responsibility, hal ini berarti perusahaan akan tetap mengungkapkan tanggung jawab sosialnya tanpa memperhatikan besar kecilnya laba yang dihasilkan (Erwin Dyah Astawinetu & Sri Handini, 2020). Laba suatu perusahaan tidak hanya mencerminkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya tetapi juga mengungkapkan aspek penilaian perusahaan yang mewakili visi masa depan perusahaan (Chen, et al., 2021). Pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan CSR 4 Likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dikemukakan oleh (Irfani, 2020). Perusahaan yang memiliki likuiditas tinggi akan lebih banyak melakukan kegiatan yang berhubungan dengan social. Purba & Candradewi (2019) bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan CSR Penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningsih & Mahdar (2018) berpendapat bahwa perusahaan dengan leverage tinggi akan mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang semakin banyak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang diteliti oleh Ruroh & Latifah (2018) yang menyatakan bahwa leverage berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan csr.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR**

Penelitian yang dilakukan oleh Yanti, et al. (2021) menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Karena Semakin besar ukuran

perusahaan maka semakin besar atau luas mengungkapkan CSR nya. Menurut Afifah & Immanuela (2021) yang menyatakan Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar perusahaan maka pengungkapan csr yang dilakukan perusahaan tidak akan selalu lebih luas.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang di ambil melalui website resmi Bursa Efek Indonesia yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan subsector makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 sampai 2020. Populasi penelitian sebanyak 14 Perusahaan. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dengan 3 kriteria yaitu :

1. Perusahaan subsector makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 sampai 2020.
2. Perusahaan subsector makanan dan minuman yang memiliki laporan keuangan yang lengkap selama periode penelitian.
3. Perusahaan subsector makanan dan minuman yang mengalami keuntungan (laba) berturut-turut selama periode 2016 sampai 2020.

Berdasarkan kriteria sebelumnya maka diperoleh jumlah sampel penelitian adalah 9 perusahaan, sehingga data sampel yang dapat di olah adalah sebanyak 36 data (tabel 1). Untuk menganalisa data penelitian ini menggunakan software SmartPLS untuk mendapatkan hasil uji hipotesis.

**Tabel 1. Data Sampel Penelitian**

| No | Kode Emiten | Nama Perusahaan                      |
|----|-------------|--------------------------------------|
| 1  | CEKA        | Wilmar Cahaya Indonesia tbk          |
| 2  | DLTA        | Delta Djakarta tbk                   |
| 3  | ICBP        | Indofood CBP Sukses Makmur tbk       |
| 4  | MLBI        | Multi Bintang Indonesia tbk          |
| 5  | MYOR        | Mayora Indah tbk                     |
| 6  | ROTI        | Nippon Indah Sari Corporindo tbk     |
| 7  | SKBM        | Sekar Bumi tbk                       |
| 8  | SKLT        | Sekar Laut tbk                       |
| 9  | ULTJ        | Ultra Jaya Milk Industry and Trading |

Sumber: Data penelitian, 2022

## HASIL PENELITIAN

Hasil Analisa data dengan menggunakan software SmartPLS ver 4, di dapatkan hasil bahwa nilai statistic (tabel 2) masing-masing variabel sebagai berikut :

1. Profitabilitas yang di ukur dengan Return on Asset (ROA) memiliki nilai koefisien sebesar -0,058 yang berarti jika ada penurunan 1 nilai profitabilitas (ROA) maka akan menurunkan pengungkapan Corporate Social Responsibility sebesar 1 nilai.
2. Likuiditas yang di ukur dengan Current Ratio (CR) memiliki nilai koefisien sebesar 0,124 yang dimana jika terjadi peningkatan 1 nilai Likuiditas (CR) maka akan meningkatkan pengungkapan Corporate Social Responsibility sebesar 1 nilai.
3. Leverage yang di ukur dengan Debt to Asset (DAR) memiliki nilai koefisien sebesar 0,428 yang dimana jika terjadi peningkatan 1 nilai Leverage (DAR) maka akan meningkatkan pengungkapan Corporate Social Responsibility sebesar 1 nilai.
4. Ukuran perusahaan yang di ukur dengan Logaritma Natural Total Asset (Ln TA) memiliki nilai koefisien sebesar -0,08 yang dimana jika terjadi peningkatan 1 nilai Ukuran Perusahaan (Ln TA) maka akan menurunkan pengungkapan Corporate Social Responsibility sebesar 1 nilai.

