

**PENGARUH SIZE, LEVERAGE, PROFITABILITAS DAN
DEWAN KOMISARIS INDEPENDEN TERHADAP
PENGUNGKAPAN CSR PADA PERUSAHAAN INDUSTRI
BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA TAHUN 2017-2019**

Winda Selfiana¹⁾, Rikah²⁾

Program Studi Akuntansi
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPPI Rembang
windaselfiana32@gmail.com

Abstrak

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk kepedulian dan tanggung jawab sosial yang diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat akibat dampak yang ditimbulkan dari aktivitas bisnis perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh size, leverage, profitabilitas dan dewan komisaris independen terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019. Variabel dependen pada penelitian ini adalah pengungkapan CSR, sedangkan variabel independen adalah size, leverage, profitabilitas dan dewan komisaris independen. Sampel pada penelitian ini adalah perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019. Teknik pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi. Metode pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 37 perusahaan, sehingga jumlah observasi sebanyak 111. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa size berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR, leverage berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR, profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR, dan dewan komisaris independen berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 15,4% menunjukkan bahwa variabel independen size, leverage, profitabilitas dan dewan komisaris independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 15,4% sedangkan sisanya 84,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model penelitian yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci: *Size, Leverage, Profitabilitas, Dewan Komisaris Independen*

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) is a form of concern and social responsibility given by the company to the community due to the impact of the company's business activities. This study aims to examine the effect of size, leverage, profitability and independent commissioners on CSR disclosure in consumer goods industrial companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2019. The dependent variable in this study is CSR disclosure, while the independent variables are size, leverage, profitability and independent commissioners. The sample in this study were consumer goods industrial companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2019. Data collection techniques using the method of documentation. The sampling method used purposive sampling method. The sample in this study was 37 companies, so the number of observations was 111. The data analysis technique used in this study was multiple linear regression analysis. Based on the results of the study, it shows that size has a significant positive effect on CSR disclosure, leverage has an insignificant positive effect on CSR disclosure, profitability has an insignificant positive effect on CSR disclosure, and the

independent board of commissioners has an insignificant negative effect on CSR disclosure. The results of the coefficient of determination (R^2) of 15.4% indicate that the independent variables of size, leverage, profitability and the independent board of commissioners are able to explain the dependent variable of 15.4% while the remaining 84.6% is influenced by other factors outside the research model that not investigated in this study.

Keywords: *Size, Leverage, Profitability, Independent Board of Commissioners*

1. Pendahuluan

Pada umumnya setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk mendapatkan laba *semaksimal* mungkin, tetapi dalam mencapai tujuan tersebut perusahaan seringkali tidak memperhatikan dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan dari kegiatan bisnis yang dilakukan. Sehingga hal tersebut dapat mengganggu kehidupan masyarakat (Yovana dan Kadir, 2020). *Corporate social responsibility* (CSR) merupakan bentuk kepedulian dan tanggung jawab sosial yang diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat akibat dampak yang ditimbulkan dari aktivitas bisnis perusahaan. Menurut Rachman, dkk dalam Wulandari dan Zulhaimi (2017) *corporate social responsibility* merupakan upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan agar mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

Pada penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yaitu *size*, *leverage*, profitabilitas dan dewan komisaris independen. Faktor *pertama* yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu *size* atau ukuran perusahaan adalah suatu ukuran yang menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dinilai dengan melihat total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan total aktiva (Sofwan, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh Widyastari dan Sari (2018) *size* atau ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Saragih dan Sembiring (2019) menunjukkan bahwa *size* atau ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan dalam pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Faktor kedua yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yaitu *leverage* adalah rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh aset perusahaan dibiayai dengan hutang atau dibiayai oleh pihak luar (Sudiono dan Untung dalam Sofwan, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh Mulyani dan Hermanto (2018) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yovana dan Kadir (2020) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan dalam pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Faktor ketiga yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yaitu profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan mengukur tingkat pengembalian atas investasi yang dilakukan (Sukamulja, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh Purba dan Candra Dewi (2019) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap *pengungkapan corporate social responsibility* (CSR) dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Saragih dan Sembiring (2019) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Faktor keempat yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yaitu dewan komisaris independen adalah wakil pada perusahaan untuk para pemegang saham dan pengendalian tertinggi dalam suatu perusahaan yang bertugas sebagai pengawas *manajemen* (direksi) atas pelaksanaan dalam mengelola perusahaan dan bertanggung jawab dalam memastikan pemenuhan tanggung jawab manajemen (direksi) dalam pengembangan dan penyelenggaraan pengendalian *intern* perusahaan (Miftah dan Arifin dalam Vivian, dkk, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Mulyani dan Hermanto (2018) menunjukkan bahwa dewan

