

Jurnal_2023_Anisaul Hasanah.docx

by @cek_plagiarisme / 089694013158

Submission date: 11-Jul-2023 09:58AM (UTC-0400)

Submission ID: 2129624133

File name: Jurnal_2023_Anisaul_Hasanah.docx (65.62K)

Word count: 2167

Character count: 14904

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DIPENGARUHI OLEH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN LEVERAGE

Anisaul Hasanah

Universitas Gresik

anisaulhasanah08@gmail.com

Imtiyaz Farras Mufidah

Universitas Selamat Sri

imtiyazfarras@gmail.com

ABSTRACT

Objective : This study means to decide and break down CSR is impacted by organization size, productivity, and influence in Food and Drinks organizations recorded on the Indonesia Stock Trade (IDX) during the period 2016 - 2020. The aftereffects of this study are supposed to be involved by organizations as material assessment to build the exposure of Corporate Social Obligation. **Research method :** This study utilizes a quantitative methodology. The strategy utilized is the technique for numerous direct relapse examination, by testing traditional presumptions, testing speculations and coefficients of assurance. Thirty food and beverage businesses that were listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) between the years 2016 and 2020 comprised the study's sample. In light of the purposive testing strategy, an example of 11 organizations was gotten. Multiple linear regression was used in this study to analyze the data. **Findings :** Corporate Social Responsibility has a significant impact on Firm Size, a significant impact on Profitability, and neither a significant nor a significant impact on Leverage, according to the partially obtained results. In the interim, all the while, Corporate Social Obligation altogether affect Organization Size, Productivity, and Influence.

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

1.1. LATAR BELAKANG

1. PENDAHULUAN

Perusahaan perlu memasukkan tanggung jawab sosial ke dalam strategi perusahaan mereka mengingat penurunan lingkungan dan berbagai krisis sosial yang melibatkan perusahaan papan atas. Akibatnya, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) telah muncul sebagai praktik bisnis standar dan masih terus berkembang. (Wickert *et al.*, 2016).

Tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia tidak lagi opsional dengan penerapan UU No. 40 Thn 2007 yang mengatur tentang Perseroan Terbatas. 1) Perseroan yang menjalankan usaha di bidang dan/atau berhubungan dengan sumber daya alam diharapkan dapat melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, sesuai Pasal 74 UU Perseroan Terbatas. 2) Komitmen Perseroan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan dialokasikan sebagai biaya. Perusahaan yang menjalankan implementasinya dengan tetap memperhatikan moralitas dan keadilan. 3) Pelaku usaha yang melanggar komitmen dapat dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan perUUan yang berlaku. Sebagai hasil dari pengenalan peraturan pemerintah tersebut, tanggung jawab sosial perusahaan tampaknya telah menyebar ke seluruh dunia usaha di Indonesia..

Meskipun pemerintah sudah mengeluarkan UU yang mewajibkan perusahaan – perusahaan untuk melakukan (CSR) tetapi dalam penerapannya di lapangan masih banyak

juga perusahaan yang belum sepenuhnya menerapkan CSR dan juga masih banyak perusahaan – perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan CSR dengan lebih rinci. Sedangkan jika UU No 40 Thn 2007 dilaksanakan secara maksimal, perusahaan akan mendapatkan timbal balik positif dan citra perusahaan akan menjadi lebih baik di mata masyarakat.

Studi ini menyimpulkan bahwa korporasi belum secara memadai mengungkapkan CSR-nya berdasarkan fenomena saat ini. begitu baik sehingga masyarakat terkadang memiliki opini negatif tentangnya. Karena mempengaruhi jumlah uang yang dialokasikan untuk CSR, faktor profitabilitas dan leverage yang dimiliki oleh perusahaan dapat memberikan kontribusi pengungkapan CSR dengan intensitas yang sangat rendah.

Penulis tertarik untuk melakukan penulisan dan berbicara tentang keprihatinan ini dengan menggunakan istilah karena latar belakang informasi yang diberikan di atas dan temuan penulisan sebelumnya yang melibatkan pengungkapan CSR **“Corporate Social Responsibility (CSR) Dipengaruhi oleh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage”**

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1. Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan suatu konsep bahwa suatu kelompok dianggap sebagai anggota masyarakat dan berfungsi untuk memenuhi harapan sosial. Dalam perspektif ini, jika perusahaan gagal mengaktifkan nilai-nilai sosial, ia akan menghadapi intimidasi terhadap reputasinya.