**Tabel 2. Hasil Statistik**

|                    | Original Sampl... | Sample Mean (...) | Standard Devia... | T Statistics ( O/... | P Values     |
|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|--------------|
| Current Ratio_ ... | 0.124             | 0.138             | 0.212             | 0.585                | <b>0.559</b> |
| Debt to Aset Ra... | 0.428             | 0.437             | 0.231             | 1.854                | <b>0.064</b> |
| Ln Total Aset -... | -0.080            | -0.078            | 0.206             | 0.389                | <b>0.697</b> |
| Return on Asse...  | -0.058            | -0.078            | 0.172             | 0.336                | <b>0.737</b> |

Sumber: Data penelitian, 2022

Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi dapat di lihat dari nilai R Square (tabel 3), hasil Analisa data di temukan bahwa nilai R Square sebesar 0,155 atau dalam persentase sebesar 15,5% model penelitian pengungkapan Corporate Social Responsibility dapat di jelaskan oleh variabel profitabilitas, likuiditas, leverage dan ukuran perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020.

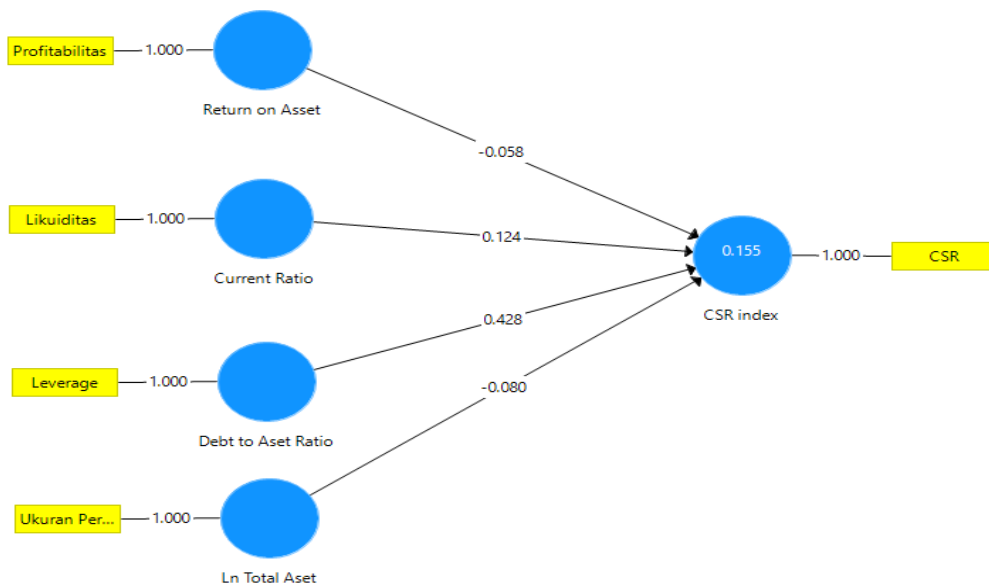
**Tabel 3. Nilai Koefisien Determinasi**

| Matrix    | R Square | R Square Adjusted |
|-----------|----------|-------------------|
| CSR Index | 0.155    | 0.046             |

Sumber: Data penelitian, 2022

Untuk menguji hipotesis maka kita harus melihat perbandingan antara nilai  $t_{\text{statistik}}$  dengan nilai  $t_{\text{tabel}}$ . Jika nilai  $t_{\text{statistik}} > t_{\text{tabel}}$  maka  $H_a$  akan di terima dan jika nilai  $t_{\text{statistik}} < t_{\text{tabel}}$  maka  $H_a$  akan di tolak. Nilai  $t_{\text{tabel}}$  untuk data berjumlah 36 adalah 2,028, dan nilai  $t_{\text{statistik}}$  dari masing-masing variabel sesuai dengan tabel 2. Berdasarkan hasil penelitian di temukan bahwa secara parsial pengaruh dari masing-masing variabel (uji hipotesis) adalah sebagai berikut:

1. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020.
2. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020.
3. Leverage tidak berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020.
4. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020.



