

The Effect Of Company Growth, Profitability, Company Size And Leverage On Corporate Social Responsibility Disclosure In Food And Beverage Companies Listed On The IDX In 2017-2022

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Yang Bergerak Di Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei Pada Tahun 2017-2022

Brigitte Joyce Rimba¹, Ryan Timothius Tandiah², Jovan Alvaro³, Jhon Lismart Benget. P.^{4*}, Belthasar Trito Siahaan⁵

Universitas Prima Indonesia, Kota Medan, Indonesia^{1,2,3,4}

Politeknik Negeri Manado, Kota Manado, Indonesia⁵

jhonlismartbenget@unprimdn.ac.id⁴

*Corresponding Author

ABSTRACT

This study was conducted to analyze the effect of company growth, profitability, company size and leverage on corporate social responsibility disclosure in companies engaged in food and beverages listed on the IDX in 2017-2022. This research is based on a quantitative approach. The research population consists of 26 companies in the food and beverage sector listed on the IDX. The sampling technique used was purposive sampling, so that 9 companies were obtained as samples. The study results show that CSR disclosure in food and beverage companies listed on the IDX during the 2017-2022 period is simultaneously and significantly influenced by the variables of company growth, profitability, company size, and leverage. Partially, company size has a positive and significant effect on CSR disclosure in food and beverage companies listed on the IDX in the 2017-2022 period. However, company growth, profitability, and leverage partially have no positive and significant effect on CSR disclosure. The results of the coefficient of determination analysis show that the variance of CSR disclosure can be explained by 20.7% of the variables of company growth, profitability, company size, and leverage. While other factors affect the remaining 79.3%.

Keywords: Company Growth, Profitability, Company Size, Leverage, Corporate Social Responsibility Disclosure

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, ukuran perusahaan dan leverage terhadap pengungkapan corporate social responsibility pada perusahaan yang bergerak di makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2022. Penelitian ini berdasarkan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian terdiri dari 26 perusahaan di sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, sehingga diperoleh 9 perusahaan sebagai sampel. Hasil pengkajian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR pada perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di BEI selama periode 2017–2022 dipengaruhi secara simultan dan signifikan oleh variabel pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan Leverage. Secara parsial, ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di BEI pada periode 2017-2022. Namun, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan leverage secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa varians pengungkapan CSR dapat dijelaskan dengan 20,7% variabel pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan leverage. Sementara faktor lain yang mempengaruhi sisanya 79,3%.

Kata Kunci: Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Pengungkapan Corporate Social Responsibility,

1. Pendahuluan

Saat ini banyak sekali perusahaan yang terdapat di BEI di antaranya perusahaan yang berfokus di bidang makanan dan minuman. Perusahaan ini yang menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat. Untuk itu perusahaan berupaya keras dalam menarik perhatian konsumen guna mengkonsumsi produknya. Perusahaan berupaya memperbaiki dan peduli terhadap lingkungan masyarakat dengan melakukan Corporate Social Responsibility (CSR). Pelaksanaan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan ini dapat menjadi perhatian investor yang ingin melakukan investasi. Perusahaan yang melaksanakan CSR dapat meningkatkan penjualannya, meskipun penjualan perusahaan setiap tahunnya cenderung mengalami fluktuasi. Salah satu masalah yang sering dihadapi perusahaan adalah penurunan penjualan, yang dapat berdampak negatif dan menjadi salah satu faktor penyebab berkurangnya pelaksanaan CSR.

Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi biasanya juga menunjukkan tingkat CSR yang tinggi. Penyebabnya adalah kemampuan finansial yang lebih baik, yang memungkinkan perusahaan untuk mengalokasikan lebih banyak sumber daya untuk program-program tanggung jawab sosial. Selain itu, perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi cenderung lebih memperhatikan reputasi dan citra perusahaan, yang dapat diperkuat melalui pengungkapan CSR yang transparan dan berkelanjutan. Perusahaan yang terdaftar di BEI terdiri dari perusahaan besar maupun kecil, dan ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimilikinya. Secara umum, semakin besar aset yang dimiliki perusahaan, semakin banyak informasi yang tersedia, sehingga perusahaan tersebut cenderung memiliki kemampuan lebih untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial mereka.

