



PENGARUH UMUR PERUSAHAAN, LEVERAGE DAN PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN CONSUMER NON-CYCLICALS

Alifia Rizky Zalfa¹, Pratiwi Nila Sari², Endah Prawesti Ningrum³, Tri Widyastuti⁴, Maidani⁵

¹Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

²Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

³Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

⁴Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

⁵Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

E-mail: zalifiarizky@gmail.com

Article History:

Received:20-01-2024

Revised :27-01-2024

Accepted:01-02-2024

Keywords:

Pengungkapan
Corporate Social
Responsibility, Umur
Perusahaan, Leverage,
Profitabilitas

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh umur perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap pengungkapan corporate social responsibility pada perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode purposive sampling dan diperoleh sebanyak 15 perusahaan yang memenuhi kriteria dengan tahun penelitian selama 5 tahun. Sehingga memperoleh 75 sampel data. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan software SPSS versi 27. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility; leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan corporate social responsibility; dan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan corporate social responsibility; secara bersama-sama variabel umur perusahaan, leverage, dan profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility.

© 2024 SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah

PENDAHULUAN

Perusahaan usaha dapat dilakukan secara sehat dengan membangun citra baik perusahaan. Cara yang ditempuh adalah berpartisipasi dalam kegiatan sosial atau upaya lingkungan hidup. Dunia usaha ini bukan hanya tentang menuai imbalan, namun terlebih

lagi mempertimbangkan hal-hal yang sama pentingnya, yaitu bagaimana perusahaan mempengaruhi masyarakat dan lingkungan. Perusahaan diharapkan mampu memenuhi tidak hanya kebutuhan saat ini namun juga kebutuhan masa depan. Jika dahulu pengungkapan CSR bersifat sukarela, namun kini sudah ada peraturan mengenai pengungkapan CSR (Afifah Rodliyatul N & Immanuela Intan, 2021).

Penerapan CSR didasarkan pada filosofi perusahaan dalam memberikan pelayanan dengan fokus pada single bottom line, dinilai berdasarkan posisi keuangan perusahaan, dan faktor pada triple bottom line, termasuk kualitas dari Lingkungan Hidup (Planet), Kesejahteraan Ekonomi (Profit), dan Keadilan Sosial (People). Tujuan perusahaan menerapkan CSR adalah agar mereka memperhatikan situasi perekonomian dan kepentingan pemilik modal dan pemangku kepentingan (Suyono Nanang A & Sastika Fina I, 2023).

Perusahaan konsumen non-siklis juga dikenal sebagai perusahaan barang konsumsi yang memproduksi barang dan jasa yang bersifat anti-siklis atau barang konsumsi yang permintaannya tidak berpengaruh oleh perusahaan ekonomi (Kayo, 2021). Sektor konsumen non-siklis memiliki peluang bagus di masa depan, karena bidang ini tidak berpengaruh oleh buruknya situasi perekonomian, dan barang-barang yang dihasilkan juga merupakan barang primer yang dibutuhkan masyarakat sehari-hari (Khayati, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa sektor konsumen merupakan industry defensif yang mampu bertahan dalam krisis. Selain itu indeks consumer non-cyclicals merupakan indeks yang sahamnya lebih tinggi dibandingkan IHSG dan LQ-45, yaitu konsumen sebesar 205,77%, IHSG sebesar 148,57%, dan LQ-45 sebesar 103,5%. etiap perusahaan membutuhkan dana sebagai modal kerja atau pertumbuhan perusahaan.

Tingginya tingkat pengembalian saham menunjukkan bahwa sektor consumer non-cyclicals memiliki kinerja yang relatif baik. Namun, ini tidak berarti indeks konsumen yang meningkat setiap tahunnya (Pratiwi, 2021). Indeks sektor consumer mengalami penurunan pada kuartal I 2020 hingga mencapai level terendah sejak tahun 2013 (Situmorang, 2020). Sektor consumer mengalami penurunan kinerja sebesar 19,17% pada kuartal I tahun 2020 (Utami, 2020). Hal ini berlanjut dimana sejak awal tahun 2021 Bursa Efek Indonesia mencatat bahwa sektor konsumen non-siklis telah mengalami penurunan sebesar 11,29% (Intan, 2021a). Hal ini disebabkan oleh adanya penurunan yang dialami oleh saham-saham bigcaps pada sektor tersebut dimana UNVR mengalami penurunan hingga mencapai 30,95% dan HMSP mengalami penurunan sebesar 23,26% (Khayati, 2022).