komisaris independen berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Widyastari dan Sari (2018) menunjukkan bahwa dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Berdasarkan dari uraian penjelasan dan perbedaan hasil penelitian di atas maka penelitian ini berjudul: “Pengaruh *Size*, *Leverage*, Profitabilitas dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019”.

1.1 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Legitimasi adalah suatu kondisi atau status yang ada ketika sistem nilai suatu entitas sejalan dengan sistem nilai dari sistem sosial yang lebih besar dimana entitas tersebut menjadi bagiannya. Ketika perbedaan aktual dan potensial ada diantara dua sistem nilai, ada ancaman terhadap legitimasi entitas (Lindblom dalam Ghozali, 2020). Teori legitimasi menyatakan bahwa secara bersama-sama perusahaan dapat memastikan telah berjalan sesuai dengan aturan di masyarakat serta memastikan aktivitas dalam perusahaan diterima baik oleh pihak luar atau telah dilegitimasi (Kusumawardani dalam Widyastari dan Sari, 2018). Menurut Gray, Kouhy dan Lavers dalam Ghozali (2020) teori legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat.

1.2 Pengembangan Hipotesis

Hubungan *size* dengan pengungkapan CSR, *size* atau ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan sosial dalam laporan tahunan yang dibuat oleh perusahaan. Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat ukuran perusahaan adalah total aset perusahaan (Wahyuningsih dan Mahdar, 2018). Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar akan melakukan aktivitas operasional lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat. Semakin besarnya ukuran suatu perusahaan maka semakin besar pula kemampuan perusahaan dalam melakukan pengungkapan tanggungjawab sosialnya (Wartyna dan Apriwenni, 2018). Hal ini berarti memudahkan perusahaan untuk mendapatkan atau memperoleh legitimasi di masyarakat. Dari penjelasan di atas dengan didukung oleh penelitian yang dilakukan Widyastari dan Sari (2018) menunjukkan bahwa *size* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

H1 : Diduga *size* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Hubungan *leverage* dengan pengungkapan CSR, *leverage* menunjukkan seberapa besar suatu perusahaan bergantung kepada kreditur dalam membiayai aset perusahaan yang dimiliki (Wahyuningsih dan Mahdar, 2018). Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi, berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah, lebih banyak membiayai asetnya sendiri. Semakin tinggi nilai *leverage* perusahaan semakin menurun pengungkapan *corporate social responsibility* (Sofwan, 2019). Hal ini berarti menyulitkan perusahaan untuk mendapatkan atau memperoleh legitimasi di masyarakat. Dari penjelasan di atas dengan didukung oleh penelitian yang dilakukan Yovana dan Kadir (2020) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

H2 : Diduga *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

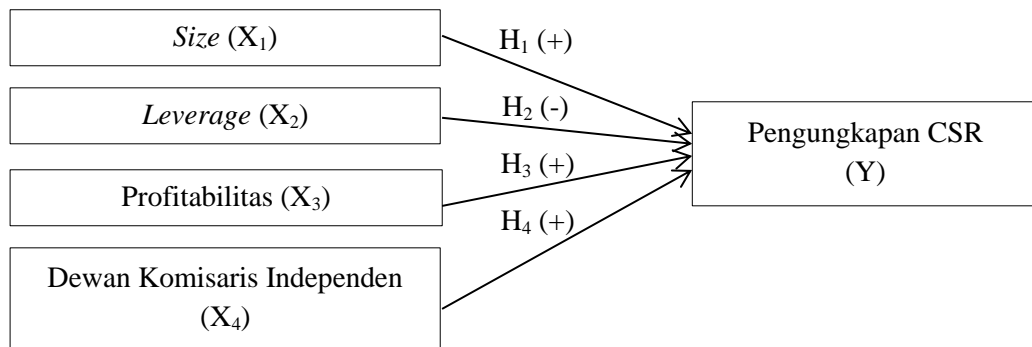
Hubungan profitabilitas dengan pengungkapan CSR, menurut Hanafi dan Halim (2018) rasio profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, aset dan modal saham yang tertentu. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dapat diukur menggunakan rasio *return on asset* (ROA) (Saragih dan Sembiring, 2019). Perusahaan