Dengan demikian, perusahaan dengan kegiatan CSR yang terkenal akan menikmati legitimasi di mata para pemangku kepentingan dan publik, yang secara signifikan memengaruhi hasil ekonomi organisasi. Namun, organisasi yang terlibat dalam kegiatan CSR yang tidak diinginkan berisiko dianggap tidak sah (Siddiqui, *et.al.*, 2023).

2.2. Stakeholder

Semua pihak dalam masyarakat, termasuk individu, komunitas, dan kelompok orang, yang memiliki hubungan dan kepentingan dengan perusahaan atau organisasi dan masalah atau masalah yang disoroti, dianggap sebagai pemangku kepentingan. Menurut Ghazali dan Chariri (2014: 439), pemangku kepentingan sendiri mengklaim bahwa bisnis berfungsi tidak hanya untuk keuntungan pemegang saham tetapi juga untuk semua pemangku kepentingan lainnya (pemegang saham, kreditur, pelanggan, pemasok, pemerintah, masyarakat, analis, dan kelompok lainnya).

Menurut Darminto (2019), data kinerja perusahaan, khususnya profitabilitas, diperlukan untuk mengevaluasi potensi perubahan sumber daya ekonomi yang mungkin dikelola di masa depan, meramalkan kapasitas perusahaan, dan menentukan seberapa efektif perusahaan akan menggunakan sumber daya baru.

2.3. Corporate Social Responsibility

Sebagian besar bisnis diharuskan membuat laporan tahunan tentang upaya tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) mereka sesuai dengan persyaratan ISO 26000. Siddiqui et al.

(2023) daftar tiga pembenaran untuk mengungkapkan data CSR: Untuk meningkatkan kredibilitas perusahaan, kinerja keuangan dan ekonomi, dan hubungan sosial, di antara tujuan lainnya.

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah strategi yang diadopsi oleh bisnis untuk menunjukkan komitmen mereka untuk meningkatkan kualitas hidup baik internal maupun eksternal. Pihak yang berkepentingan dengan perusahaan, termasuk sebagai pemegang saham, kreditur, pekerja, pemasok, serta anggota masyarakat umum yang terlibat dalam bisnis dengan perusahaan, disebut sebagai pihak internal dan eksternal dalam konteks ini (Lako, 2011).

2.4. Ukuran Perusahaan

Ukuran secara umum dapat dibaca sebagai perbandingan ukuran/ukuran suatu item CSR yang secara signifikan lebih populer di kalangan organisasi besar daripada perusahaan menengah atau bahkan kecil, klaim Riyanto (2013: 313).

organisasi yang lebih sedikit harus memikul lebih sedikit tugas karena ukuran dan pengaruhnya lebih kecil, sedangkan perusahaan yang lebih besar harus memikul kewajiban yang lebih besar..

2.5. Profitabilitas

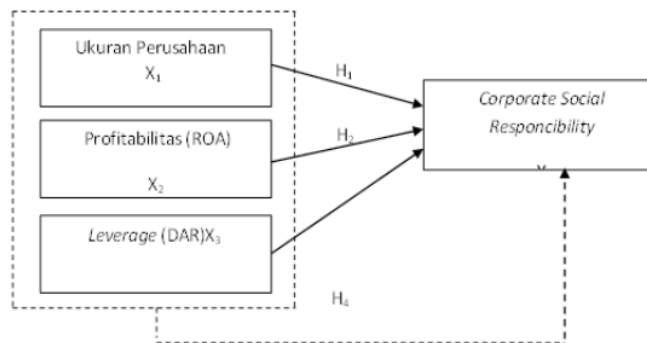
Menurut Brigham dan Houston (2018), rasio profitabilitas merupakan kombinasi rasio yang menampilkan dampak gabungan dari utang, manajemen aset, dan likuiditas terhadap hasil operasional. Membandingkan berbagai komponen laporan keuangan, khususnya laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi, dapat digunakan untuk menerapkan rasio profitabilitas..