Salah satu industri yang perlu menerapkan tanggung jawab sosial karena mereka menghasilkan lebih banyak limbah yang berdampak pada lingkungan dan masyarakat. Kegiatan produksi perusahaan pasti akan berdampak besar pada masyarakat sekitar. Beberapa perusahaan seperti PT Unilever memiliki tempat pembuangan limbah yang buruk dan membuang sisa limbah produksinya ke kawasan ekonomi khusus. PT Mayora mencemari air irigasi, limbah pabrik menyebabkan air berwarna coklat, lengket dan berbau. Limbah perusahaan yang dihasilkan PT Ultra Jaya Milk Industri Tbk sangat berbau menyengat dan air yang disuplai ke warga menimbulkan rasa gatal, bau hingga sesak nafas, mual dan muntah.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan oleh perusahaan pada industri non-siklis dapat meningkatkan kualitas perusahaan, mengurangi kerugian, dan mempererat hubungan dengan dunia luar, karena perusahaan, khususnya perusahaan yang bergerak dibidang non-siklis, dianggap mampu melakukan hal yang sama. Maka menyebabkan permasalahan lingkungan seperti pencemaran, dan limbah. Akibatnya, pelaku usaha industri non-siklis perlu memenuhi tanggung jawab sosial perusahaannya.

Umur perusahaan dapat menunjukkan kemampuannya dalam mengatasi kesulitan dan hambatan yang mungkin mengancam kehidupannya serta dalam memanfaatkan peluang yang ada di lingkungannya untuk mengembangkan usahanya. Sejarah perusahaan menunjukkan kapasitasnya yang luar biasa. arning Oleh karena itu, semakin lama suatu perusahaan berdiri maka semakin besar kemampuannya untuk menunjukkan eksistensinya di lingkungannya dan membangun kepercayaan investor (Santioso & Chandra, 2012).

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan yaitu Leverage. Perusahaan-perusahaan di industri konsumen non-siklis menyebabkan investor tidak dapat menerima investasi karena utang perusahaan yang semakin tinggi dan tingkat leverage yang tinggi membuat perusahaan dihadapkan banyak resiko. Informasi lengkap karena biaya yang dibutuhkan lebih tinggi (Putri, 2019).

Profitabilitas merupakan faktor terpenting di suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dengan memperoleh laba. Semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin baik juga kinerja suatu perusahaan. Perolehan nilai profitabilitas yang tinggi menunjukan suatu perusahaan telah efektif dalam menerapkan kegiatan operasionalnya untuk mencapai keuntungan yang optimal (Hernawati & Karyadi, 2020). Semakin tinggi return on assets (ROA) suatu perusahaan, maka maka pengungkapan yang dilakukan perusahaan tersebut cenderung semakin rinci. Pengungkapan secara rinci ini didukung dengan pengungkapan sukarela, termasuk tanggung jawab sosial perusahaan, yang diharapkan dapat meningkatkan reputasi masyarakat perusahaan. Profitabilitas mengacu pada kemampuan perusahaan menghasilkan uang dari penjualan, saham tertentu, modal, dan aset (Noveliza, 2022).

Berdasarkan latar belakang di atas dan hasil penelitian mengenai pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan membahas permasalahan tersebut dengan mengambil judul “Pengaruh Umur Perusahaan, Leverage, Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Sektor Consumer Non-Cyclicals Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.