dengan tingkat profitabilitas tinggi akan mampu mengalokasikan biaya lebih tinggi untuk kegiatan CSR, sehingga pengungkapannya semakin baik (Majidah dan Sihite dalam Indraswari dan Mimba, 2017). Semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan atau tanggungjawab sosialnya (Ruroh dan Latifah, 2018). Hal ini berarti memudahkan perusahaan untuk memperoleh atau mendapatkan legitimasi di masyarakat. Dari penjelasan diatas didukung oleh penelitian Purba dan Candradewi (2019) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

H3 : Diduga profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Hubungan Dewan Komisaris Independen dengan Pengungkapan CSR, Dewan komisaris independen adalah wakil pada perusahaan untuk para pemegang saham dan pengendalian tertinggi dalam suatu perusahaan yang bertugas sebagai pengawas manajemen (direksi) atas pelaksanaan dalam mengelola perusahaan dan bertanggungjawab dalam memastikan pemenuhan tanggungjawab manajemen (direksi) dalam pengembangan dan penyelenggaraan pengendalian *intern* perusahaan (Vivian, dkk, 2020). Dengan kekuasaan dewan komisaris yang luas dalam mengawasi dan mengendalikan manajemen perusahaan, dapat digunakan untuk memberikan pengaruh yang besar dalam pelaksanaan CSR (Vivian, dkk, 2020). Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan pengawasan semakin efektif, sehingga tekanan terhadap manajemen akan semakin besar dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Mulyani dan Hermanto). Hal ini berarti memudahkan perusahaan untuk mendapatkan atau memperoleh legitimasi di masyarakat. Dari penjelasan diatas didukung oleh penelitian yang dilakukan Mulyani dan Hermanto (2018) menunjukkan dewan komisaris independen berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

H4 : Diduga dewan komisaris independen berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.



Gambar 1. Model Penelitian

2. Metodologi

2.1 Sampel Penelitian

Objek pada penelitian ini yaitu perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019. Metode untuk pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* atau pengambilan sampel yang didasarkan pada kriteria-kriteria.

2.2 Data Penelitian

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan metode dokumentasi. Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data dokumenter. Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang di akses pada www.idx.co.id. Sedangkan teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dibantu menggunakan aplikasi SPSS versi 25.

2.3 Definisi Operasional Variabel

Pengungkapan CSR

Menurut Rudito dan Famiola (2013) *corporate social responsibility* (CSR) merupakan cara perusahaan mengatur proses usaha untuk memproduksi dampak positif pada masyarakat. Menurut Gunawan dalam Sofwan (2019) Standar pengungkapan CSR pada penelitian ini berdasarkan panduan dari GRI (*global reporting initiatives*) G4. Setiap item tanggungjawab sosial diberi nilai 1 jika diungkapkan dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Dalam GRI G4 terdiri dari 91 item pengungkapan yang meliputi kategori ekonomi, lingkungan, praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggungjawab atas produk.

Menurut Gunawan dalam Sofwan (2019) *corporate social responsibility* (CSR) dapat diukur menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CSR = \frac{\sum X}{n}$$

Keterangan :

CSR : *Corporate social responsibility disclosure*

$\sum X$: Jumlah indikator yang diungkapkan perusahaan

n : Jumlah indikator CSR (n=91)

Size

Menurut Wahyuningsih dan Mahdar (2018), *Size* atau ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya suatu perusahaan. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat ukuran perusahaan adalah total aset perusahaan. *Size* atau ukuran perusahaan dapat diukur menggunakan rumus sebagai berikut:

$$SIZE = \ln(\text{Total Aset})$$

Leverage

Menurut Sukamulja (2019) rasio *leverage* atau rasio solvabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur risiko keuangan perusahaan dalam jangka panjang, rasio ini menggambarkan proporsi utang perusahaan. Menurut Sukamulja (2019) *leverage* dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Debt to Asset Ratio (DAR)} = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Aset}}$$