2.6. Leverage

Rasio yang disebut leverage mengungkapkan bagaimana hutang, modal, dan aset perusahaan saling terkait. Statistik Solvabilitas, juga dikenal sebagai Leverage Ratio, adalah statistik yang digunakan untuk menilai berapa banyak aset perusahaan yang dibiayai oleh hutang, klaim Kasmir (2019: 153). Ini mengacu pada berapa banyak hutang yang dimiliki bisnis sehubungan dengan asetnya. Rasio solvabilitas, dalam arti luas, diklaim digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan untuk memenuhi semua komitmennya, baik segera maupun jangka panjang, jika perusahaan dilikuidasi.

2.7. Kerangka Konseptual

Dalam penulisan ini, variabel dependen, tanggung jawab sosial perusahaan, dan variabel independen, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage, keduanya digunakan. Cangkang konseptual yang digunakan dalam penyelidikan ini ditunjukkan pada gambar di bawah ini.:



Gambar 2.1. Kerangka Konseptual

Hipotesis penulis, H1, didasarkan pada paradigma ini dan menyatakan bahwa mungkin ada hubungan parsial antara ukuran perusahaan dan tanggung jawab sosial perusahaan. H2: Diyakini bahwa profitabilitas memiliki dampak parsial terhadap tanggung jawab sosial perusahaan; H3: Leverage dikatakan memiliki dampak parsial; dan H4 : Diyakini bahwa firm size, profitabilitas, dan leverage berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan secara simultan.

3. METODE

Menurut Bandur & Prabowo (2021) penulisan kuantitatif digunakan untuk menguji hubungan (kausal atau korelasional) antar-variabel penulisan berdasarkan teori dan konsep-konsep teoritis dalam literatur yang berkembang. Bisnis manufaktur di sektor makanan dan minuman yang terdaftar di (BEI) antara Thn 2016 dan 2020 merupakan populasi dari penulisan ini. Semuanya ada 30 bisnis. Kemudian diperoleh 11 usaha sebagai sampel penulisan dengan menggunakan pendekatan purposive sampling.

3.1.CSR

Dalam penulisan ini *Corporate Social Responsibility* berperan sebagai variable Dependen yaitu Y yang mana penulis menggunakan indikator :

$$CSR = Ln (\text{dana CSR}_{Thn t})$$

3.2. Ukuran Perusahaan

Manajemen laba digunakan sebagai variabel independen dalam penulisan ini. X1 Total aset digunakan dalam penulisan ini untuk menghitung ukuran perusahaan.

$$Size = Ln (\text{total asset})$$

3.3.Profitabilitas

Kapasitas perusahaan untuk menghasilkan laba sehubungan dengan penjualan, biaya operasional, atau asetnya dinilai dengan menggunakan rasio profitabilitas. Hasil rasio yang lebih tinggi seringkali menguntungkan, tetapi jika dibandingkan dengan hasil

perusahaan yang sebanding, mereka menawarkan lebih banyak informasi. Rasio profitabilitas menilai kapasitas perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dalam situasi tertentu (Uddin et al., 2022).

Metode untuk menghitung profitabilitas adalah

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

3.4.Leverage

Leverage adalah pengukuran yang digunakan untuk menilai seberapa banyak perusahaan bergantung pada krediturnya untuk membiayai asetnya. Leverage dihitung menggunakan rumus berikut.

$$DAR = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$$

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap ukuran perusahaan

menunjukkan bagaimana ukuran perusahaan dapat mempengaruhi upaya CSR-nya. Dibandingkan dengan usaha kecil, perusahaan besar harus bertindak dengan baik dan sosial untuk menarik investor (Udayasankar, 2008).

Namun, ukuran perusahaan juga mempengaruhi kondisi kerangka kerja untuk kegiatan CSR, karena perusahaan yang lebih besar biasanya memiliki struktur organisasi dan sumber daya keuangan yang lebih berkembang (Brammer dan Millington, 2006), yang membuatnya lebih mudah untuk mengimplementasikan program CSR (D' Amato dan Falivena, 2020).

Penulis dapat mengambil kesimpulan dari pembahasan di atas bahwa data dalam penulisan ini diolah secara statistik sesuai dengan keberadaan data yang ada. Ditemukan bahwa kegiatan CSR berdampak pada ukuran bisnis.

4.2. CSR Terhadap Profitabilitas

Rata-rata profitabilitas berbanding lurus dengan nilai dana CSR yang dikeluarkan perusahaan setiap Thnnya. Pada saat profitabilitas yang dilihat dari perhitungan *Return on Asset* (ROA) meningkat jumlah dana CSR yang dikeluarkan oleh perusahaan juga semakin meningkat.