LANDASAN TEORI

Stakeholder Theory

Teori yang menyebutkan perusahaan harus lebih dari sekedar melakukan operasional untuk kepentingannya sendiri. Teori stakeholder bertujuan untuk memperkuat hubungan perusahaan dengan pihak-pihak eksternal dalam meningkatkan daya saing yang unggul (Indriyani & Yuliandhari, 2020). Perusahaan tidak hanya harus bertindak untuk

kepentingan sendiri, tetapi juga harus mampu membantu stakeholder-nya. Oleh karena itu, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder-nya (Gunawan, 2023).

Agency Theory

Perusahaan dengan biaya kontrak dan pengawasan yang rendah cenderung melaporkan laba bersih rendah. Dengan kata lain, perusahaan yang mengeluarkan biaya untuk kepentingan manajemen adalah salah satu biaya yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di masyarakat. Selanjutnya, sebagai agen, manajer akan berusaha memenuhi semua keinginan prinsipal dengan mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan CSR dapat mengalihkan perhatian pemegang saham dari mengawasi manipulasi laba atau masalah lainnya. Akibatnya, harga saham di pasar modal akan meningkat karena kepercayaan pemegang saham terhadap transparansi informasi yang diungkapkan perusahaan. Informasi tentang cara bisnis memperhatikan aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial. Hal ini dapat menjadi strategi untuk menjaga hubungan perusahaan dengan meningkatnya kepercayaan pemegang saham terhadap transparansi informasi yang diungkapkan perusahaan akan menyebabkan peningkatan harga saham di pasar modal.

Signaling Theory

Konsep teori sinyal dan asimetri informasi sangat terkait, yaitu ketika manajer memiliki informasi yang lebih baik tentang prospek dan risiko perusahaan daripada investor. Salah satu cara untuk mengurangi asimetri informasi ini adalah dengan memberikan sinyal kepada pihak luar (stakeholder) tentang informasi keuangan yang dapat dipercaya, yang akan mengurangi ketidakpastian tentang prospek perusahaan yang akan datang (Anita & Jeny, 2021).

Legitimasi Theory

Menurut Oviliana Rina D (2021) teori legitimasi adalah teori yang menyatakan bahwa CSR merupakan jawaban terhadap tekanan lingkungan sekitar yang berkaitan dengan sosial, kekuatan politik, dan ekonomi. Salah satu cara agar perusahaan diterima oleh masyarakat ialah dengan melakukan pengungkapan aktivitas sosial. Pengungkapan aktivitas sosial perusahaan dapat dilakukan dalam bentuk CSR yaitu kegiatan yang memperhatikan lingkungan sosial dengan sebaik-baiknya agar setiap aktivitas perusahaan mendapat dukungan dari masyarakat setempat. Apabila perusahaan didalam menjalankan kegiatan operasinya terdapat ketidakselarasan dengan nilai pada masyarakat setempat maka akan menghambat kelangsungan hidup dari perusahaan itu sendiri.

Umur Perusahaan

Menurut Fatwara Medy Desama (2022) Umur perusahaan dapat dihitung dengan menggabungkan tahun penelitian dengan tahun berdirinya perusahaan. Perusahaan dapat bersaing dan berhasil dengan umurnya. Perusahaan yang sudah lama berdiri akan memberikan informasi yang lebih banyak kepada masyarakat karena mereka dianggap memiliki lebih banyak pengalaman. Selain itu, perusahaan yang telah lama didirikan cenderung memiliki komitmen yang kuat dalam melakukan kegiatan CSR dan pengungkapannya. Hal ini dicapai dengan meningkatkan kualitas pengungkapan CSR. semakin banyak pula pengetahuan yang dimilikinya untuk menyampaikan informasi

pengungkapan CSR. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan citra perusahaan sehingga perusahaan memperoleh legitimasi dari masyarakat (Sastika & Suyono, 2023).