Kegiatan paling penting peranan adalah leverage. Leverage merujuk pada penggunaan utang oleh perusahaan untuk membiayai kegiatan operasionalnya. Dalam hal ini, rasio leverage yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki proporsi utang yang besar dibandingkan dengan ekuitas. Penggunaan utang dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap pengambilan keputusan perusahaan, termasuk dalam hal alokasi dana untuk kegiatan CSR. Perusahaan dengan leverage tinggi cenderung memiliki beban kewajiban yang lebih besar, sehingga mereka mungkin lebih fokus pada penyelesaian kewajiban finansial jangka pendek daripada berinvestasi dalam kegiatan tanggung jawab sosial yang bersifat jangka panjang. Namun, di sisi lain, perusahaan dengan leverage tinggi juga mungkin berusaha meningkatkan citra perusahaan untuk memenuhi harapan pemangku kepentingan dan mengurangi risiko reputasi yang dapat timbul akibat penggunaan utang yang besar. Pengungkapan CSR yang lebih transparan dan proaktif dapat menjadi cara untuk menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga peduli terhadap dampak sosial dan lingkungan.

2. Tinjauan Pustaka

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Menurut Pitriani & dkk (2024), pertumbuhan dapat menunjukkan peningkatan dari total aset suatu perusahaan sehingga tingkat CSR yang dilakukan perusahaan semakin banyak. Semakin tinggi pertumbuhan perusahaan, maka semakin tinggi pula perusahaan dalam mengungkapkan tingkat pertumbuhannya tersebut ke dalam CSR bagi para stakeholders.

Menurut Kurniawati (2024), perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi akan lebih disorot oleh publik sehingga cenderung lebih banyak mengungkapkan informasi tanggung jawab sosialnya. Hal itu disebabkan oleh informasi tanggung jawab sosial akan membuat perusahaan tersebut memperoleh respon positif dari publik dan para stakeholder yang akan memicu pertumbuhan perusahaan.

Menurut Saryanto (2023:124), perusahaan yang mampu beroperasi dan bertahan dengan baik bergerak dalam dua atau tiga fase dalam respons tanggung jawab sosialnya.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Menurut Kaswan (2019:308), kasus bisnis untuk CSR menunjukkan bahwa perusahaan bisa memperoleh keuntungan finansial tidak hanya dari bisnis intinya tetapi juga dari terlibat dengan harapan masyarakat mengenai tanggung jawabnya lebih luas

Menurut Tambunan (2023:95), perusahaan harus bertanggung jawab kepada pihak berkepentingan (stakeholders) perusahaan, dengan alasan karena tindakan itu akan dicerminkan dalam tingkat pencapaian laba yang tinggi, dan dalam harga persediaan perusahaan. Berdasarkan hal ini, ada hubungan langsung antara tindakan tanggung jawab sosial dan kinerja keuangan perusahaan.

Menurut Saryanto (2023:116), pemangku kepentingan menginginkan pelaku bisnis atau perusahaan apa pun bertindak secara etis dan memiliki tanggung jawab kepada masyarakat secara sosial, etis, dan hukum. Sistem bisnis beroperasi di lingkungan di mana perilaku etis, tanggung jawab sosial, taat peraturan pemerintah dan pemangku kepentingan dapat menentukan tingkat keberhasilan bisnis.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Menurut Nofrivul, Melia (2022) bahwa perusahaan besar umumnya mempunyai aset dalam jumlah besar dan pendidikan karyawan yang baik dan sistem informasi yang canggih sehingga memungkinkan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas. Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi pengungkapan informasi CSR, semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula pengungkapan informasi perusahaan yang harus dilakukan.

Menurut Putra (2022) bahwa perusahaan besar berkinerja lebih baik maka penyajian informasi CSR lebih luas dan mengurangi ketidakpastian investor mengenai prospek masa depan perusahaan.

Menurut Saryanto (2023:116), semakin besar organisasi, semakin besar tuntutan yang dibuat masyarakat terhadap organisasi. Tanggung jawab sosial kepada masyarakat juga diharapkan dari organisasi sebagai suatu sistem.

Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Menurut Suputra (2020) bahwa leverage yang diukur dari total hutang ini mengakibatkan peningkatan pengungkapan tanggung jawab sosial disebabkan perusahaan lebih terfokus untuk memperlihatkan pentingnya pelaksanaan tanggung jawab sosial di masyarakat.

Menurut Indarwati & Trisnarningsih (2024), perusahaan yang memiliki tingkat leverage yang tinggi tidak selalu melakukan pengungkapan corporate social responsibility secara detail, karena perusahaan lebih berfokus untuk mengurangi resiko keuangannya untuk melindungi perusahaan dihadapan kreditor.

Menurut Samosir (2022) bahwa semakin tinggi Leverage mengisyaratkan perusahaan agar memenuhi kebutuhan informasi bagi para stakeholder, agar mendapatkan kepercayaan dari para stakeholder. sehingga, dapat dibilang meminimalisir terjadinya ketidakseimbangan informasi antara agent dan stakeholder.

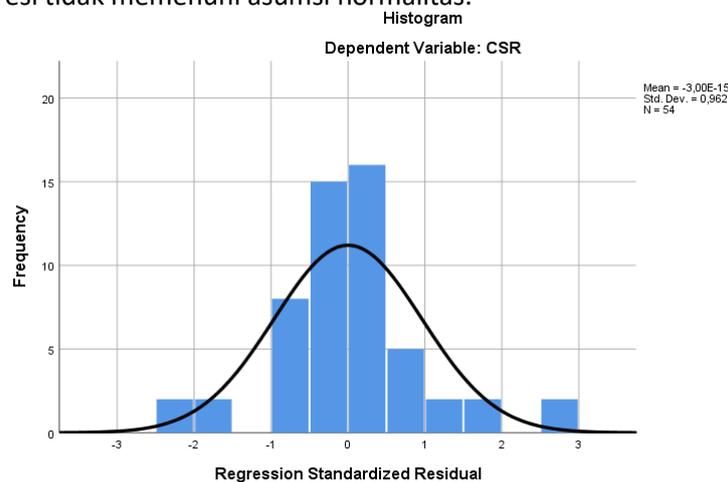
3. Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang dipakai dalam kajian ini adalah penelitian kuantitatif. Riset kuantitatif memfokuskan pada pengukuran yang objektif dengan bantuan matematis dan statistik untuk mengolah dan menganalisis data yang berupa angka (numerik). Pada umumnya,

data diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang disebut sebagai data primer. Selain itu, juga dapat digunakan data numerik sekunder yang berupa angka-angka sebagai bentuk representasi informasi. Dalam pengkajian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia tahun 2017 sampai dengan 2022 sebanyak 26 perusahaan. Dengan begitu dapat dicermati bahwa terdapat sebanyak 54 sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini dimana total sampel tersebut didapatkan dari sebanyak 9 perusahaan terdaftar yang memenuhi kriteria dengan 6 tahun pengamatan.

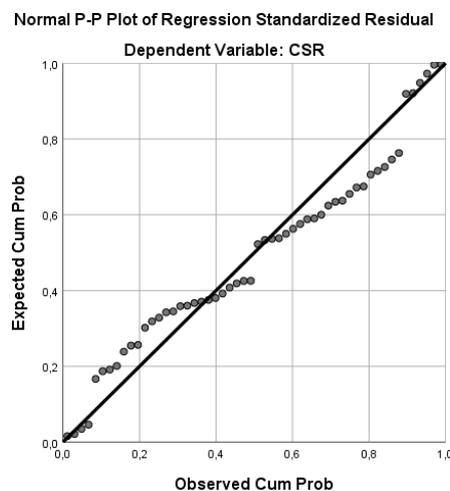
4. Hasil dan Pembahasan
Uji Normalitas

Uji normalitas bisa dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan grafik histogram dan *normal probability plot of regression*. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka grafik histogramnya dan *normal probability plot of regression* menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka grafik histogram *normal probability plot of regression* tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 1. Histogram Graphic

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa garis membentuk lonceng, tidak ke kiri atau ke kanan. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 2. Normal Probability Plot Of Regression Graphic

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal. Sehingga dari gambar tersebut disimpulkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal.