Semakin rinci atau menyeluruh informasi tentang operasi perusahaan yang harus disediakan, semakin menguntungkan organisasi tersebut. Rilis publik data kinerja perusahaan juga dapat digunakan untuk menyoroti operasi perusahaan. Pengungkapan kegiatan perusahaan dilakukan untuk meyakinkan pihak eksternal (investor dan masyarakat) tentang pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan. tindakan yang dilakukan oleh bisnis tersebut (Purba, 2019).

4.3. CSR Terhadap Leverage

Temuan studi tersebut menunjukkan bahwa jumlah leverage yang digunakan perusahaan untuk membiayai inisiatif CSR-nya tidak banyak berpengaruh pada ketergantungannya pada hutang. Mengalokasikan uang CSR perusahaan untuk mendukung inisiatif CSR hanyalah komitmen sukarela dari pihak perusahaan untuk berkontribusi secara aktif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan bukan merupakan kegiatan bisnis yang diwajibkan secara hukum.

Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan tidak dipengaruhi oleh besarnya debt ratio. Hal ini dikarenakan perusahaan dan debtholders memiliki hubungan kerja yang solid sehingga debtholders tidak terlalu memperhatikan rasio leverage perusahaan.

4.4. CSR Secara Simultan Berpengaruh Signifikan Terhadap Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage*

Ambang batas signifikansi 0,021 0,05 secara simultan ditentukan dari hasil pengujian hipotesis. Setelah itu, H4 disetujui, secara ilmiah mendemonstrasikan bagaimana CSR memengaruhi ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage sekaligus. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa H4 diterima tetapi H0 ditolak. Leverage, ukuran bisnis, dan profitabilitas semuanya berdampak pada berapa banyak uang CSR yang dikeluarkan perusahaan.

5. KESIMPULAN

Berikut ini dapat ditarik dari penulisan (CSR) pada ¹ ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage:.

1. Pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di (BEI), CSR memiliki dampak yang cukup menguntungkan terhadap ukuran perusahaan.
2. Profitabilitas perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di (BEI) dipengaruhi secara signifikan oleh CSR.
3. Leverage pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di (BEI) terkena dampak negatif CSR dan tidak memiliki efek yang terlihat.
4. Temuan penulisan ini mengkonfirmasi hipotesis yang diajukan karena CSR secara bersamaan berdampak pada pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan leverage pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di (BEI).

6. SARAN

1. Pengungkapan data CSR perusahaan akan mempengaruhi pengambilan keputusan pemangku kepentingan. Perusahaan dituntut untuk melaksanakan dan melaporkan inisiatif CSR secara lebih rinci, baik dalam hal kegiatan maupun alokasi dana, secara berkesinambungan guna meningkatkan persepsi terhadap perusahaan di kalangan masyarakat umum dan kelompok pemangku kepentingan.
2. Untuk melakukan penulisan lebih lanjut, penulisan ini hanya difokuskan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di (BEI) antara Thn 2016 dan 2020. Indikator variabel CSR yang digunakan adalah uang CSR yang disediakan oleh perusahaan. Penulisan selanjutnya dapat menambah topik kajian, menambah variabel bebas, mengubah variabel terikat menjadi variabel bebas, dan sebaliknya. Metrik lainnya, seperti Global Reporting Initiative (GRI), dapat digunakan dalam studi tambahan. Alat uji SPSS masih digunakan oleh perangkat lunak penulisan. Di masa depan, metode pengujian yang berbeda seperti Stata.