Leverage

Leverage dalam pengertian bisnis mengacu pada penggunaan aset dan sumber dana (sources of funds) oleh perusahaan dimana dalam penggunaan aset atau dana tersebut perusahaan harus mengeluarkan biaya tetap atau beban tetap. Penggunaan dana aset (aktiva) atau dana tersebut pada akhirnya dimaksudkan untuk meningkatkan keuntungan potensial bagi pemegang saham. Dalam suatu perusahaan dikenal dua macam leverage, yaitu leverage operasi (operating leverage) dan leverage keuangan (financial leverage). Penggunaan kedua leverage ini dengan tujuan agar keuntungan yang diperoleh lebih besar dari pada biaya aset dan sumber dananya (Purba & Candradewi, 2019). Menurut (Deden, Pratiwi & Feber, 2020) leverage adalah rasio untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dari utang. Dengan mengetahui rasio leverage, maka dapat dinilai tentang: (a) posisi perusahaan terhadap seluruh kewajibannya kepada pihak lain. (b) kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban tetap. (c) pertimbangan antara nilai aktiva tetap dengan modal.

Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan suatu bisnis untuk menghasilkan keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran seberapa efektif manajemen suatu bisnis. Ini ditunjukkan oleh pendapatan investasi dan penjualan. Pada dasarnya, penggunaan rasio ini menunjukkan seberapa efisien organisasi (Yovana Dina G & Kadir Abdul, 2020). Ukuran yang menunjukkan seberapa baik suatu perusahaan dapat menghasilkan keuntungan melalui penjualan aset dan modal. Perusahaan harus mempertimbangkan faktor-faktor sosial seperti dampak positif dan buruk dari operasi untuk mendapatkan dukungan pemangku kepentingan, serta indikator makroekonomi seperti margin keuntungan. Semakin baik profitabilitas perusahaan, semakin efektif dalam menghasilkan keuntungan dari asetnya (Afifah Rodliyatul N & Immanuela Intan, 2021). Menurut (Innecola Y, Tri Widyastuti & Widarto R, 2019) perusahaan yang memiliki profit yang besar cenderung singkat disbanding perusahaan yang memiliki profit kecil. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki profit besar tidak memiliki alasan untuk menunda penerbitan laporan keuangan bahkan cenderung mempercepat penerbitan laporan keuangan.

Corporate Social Responsibility

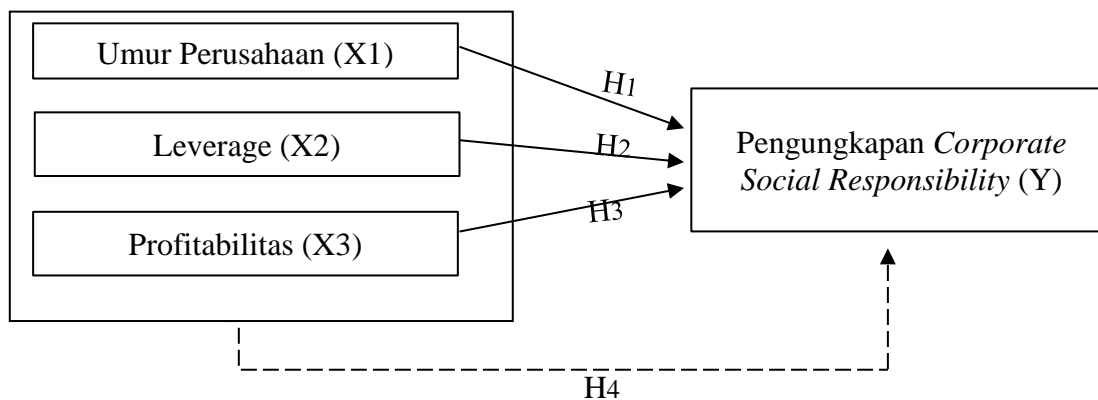
Tanggung jawab Sosial Perusahaan (CSR) adalah tindakan nyata perusahaan terhadap stakeholder dalam hal ekonomi, lingkungan, dan sosial untuk mencapai hubungan timbal balik yang menguntungkan. Menurut (Sumaryono dan Asyik, 2017), Corporate Social Responsibility (CSR) adalah penerapan konsep perusahaan dengan upaya untuk bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan. Contoh pelaksanaan CSR termasuk menjaga lingkungan, memberikan beasiswa, perberdayaan masyarakat, menyediakan fasilitas umum, dan sebagainya. Gerakan umum yang mengacu pada bagaimana perusahaan bertanggung jawab kepada berbagai pemangku kepentingan yang akan bermanfaat bagi masyarakat secara keseluruhan. Konsep CSR dan kewarganegaraan perusahaan yang baik telah diperiksa secara luas oleh para peneliti

dalam beberapa dekade terakhir. Meskipun pentingnya investasi CSR dalam operasi bisnis telah meningkat, manajer masih ragu untuk menerapkan CSR.

Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Dalam laporan keuangan, informasi yang disampaikan kepada pemangku kepentingan dalam bentuk laporan keuangan. Aturan pengungkapan corporate social responsibility tertuang dalam Peraturan Pemerintah (PP) No. 47 Tahun 2012 pada pasal 4 ayat (1), bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan oleh Direksi berdasarkan rencana kerja tahunan perseroan setelah mendapat persetujuan Dewan Komisaris sesuai dengan anggaran dasar perseroan, kecuali ditentukan lain dalam peraturan perundang-undangan. Hal ini menjelaskan bahwa perusahaan wajib melaksanakan corporate social responsibility dengan memperhatikan lingkungan dan perusahaan wajib mencantumkan laporan pertanggung jawab sosial di dalam laporan tahunan perusahaan.

Menurut Tista dan Putri (2020) Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah bersifat wajib (mandatory disclosure), sedangkan untuk luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan bersifat sukarela (voluntary disclosure). Peraturan yang membahas tentang pengungkapan corporate social responsibility salah satunya terdapat pada peraturan Bapepam No.VIII G.2 tentang laporan tahunan. Dalam peraturan Bapepam No.VIII G.2 tentang laporan tahunan, terdapat ketentuan terkait isi laporan tahunan yang dapat diungkapkan oleh perusahaan sehingga tidak terjadi asimetri informasi.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Rumusan Hipotesis

1. Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility
Umur perusahaan yaitu lamanya suatu perusahaan berdiri yang dihitung sejak berdirinya tahun perusahaan tersebut. Maka umur perusahaan dapat menunjukkan kemampuan dalam mengatasi kesulitan dan hambatan yang dapat mengancam kehidupan perusahaan serta menunjukkan kemampuan perusahaan mengambil kesempatan dalam lingkungannya untuk mengembangkan usaha (Simamora, 2017).
H1: Umur Perusahaan berpengaruh positif pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)
2. Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Analisis kinerja keuangan, di mana perhitungan rasionya digunakan untuk menunjukkan kemampuan organisasi untuk mengelola sumber dana, baik dari pinjaman luar maupun modal sendiri. Rasio leverage juga dapat memberikan gambaran tentang struktur pendanaan organisasi, dan dapat memprediksi resiko utang yang tidak tertagih. Dengan modal dari pinjaman luar yang meningkat, perusahaan harus meningkatkan tanggung jawab sosialnya (Sumaryono & Asyik, 2017). Manajer harus mengurangi biaya, termasuk biaya komunikasi CSR, agar laba yang dilaporkan tinggi. Operasi leverage adalah ketika perusahaan menggunakan aktiva dan sumber dana untuk menimbulkan beban tetap (Sudana, 2011).

H2: Leverage berpengaruh positif pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

3. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility
Rasio yang lebih tinggi menunjukkan seberapa baik manajemen bekerja. Profitabilitas sangat penting karena dapat memengaruhi keberlangsungan bisnis. Perusahaan yang menghasilkan keuntungan tinggi harus sadar akan pentingnya melakukan tanggung jawab sosial dan mengungkapkannya. Selain itu, hal ini memengaruhi cara dana Corporate Social Responsibility (CSR) dialokasikan, sehingga aktivitas CSR dapat dilaksanakan secara optimal dan pengungkapan CSR dapat diperluas. (Mukhammad Muhaimin, 2019).

H3: Profitabilitas berpengaruh positif pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

4. Pengaruh Umur Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Umur Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas secara bersama-sama (simultan) akan mempengaruhi secara positif maupun negatif terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility karena ketiga variabel memiliki pengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility.