Salah satu uji normalitas adalah menggunakan *Kolmogorov Smirnov* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Apabila nilai dari *Asymp. Sig.* > 0,05, data berdistribusi normal.
2. Apabila nilai dari *Asymp. Sig.* < 0,05, data tidak berdistribusi normal.

Tabel 1. One-Sample Kolmogorov Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		54
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	13,75707415
Most Extreme Differences	Absolute	,118
	Positive	,118
	Negative	-,091
Test Statistic		,118
Asymp. Sig. (2-tailed)		,059 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov membuktikan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,059 maka dapat disimpulkan bahwa data tergolong berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas digunakan untuk melihat hubungan antarvariabel independennya sehingga pada uji regresi linier sederhana tidak menggunakan uji multikolinieritas karena uji regresi sederhana hanya memiliki satu variabel independen. Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas yaitu:

1. Tidak terjadi multikolinieritas apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih kecil dari 10.
2. Terjadi multikolinieritas apabila nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih besar atau sama dengan 10.

Tabel 2. Multicollinearity Test
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-121,935	34,903		-3,493	,001		
	Pertumbuhan Perusahaan	-,071	,151	-,059	-,470	,640	,965	1,037
	ROA	-,290	,508	-,099	-,571	,571	,497	2,012
	Ukuran Perusahaan	5,247	1,303	,569	4,026	,000	,749	1,335
	DAR	-,230	,236	-,189	-,975	,334	,398	2,510

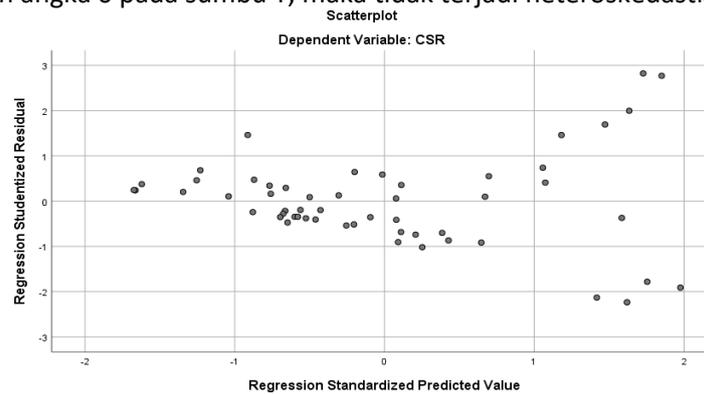
a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa semua variabel memiliki nilai tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 yang dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukan masalah pada uji multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Metode pengukurannya menggunakan *Scatterplot* dimana apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur, maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 3. Scatterplot Graphic

Berdasarkan grafik scatterplot yang disajikan dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas serta menyebar baik di atas maupun di bawah nol pada sumbu Y. Artinya tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga model regresi dapat digunakan untuk memprediksi pencapaian berdasarkan masukan dari variabel bebas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan jumlah variabel bebasnya, maka regresi dibedakan menjadi 2 yaitu regresi linear sederhana dan regresi linear berganda. Untuk regresi linear sederhana hanya terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat, sedangkan untuk regresi linier berganda terdiri dari 2 atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat.

Tabel 4. Multiple Linear Regression Analysis Test Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-121,935	34,903		-3,493	,001
	Pertumbuhan Perusahaan	-,071	,151	-,059	-,470	,640
	ROA	-,290	,508	-,099	-,571	,571
	Ukuran Perusahaan	5,247	1,303	,569	4,026	,000
	DAR	-,230	,236	-,189	-,975	,334

a. Dependent Variable: CSR
Sumber: Data diolah, 2024

$$\text{Csr} = -121,935 - 0,071 \text{ Pertumbuhan Perusahaan} - 0,290 \text{ Profitabilitas} + 5,247 \text{ Ukuran Perusahaan} - 0,230 \text{ Leverage}$$

Berdasarkan persamaan diatas, maka:

1. Pengungkapan CSR usaha makanan dan minuman yang tercatat di BEI dari tahun 2017 hingga 2022 adalah -121,935 jika faktor pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* dianggap sebagai konstanta atau nol.
2. Pertumbuhan perusahaan -0,071 dimaksud meningginya pertumbuhan perusahaan satu satuan maka diikuti dengan penurunan pengungkapan CSR sebesar 0,071.
3. Profitabilitas -0,290 dimaksud meningginya profitabilitas satu satuan maka diikuti dengan penurunan pengungkapan CSR sebesar 0,290.
4. Ukuran perusahaan 5,245 dimaksud meningginya ukuran perusahaan satu satuan maka diikuti dengan kenaikan pengungkapan CSR sebesar 5,247.
5. *Leverage* -0,230 berarti meningginya *leverage* satu satuan maka diikuti dengan penurunan pengungkapan CSR sebesar 0,230.