Profitabilitas

Menurut Hanafi dan Halim (2018) *return on total asset* (ROA) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. *Return on total asset* (ROA) dapat diukur menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return on Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Dewan Komisaris Independen

Menurut Vivian, dkk (2020) dewan komisaris independen adalah wakil pada perusahaan untuk para pemegang saham dan pengendalian tertinggi dalam suatu

perusahaan yang bertugas sebagai pengawas manajemen (direksi) atas pelaksanaan dalam mengelola perusahaan dan bertanggungjawab dalam memastikan pemenuhan tanggungjawab manajemen (direksi) dalam pengembangan dan penyelenggaraan pengendalian intern perusahaan. Dewan komisaris independen dapat diukur dengan melihat total dewan komisaris independen yang ada pada perusahaan.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pada penelitian ini untuk mendeteksi residual berdistribusi normal atau tidak dengan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Jika nilai *Asymp Sig. (2-tailed)* > 0,05 maka model regresi berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1
Hasil Uji Normalitas

	<i>Unstandardized Residual</i>
Test Statistic	0,053
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,200

Sumber: Data sekunder diolah, 2021

Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2018) uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor*. Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance* ≤ 0.10 atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$. Hasil uji multikolonieritas dapat dilihat pada Tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2
Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
SIZE	0,695	1,438	Tidak Terjadi Multikolonieritas
DAR	0,917	1,090	Tidak Terjadi Multikolonieritas
ROA	0,553	1,810	Tidak Terjadi Multikolonieritas
DKI	0,475	2,106	Tidak Terjadi Multikolonieritas

Sumber: Data sekunder diolah, 2021

Uji Heteroskedastisitas

Pada penelitian ini menggunakan uji glejser. Jika nilai signifikan dari variabel independen < 0,05 terjadi heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi dari variabel independen > 0,05 tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Tabel 3 di bawah ini:

Tabel 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
SIZE	0,886	Tidak terjadi heteroskedastisitas
DAR	0,797	Tidak terjadi heteroskedastisitas
ROA	0,113	Tidak terjadi heteroskedastisitas
DKI	0,364	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data sekunder diolah, 2021

Uji Autokorelasi

Pada penelitian ini untuk menguji ada atau tidaknya autokorelasi menggunakan *durbin watson*. Syarat jika tidak terjadi autokorelasi pada *durbin watson* adalah jika nilai $dU < dW < 4-dU$. Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada Tabel 4 di bawah ini:

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,430	0,185	0,154	5,68057	2,024

Sumber: Data sekunder diolah, 2021

3.2 Hasil Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis menunjukkan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara parsial. Pada penelitian ini jumlah observasi sebanyak 111, nilai t_{tabel} diperoleh dari *degree of freedom* (df)= $n-(k+1)$, yang mana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen. Sehingga memperoleh nilai $df=111-(4+1)$ nilai $df=106$, berdasarkan tabel t dengan signifikansi 5% maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,6594. Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada Tabel 5 di bawah ini:

Tabel 5
Hasil Uji Hipotesis

Variabel	B	t_{tabel}	t_{hitung}	Sig	Keterangan
(Constant)	-9,147				
Lag_SIZE	2,262	1,6594	3,856	0,000	Diterima
Lag_DAR	0,909	1,6594	0,228	0,820	Ditolak
Lag_ROA	0,083	1,6594	1,136	0,259	Ditolak
Lag_DKI	-0,791	1,6594	0,731	0,466	Ditolak

Sumber: Data sekunder diolah, 2021

Dari hasil pengolahan data pada Tabel 7 di atas maka model persamaan yang terbentuk adalah:

$$\text{Pengungkapan CSR} = -9,147 + 2,262 + 0,909 + 0,083 - 0,791 + e$$

Dari persamaan regresi di atas, maka dapat dijelaskan bahwa:

1. Konstanta sebesar -9,147 menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka rata-rata pengungkapan CSR sebesar 9,147.
2. Koefisien regresi *SIZE* sebesar 2,262 menyatakan bahwa setiap ada kenaikan nilai ukuran perusahaan (*SIZE*) sebesar satu satuan, maka pengungkapan CSR akan naik sebesar 2,262.
3. Koefisien regresi *DAR* sebesar 0,909 menyatakan bahwa setiap ada kenaikan nilai *DAR* sebesar satu satuan, maka pengungkapan CSR akan naik sebesar 0,909.
4. Koefisien regresi *ROA* sebesar 0,083 menyatakan bahwa setiap ada kenaikan nilai *ROA* sebesar satu satuan, maka pengungkapan CSR akan naik sebesar 0,083.
5. Koefisien regresi *DKI* sebesar -0,791 menyatakan bahwa setiap ada kenaikan nilai *DKI* sebesar satu satuan, maka pengungkapan CSR akan turun sebesar 0,791.

3.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Hasil uji determinasi dapat dilihat pada Tabel 6 di bawah ini:

Tabel 6
Uji Determinasi

Model	Adjusted R Square
1	0,154

Sumber: Data sekunder diolah, 2021

Hasil uji determinasi menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,154. Hal ini berarti kemampuan variabel independen pada model ini dalam menjelaskan variabel dependen sebesar 15,4% sedangkan sisanya sebesar 84,6% dijelaskan faktor-faktor lain diluar model.

3.4 Pembahasan Hasil Hipotesis

Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa *size* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan industri barang konsumsi. Perusahaan yang memiliki ukuran besar, kegiatan bisnis yang dilakukan akan semakin banyak, maka dampak yang dihasilkan juga besar, baik itu dampak terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Hubungan *size* dengan teori legitimasi, semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin besar pula kemampuan perusahaan dalam melakukan pengungkapan CSR. Sehingga memudahkan perusahaan dalam memperoleh legitimasi atau pengakuan di masyarakat. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Widyastari dan Sari (2018), yang menyatakan bahwa *size* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan industri barang konsumsi. Pengungkapan CSR merupakan wujud kepedulian yang diberikan perusahaan kepada masyarakat sekitar, dalam kegiatan pengungkapan CSR perusahaan tidak hanya melihat dari sisi hutang atau *leverage* yang dimiliki oleh perusahaan, akan tetapi juga pada tingkat kepedulian yang dimiliki oleh perusahaan. Pengungkapan CSR bertujuan untuk menjaga keberlangsungan hidup dari perusahaan. Sehingga *leverage* berpengaruh dalam pengungkapan CSR, akan tetapi pengaruhnya tidak besar. Hubungan *leverage* dengan teori legitimasi, ketika *leverage* yang dimiliki perusahaan besar, kegiatan pengungkapan CSR tetap diberikan untuk masyarakat sekitar. Sehingga perusahaan akan dengan mudah untuk memperoleh legitimasi atau pengakuan di masyarakat. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Muliyani dan Hermanto (2018), yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Hasil uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan industri barang konsumsi. Semakin besar profitabilitas perusahaan, maka pengungkapan CSR tetap diberikan kepada masyarakat akan tetapi tidak besar, karena walaupun perusahaan memiliki tingkat keuntungan yang tinggi, belum tentu perusahaan mengalokasikan danannya untuk kegiatan pengungkapan CSR. Hubungan profitabilitas dengan teori legitimasi, ketika profitabilitas suatu perusahaan besar, kegiatan pengungkapan CSR akan tetap dilakukan akan tetapi pengaruh yang diberikan tidak besar. Dengan pengungkapan CSR memudahkan perusahaan dalam memperoleh legitimasi atau pengakuan di masyarakat. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Yovana dan Kadir (2020), yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Hasil uji hipotesis keempat menunjukkan bahwa dewan komisaris independen berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan industri barang konsumsi. Dewan komisaris independen merupakan pihak yang tidak memiliki hubungan bisnis ataupun kekeluargaan dengan pihak dalam perusahaan, semakin besar jumlah dewan komisaris independen perusahaan, maka pengungkapan

CSR akan menurun, karena dewan komisaris independen memiliki keterbatasan di dalam perusahaan, sehingga dewan komisaris independen tidak dapat ikut campur dalam pengambilan keputusan kegiatan CSR. Hubungan dewan komisaris independen dengan teori legitimasi, semakin besar dewan komisaris independen suatu perusahaan maka kemampuan perusahaan dalam melakukan pengungkapan CSR menurun. Sehingga menyulitkan perusahaan dalam memperoleh legitimasi atau pengakuan di masyarakat. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Widyastari dan Sari (2018), yang menyatakan bahwa dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

4. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa *size* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR, *leverage* dan profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR dan dewan komisaris independen berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019.