H4: Umur Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas berpengaruh positif pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan positif atau negatif diantara umur perusahaan, leverage dan profitabilitas terhadap pengungkapan corporate social responsibility. Penelitian dan analisis dilakukan dengan metode kuantitatif atau analisis statistic, dengan menggunakan data sekunder atau data yang telah ada sebelumnya. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan sektor consumer non-cyclicals yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode riset tahun 2018 hingga 2022. Riset ini memanfaatkan data time series, selanjutnya olah data dan analisis menggunakan IBM SPSS 27.0 (Statistic Product and Service Solutions). Untuk informasi riset ini diambil dari website resmi www.idx.co.id. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di BEI sebelum periode tahun penelitian
2. Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan tahunan di BEI pada periode tahun penelitian
3. Perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang tidak mengalami kerugian pada periode tahun penelitian

Berdasarkan data yang ada di BEI perusahaan sektor consumer non-cyclicals berjumlah 15 Perusahaan yang sesuai dengan kriteria pada periode 2018-2022 selama 5 tahun. Sehingga, total sampel perusahaan yang memenuhi kriteria sebanyak 75 sampel..
Operasional Variabel

Tabel 1 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala
Umur Perusahaan	= Periode tahun berdiri – tahun penelitian	Rasio
<i>Leverage</i>	$= \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$	Rasio
Profitabilitas	$= \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aset}}$	Rasio
Pengungkapan CSR	$= \frac{\text{Jumlah item csr yang terpenuhi}}{\text{Skor Maksimal}}$	Rasio

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Berdasarkan hasil statistik dari pengujian parsial menggunakan uji t, diperoleh hasil bahwa variabel Umur Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Hasil penelitian ini sejalan oleh (Fitri Yeni & Putri Intan Permata, 2022) artinya umur perusahaan tidak dapat menjadi patokan investor pada perusahaan. Penelitian ini tidak sejalan oleh (Nanang Agus Suyono & Fina Ira Sastika, 2023). Perusahaan yang berumur lebih tua tentunya memiliki pengalaman yang lebih banyak dan lebih mengetahui kebutuhan komitmen atas informasi tentang perusahaan daripada perusahaan yang muda atau baru saja berdiri dan beroperasi. Perusahaan yang berumur lebih tua akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih banyak daripada perusahaan yang muda. Sebab, perusahaan yang sudah lama didirikan dapat dikatakan lebih profesional dalam menyampaikan informasi dan dianggap lebih berpengalaman. Masyarakat akan memperoleh informasi yang lebih banyak mengenai suatu perusahaan yang telah lama didirikan. Selain itu, perusahaan yang telah lama didirikan cenderung memiliki komitmen yang kuat dalam melakukan kegiatan CSR dan pengungkapannya.

Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Berdasarkan dari pengujian parsial menggunakan uji t, diperoleh variabel Leverage berpengaruh negatif terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Putri Ayu Cahya & Ida Bagus Panji, 2019) yang menyatakan bahwa perusahaan dengan leverage yang tinggi cenderung untuk mengurangi pengungkapan CSR. Hal ini dikarenakan perubahan dengan leverage yang tinggi cenderung melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan mendapatkan pengawasan lebih dari debtholder. Untuk mengatasinya perusahaan akan melaporkan laba. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Suyono Nanang A & Sastika Fina, 2023) yang menyatakan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap CSR. Artinya semakin tinggi tingkat leverage, maka semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Berdasarkan hasil uji parsial menggunakan uji t, menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham (Hijriah, 2019). Profitabilitas menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan dapat menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu.