Koefisien Determinasi

R Square (R^2) sering disebut dengan koefisien determinasi adalah mengukur kebaikan *goodness of fit* dari persamaan regresi yaitu memberikan proporsi atau persentase variasi total dalam variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai R^2 terletak antara 0 – 1 dan kecocokan model dikatakan lebih baik jika R^2 semakin mendekati 1. Suatu sifat penting R^2 adalah nilainya merupakan fungsi yang tidak pernah menurun dari banyaknya variabel bebas yang ada dalam model. Oleh karenanya, untuk membandingkan dua R^2 dari dua model, harus memperhitungkan banyaknya variabel bebas yang ada dalam model. Ini dapat dilakukan dengan menggunakan *Adjusted R Square*.

Tabel 5.
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,517 ^a	,267	,207	14,308

a. Predictors: (Constant), DAR, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, ROA

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel diatas mengenai pengujian koefisien determinasi, maka diperoleh nilai R^2 yang disesuaikan sebesar 0,207 pada Tabel 3.7 menunjukkan hasil analisis regresi. Artinya, varians pengungkapan CSR dapat didefinisikan dengan 20,7% variabel pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage*. Sementara faktor lain yang mempengaruhi sisanya 79,3%.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Berikut ini adalah langkah-langkah dalam uji statistik F pada tingkat kepercayaan 95% dengan derajat kebebasan $df_1 = (k-1)$ dan $df_2 = (n-k)$. Kriteria: Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, H_0 ditolak dan H_a diterima, Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 6.
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3658,117	4	914,529	4,468	,004 ^b
	Residual	10030,626	49	204,707		
	Total	13688,743	53			

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), DAR, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, ROA

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil penggunaan rumus $df1 = K - 1$ dan $df2 = N - K$ menghasilkan *Fhitung* sebesar 4,468 dan *Ftabel* sebesar 2,56. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa $Fhitung > Ftabel$ ($4,468 > 2,56$) dengan posisi signifikansi kurang dari 0,05 ($0,004 < 0,05$) menunjukkan bahwa posisi titik uji signifikansi berada di area penolakan H_0 , atau bahwa H_1 diterima, menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* makanan dan minuman yang tercatat di BEI selama periode 2017–2022 dipengaruhi secara substansial oleh variabel pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *Leverage* semuanya secara bersamaan.

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Taraf signifikan adalah 5%. Kriteria: Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, H_0 ditolak dan H_a diterima, Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 7.
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-1,21,935	34,903		-3,493	,001
	Pertumbuhan Perusahaan	-,071	,151	-,059	-,470	,640
	ROA	-,290	,508	-,099	-,571	,571
	Ukuran Perusahaan	5,247	1,303	,569	4,026	,000
	DAR	-,230	,236	-,189	-,975	,334

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data diolah, 2024

1. Variabel pertumbuhan perusahaan memiliki posisi signifikansi lebih dari 0,05 ($0,640 > 0,05$) dan untuk mendapatkan nilai *ttabel*, dapat digunakan rumus $df = N - K$, sehingga dapat disimpulkan bahwa perhitungan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,470 < 2,00958$) maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti bahwa variabel pertumbuhan perusahaan secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di BEI pada periode 2017-2022.
2. Variabel profitabilitas mempunyai posisi signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,571 > 0,05$) dan untuk mendapatkan nilai *ttabel* dapat menggunakan rumus $df = N - K$, sehingga dapat disimpulkan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,571 < 2,00958$) maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang berarti bahwa variabel profitabilitas secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di BEI pada periode 2017-2022.
3. Variabel ukuran perusahaan mempunyai posisi signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan untuk mendapatkan nilai *ttabel* dapat menggunakan rumus $df = N - K$, sehingga dapat disimpulkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,026 > 2,00958$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa variabel ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di BEI pada periode 2017-2022.
4. Variabel leverage mempunyai posisi signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,334 > 0,05$) dan untuk mendapatkan nilai *ttabel* dapat menggunakan rumus $df = N - K$, sehingga dapat disimpulkan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,975 < 2,00958$) maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang berarti bahwa variabel leverage secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di BEI pada periode 2017-2022.