DAFTAR PUSTAKA

- Balqiah, T. E., Astuti, R. D., Martdianty, F., & Hati, S. R. H. (2023). Corporate social responsibility and customer's responses: CSR authenticity and government intervention during the COVID-19 pandemic. *Heliyon*, 9(5). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e15962>
- Bandur, A., & Prabowo, H. (2021). *Penulisan Kuantitatif Metodologi, Desain, dan Analisis Data dengan SPSS, AMOS & Nvivo* (Edisi Pertama). Mitra Wacana Media.
- Brammer, S., & Milington, A. (2006). Firm size, Organizational Visibility and Corporate Philanthropy: an Empirical Analysis. *Business Ethics, the Environment & Responsibility*, 15(1), 6–18. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1467-8608.2006.00424.x>
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Buku 1* (14th ed.). Jakarta : Salemba Empat.
- D'Amato, A., & Falivena, C. (2020). Corporate Social Responsibility and Firm Value: Do Firm Size and Age Matter? Empirical Evidence from European Listed Companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), 909–924. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/csr.1855>
- Darminto, D. P. (2019). *Analisis Laporan Keuangan : Konsep dan Aplikasi* (Edisi Keempat). UPP STIM YKPN.
- Ghozali, I., & Chariri, A. (2014). *Teori akuntansi International Financial Reporting Standards (IFRS)* (Edisi 4). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan* (Pertama). PT Raja Grafindo Persada.
- Lako, A. (2017). *Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi* (S. Saat, Ed.). Erlangga.
- Purba, I. A. P. L., & Candradewi, M. R. (2019). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Manajemen*, 8(9), 5372–5400. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i09.p02>
- Riyanto, B. (2013). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan. Edisi Keempat*. BPFY-Yogyakarta.
- Siddiqui, F., Yusheng, K., & Tajeddini, K. (2023). The Role of Corporate Governance and Reputation in the Disclosure of Corporate Social Responsibility and Firm Performance. *Heliyon*, 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e16055>
- Udayasankar, K. (2008). Corporate Social Responsibility and Firm Size. *Journal of Business Ethics*, 83(2), 167–175. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10551-007-9609-8>
- Wickert, C., Scherer, A. G., & Spence, L. (2016). Walking and Talking Corporate Social Responsibility: Implications of Firm Size and Organizational Cost. *Journal of Management Studies*, 53(7). <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/joms.12209>

ORIGINALITY REPORT

20%
SIMILARITY INDEX

18%
INTERNET SOURCES

12%
PUBLICATIONS

6%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 Submitted to iGroup **2%**
Student Paper

2 Angrawit Kusumawardani. "Analisa Perhitungan Kinerja Keuangan Pada PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO), Tbk Menggunakan Rasio Solvabilitas dan Profitabilitas", remik, 2023 **2%**
Publication

3 www.jarac.triatmamulya.ac.id **1%**
Internet Source

4 repository.trisakti.ac.id **1%**
Internet Source

5 123dok.com **1%**
Internet Source

6 repository.upstegal.ac.id **1%**
Internet Source

7 Submitted to Universitas Mulawarman **1%**
Student Paper

8	Submitted to Education Ministry of Ontario, OSAPAC Student Paper	1 %
9	pmci.ac.id Internet Source	1 %
10	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1 %
11	elsanraekaputra.wordpress.com Internet Source	1 %
12	karakternews.com Internet Source	1 %
13	ejournal.unesa.ac.id Internet Source	1 %
14	ejurnal.seminar-id.com Internet Source	1 %
15	library.tsm.ac.id Internet Source	1 %
16	repository.untar.ac.id Internet Source	1 %
17	Ahmad Faqihudin, Meinarni Asnawi, Bill J.C Pangayow. "PENGARUH PENERAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR), CORPORATE IMAGE, DAN KEPUTUSAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH",	<1 %

JURNAL AKUNTANSI DAN KEUANGAN DAERAH, 2020

Publication

18	www.idx.co.id Internet Source	<1 %
19	doc-pak.undip.ac.id Internet Source	<1 %
20	e-journal.usd.ac.id Internet Source	<1 %
21	media.neliti.com Internet Source	<1 %
22	ppjp.ulm.ac.id Internet Source	<1 %
23	publikasi.dinus.ac.id Internet Source	<1 %
24	publikasi.mercubuana.ac.id Internet Source	<1 %
25	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
26	repository.ubharajaya.ac.id Internet Source	<1 %
27	Imam Mujahidin, Luhgiatno Luhgiatno, Eman Sukanto. "Peran Profitabilitas dan Good Corporate Governance dalam Memediasi Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai	<1 %

Perusahaan", Riset, Ekonomi, Akuntansi dan Perpajakan (Rekan), 2021

Publication

28

Paulus Tangke. "PENGARUH POLITICAL CONNECTION DAN FOREIGN OWNERSHIP TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MELALUI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY", JURNAL AKUNTANSI DAN KEUANGAN DAERAH, 2020

Publication

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On