**Gambar 1. Path Analysis**

## KESIMPULAN

Dalam hasil penelitian mengemukakan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Corporate Social Responsibility perusahaan. Dalam arti statistik teman ini menjelaskan suatu kondisi di mana laba perusahaan lebih banyak digunakan untuk kepentingan internal perusahaan, ketimbang CSR. Sedangkan ratio likuiditas memiliki tingkat pengaruh yang baik terhadap kegiatan Corporate Social Responsibility perusahaan, sebagaimana beberapa hasil penelitian terdahulu menyatakan, bahwa likuiditas berpengaruh dan signifikan terhadap pengungkapan CSR (Purba & Candradewi, 2019)

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Kasmir (2019) mengungkapkan bahwa leverage adalah jumlah uang yang digunakan untuk membiayai atau membeli aset-aset perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Wahyuningsih & Mahdar (2018) mengungkapkan bahwa leverage perusahaan berpengaruh positif terhadap jumlah pengungkapan corporate social responsibility . Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ruroh & Latifah (2018) mengungkapkan bahwa Leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Yanti, et al. (2021) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan merupakan variabel untuk mengukur seberapa besar atau kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total

aset, nilai pasar saham dan lain-lain. .Ukuran perusahaan terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar (large firm), perusahaan menengah (medium firm), dan perusahaan kecil (small firm). Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Purba.dan Putu (2015) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi secara positif terhadap CSR. .Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian.Kardiyanti dan Dwirandra (2020) mengungkapkan bahwa.ukuran perusahaan memiliki arah positif dan signifikan terhadap kemampuan perusahaan menerapkan CSR.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, R. N., & Immanuela, I. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *JRMA (Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi)*, 9(2), 109-123.
- Arfiansyah, A. (2020). Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Corporate Social Responsibility PT. Garudafood Kabupaten Pati. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 654-664.
- Chen, S., Siera, F. T., Damanik, R. P., & Rahmi, N. U. (2021). Influence of company size, profitability, dividend policy, and liquidity on company value in manufacturing companies. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 4(8).
- Erwin Dyah Astawinetu, M. M., & Sri Handini, M. M. (2020). *Manajemen Keuangan: Teori dan Praktek*. Scopindo Media Pustaka.
- Irfani, A. S. (2020). *Manajemen Keuangan dan Bisnis; Teori dan Aplikasi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kasmir. (2019). *Pengantar Manajemen Keuangan* (2<sup>nd</sup> ed.). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Ni Wayan Novi Budiasni, M. M., & Darma, G. S. (2020). *Corporate Social Responsibility dalam Ekonomi Berbasis Kearifan Lokal di Bali: Kajian dan Penelitian Lembaga Perkreditan Desa*. Nilacakra.
- Parinduri, L., Marlanfar, M., & Halim, A. (2019). Penerapan corporate social responsibility. *Buletin Utama Teknik*, 14(3), 210-214.
- Purba, I. A. P. L., & Candradewi, M. R. (2019). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Manajemen*, 8(9).
- Ruroh, I. N., & Latifah, S. W. (2018). Pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan dan risk minimization terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Akademi Akuntansi*, 1(1).
- Shofia, L., & Anisah, N. (2020). Kinerja Lingkungan dan Corporate Social Responsibility Mempengaruhi Profitabilitas Perusahaan. *JAD: Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan Dewantara*, 3(2), 122-133.
- Sri Handini, M. M. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Keuangan*. Scopindo Media Pustaka.

- Sumilat, H., & Destriana, N. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan corporate social responsibility. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 19(1a-2), 129-140.
- Thasya, N., Lisah, L., Angeline, A., Gozal, N., Veronica, V., & Rahmi, N. U. (2020). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Sub Sektor Transportasi. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 69-82. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1764>
- Vivian, V., Wijaya, Y., Charlie, F., Winnie, W., Devi, D., & Rahmi, N. U. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, dan Dewan Komisaris Independen terhadap Corporate Social Responsibility pada perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2014-2018. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(3), 257-274. <https://doi.org/10.54783/mea.v4i3.384>
- Wahyuningsih, A., & Mahdar, N. M. (2018). Pengaruh size, leverage dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis dan komunikasi*, 5(1), 27-36.
- Yanti, N. L. E. K., Endiana, I. D. M., & Pramesti, I. G. A. A. (2021). Pengaruh ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, kepemilikan institusional, leverage, dan profitabilitas terhadap pengungkapan corporate social responsibility. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 3(1).