Saran untuk peneliti yang akan melakukan penelitian lebih lanjut, sebaiknya menambah atau mengganti variabel independen yang diteliti, karena selain empat variabel tersebut masih banyak variabel yang bisa digunakan untuk melakukan penelitian. Selain itu juga bisa menggunakan objek penelitian yang lain seperti pada perusahaan tambang ataupun perusahaan otomotif. Untuk tahun penelitian bisa menggunakan tahun penelitian yang terbaru misal tahun 2018-2021.

Daftar Pustaka

- Ghozali, Imam, 2018, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam, 2020, *25 Grand Theory Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, Yoga Pratama, Semarang.
- Hanafi, M. M., dan Abdul, H., 2018, *Analisis Laporan Keuangan*, UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Indraswari, I. G. A. L., dan Ni Putu, S. H. M., 2017, Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Kapitalisasi Pasar dan Kepemilikan Saham Publik Pada Tingkat Pengungkapan CSR, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol. 2 pp. 1219-1248.
- Muliyani, T., dan Suwardi, B. H., 2018, Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Profile Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris Independen Terhadap Pengungkapan CSR, *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol. 9 pp. 1-23.
- Purba, I. A. P. L., dan Made., R.C, 2019, Pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 9 pp. 5372-5400.
- Rudito, B., dan Melia, F., 2013, *CSR Corporate Social Responsibility*, Rekayasa Sains, Bandung.
- Ruroh, I.N., dan Latifah, S.W., 2018, Pengaruh Profitabilitas, Laverage, Ukuran Perusahaan, dan Risk Minimazition Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2016, *Jurnal Akademi Akuntansi*, Vol. 1 pp. 42-53.
- Saragih, A. E., dan Yan, C. Br. S., 2019, Pengaruh Corporate Governance, Profitabilitas, Laverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di BEI, *JRAK*, Vol. 2 pp. 139-164.
- Sofwan, M. U., 2019, Efek Moderasi Dewan Komisaris Antara Manajemen Laba Rill, Profitabilitas, Likuiditas dan Laverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility, *Jurnal Informasi Perpajakan, Akuntansi dan Keuangan Publik*, Vol. 2 pp. 147-168.

- Sukamulja, S., 2019, *Analisis Laporan Keuangan Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Investasi*, ANDI, Yogyakarta.
- Vivian, dkk., 2020, Pengaruh Profitabilitas, Lverage, 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 Ilmu MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi)*, Vol. 3 pp. 257-274.
- Wahyuningsih, A., dan Nera, M. M., 2018, Pengaruh Size, Lverage, dan Profitablitas Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, *Jurnal Bisnis dan Komunikasi*, Vol. 1 pp. 27-36.
- Wartyna, E., dan Prima, A., 2018, Dampak Kinerja Lingkungan, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Publik, Lverage, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial, *Jurnal Akuntansi*, Vol. 1 pp. 31-52.
- Widyastari, Ni Kadek W., dan Maria Mediatrix R.S., 2018, Pengaruh Ukuran Perusahaan, Proporsi Dewan Komisaris Independen, dan Kepemilikan Asing Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol. 3 pp. 1826-1865.
- Wulandari, S., dan Zulhaimi, H., 2017, Pengaruh Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur dan Jasa yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, Vol. 2 pp. 1477-1488.
- Yovana, D. G., dan Abdul, K., 2020, Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, dan Lverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*. Vol. 1 pp. 15-24.
- Tim Edu Saham, 2020, Indikator Pengungkapan CSR menurut GRI G4, akses online 16 November 2021, URL: <https://www.edusaham.com/2019/02/download-indikator-pengungkapan-csr-menurut-gri-g4-pdf.html>
- Invesnesia, 2020, Daftar Perusahaan Industri Barang Konsumsi, akses online 16 November 2021, URL: <https://www.invesnesia.com/perusahaan-makanan-dan-minuman-di-bei/amp/>
- Bursa Efek Indonesia, akses online 16 November 2021, URL: www.idx.co.id