Hasil penelitian ini sejalan dengan peneliti terdahulu yang dilakukan oleh (Anwar & Hardianti, 2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap Pengungkapan CSR. Artinya ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang kesuksesan keuangan perusahaan dan perusahaan hanya fokus untuk memiliki citra yang baik dan kinerja keuangannya yang baik pula, sehingga investor pun tertarik untuk berinvestasi. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “good news” tentang kinerja perusahaan. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Charlace & Nurlaela, 2022) yang menyatakan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR yang artinya aspek ini mendukung teori stakeholder bahwa keberlanjutan suatu entitas dengan dukungan stakeholder memberikan peluang dampak baik bagi perusahaan. Semakin tinggi kepercayaan dari stakeholder akan meningkatkan aktivitas perusahaan yang dapat meningkatkan laba perusahaan.

Pengaruh Umur Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan secara simultan menggunakan uji F, variabel umur perusahaan, leverage dan profitabilitas secara bersama-sama mempengaruhi pengungkapan corporate social responsibility. Melalui hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.10 menghasilkan nilai Adjusted R-Square sebesar 0.712 atau sebesar 71.2%. Sedangkan untuk sisa persentase sebesar 28.8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

1. Umur Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR).
2. Leverage berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR).
3. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR).
4. Umur Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR).

SARAN

1. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memperbesar jumlah sampel sekurang-kurangnya per tahun ada sebanyak 100 sampel agar data pengujian statistiknya dapat terdistribusi dengan normal. Sehingga, hasilnya dapat lebih bagus dari penelitian ini.
2. Bagi para investor yang sedang melakukan analisis secara fundamental disarankan untuk lebih berhati-hati dalam memilih perusahaan potensial untuk berinvestasi dan mempertimbangkan penerapan corporate social responsibility.
3. Bagi pemerintahan, disarankan untuk menerbitkan standar buku dan resmi terkait pengungkapan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan sehingga tidak terjadi subjektivitas dalam penilaian informasi CSR.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Afifah Rodliyatul N, & Immanuela Intan. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, Leverage, Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar Di BEI Periode 2015-2018). *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 0(2), 109–123.
- [2] Bangun, N., Fakultas, L. D., & Tarumanagara, E. (n.d.). THE EFFECT OF COMPANY AGE, PROFITABILITY AND LEVERAGE ON DISCLOSURE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN MANUFACTURING SECTOR COMPANIES.
- [3] Fatwara Medy Desma, Hasibuan Ahmad Nurdin, Nursalam LM, & Rahmadi Zara Tania. (2022). Analisis Faktor Corporate Social Responsibility Dipengaruhi Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Dan Profitabilitas. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 48–63.
- [4] Gunawan Febri. (2023). Pengaruh Firm Size, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Growth Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Riset Akuntansi*, 8(1).
- [5] Indriyani Ai Desy, & Yuliandhari Willy Sri. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Indeks LQ 45 Non-Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018). *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 1559–1568.

- [6] Khayati, A., Sari, R. D. P., & Giovanni, A. (2022). Nilai Tambah Modal Manusia dan Keberlangsungan Bisnis Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclicals. *Borobudur Management Review*, 2(2), 169–189. <https://doi.org/10.31603/bmar.v2i2.7377>
- [7] Noveliza, D., Rina, R., & Dhamayanti, S. K. (2022). PENGARUH UMUR DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVERNING. *Jurnal Bisnis, Logistik Dan Supply Chain (BLOGCHAIN)*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.55122/blogchain.v2i1.399>
- [8] Oviliana Rina D, Wijaya Satria Y, & Subur. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 1187–1198.
- [9] Purba, I. A. P. L., & Candradewi, M. R. (2019). PENGARUH LEVERAGE, LIKUIDITAS, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CSR PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BEI. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(9), 5372. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i09.p02>
- [10] Putri Rafika A, & Christiawan Yulius J. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Pada Perusahaan-Perusahaan Yang Mendapat Penghargaan ISRA dan Listed (Go-Public) di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2010-2012). *Business Accounting Review*, 2(1), 61–70.
- [11] Santioso Linda, & Chandra Erline. (2012). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Umur Perusahaan, Dan Dewan Komisaris Independen Dalam Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 14(1), 17–30.
- [12] Suyono Nanang A, & Sastika Fina I. (2023). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Umur Perusahaan, Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 sampai 2021). *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 3(3), 19–35