5. Penutup
Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik peneliti dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pertumbuhan perusahaan secara parsial tidak berdampak positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di BEI pada periode 2017-2022.
2. Profitabilitas secara parsial tidak berdampak positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di BEI pada periode 2017-2022.
3. Ukuran perusahaan secara parsial berdampak positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di BEI pada periode 2017-2022.
4. Leverage secara parsial tidak berdampak positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di BEI pada periode 2017-2022.
5. Pengungkapan CSR pada perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di BEI selama periode 2017–2022 dipengaruhi secara signifikan oleh variabel pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan leverage, semuanya secara bersamaan.

Saran

Saran hasil penelitian adalah:

1. Di masa mendatang, akademisi perlu memberikan perhatian lebih pada variabel yang sedang diteliti serta memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana variabel pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan leverage dapat memengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar memasukkan variabel pemicu tambahan yang berdampak pada nilai perusahaan.
3. Disarankan agar Universitas Prima Indonesia mengimplementasikan temuan penelitian ini untuk penelitian di masa depan.
4. Penelitian ini berfungsi sebagai masukan bagi investor, menarik kreditur, dan memberikan wawasan kepada investor untuk melakukan investasi.

Daftar Pustaka

- Febry, Timotius, dan Teofilus. 2020. SPSS: Aplikasi Pada Penelitian Manajemen Bisnis. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Firdausi, S., dan W. A. Prihandana. 2022. "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility." *Jurnal Akuntansi AKUNESA 10 (02)*: 1–12.
- Hidayat, Dhwan Fasya Nur. 2021. "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan." *Jurnal Universitas Muhammadiyah Magelang*, 28 Juli 2021.
- Indarwati, Nur Laeli, dan Trisnaingsih, Sri. 2024. "Pengaruh Good Corporate Governance, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility." *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, Volume 7 Nomor 4, Juni 2024. e-ISSN: 2597-5234.
- Kaswan. 2019. *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategis*. Edisi I, Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Kurniawati, Rima. 2024. "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Perusahaan, dan Kepemilikan Institusional Terhadap CSR-Disclosure." *Prosiding Paper Competition Accounting Festival*, Vol 1 (2024).
- Narimawati, Umi, dkk. 2020. *Metode Penelitian dalam Implementasi Ragam Analisis*. Edisi I. Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI).
- Nofrivul, Melia, Novelino. 2022. "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan High Profile." *Costing: Journal of Economic, Business and Accounting* Volume 6 (e-ISSN: 2597-5234).

- Pitriani, Ni Kadek Elis. 2024. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility." *Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA)*, Vol. 6, No.2, Mei 2024, Hal 681-695.
- Putra, Setiawan. 2022. "Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)." *Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA)* Vol. 4, No. 3. (e-ISSN: 2656-3649).
- Rodoni, Ahmad, dan Ali, Herni. 2014. *Manajemen Keuangan Modern*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Samosir, Panjaitan. 2022. "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)." *Jurnal Informasi Akuntansi*, Vol. 1, No. 3.
- Saryanto. 2023. *Pengantar Ilmu Manajemen*. Cetakan Pertama, Yogyakarta: ANAK HEBAT INDONESIA (Anggota Ikapi).
- Sukamulja, Prof. Dr. Sukmawati. 2021. *Manajemen Keuangan Korporat*. Yogyakarta: ANDI.
- Suputra, Yani. 2020. "Pengaruh Kepemilikan Asing, Kepemilikan Institusional dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility." *E-Jurnal Akuntansi*.
- Tambunan, Dr. Toman Sony. 2023. *Pengantar Manajemen*. Cetakan ke-1, Jakarta: KENCANA.