



Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022)

Nadya Agustianti Achyar¹, Abubakar Arif²

^{1,2}Universitas Trisakti

Abstract

Received: 17 Oktober 2024
Revised: 24 Oktober 2024
Accepted: 31 Oktober 2024

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Ukuran Perusahaan di proksikan dengan SIZE, Profitabilitas di proksikan dengan ROA, Pertumbuhan Perusahaan di proksikan dengan GROWTH, Kepemilikan Saham Publik di proksikan dengan KSP. Sedangkan Pengungkapan Corporate Social Responsibility diukur dengan menggunakan CSRD. Sampel dalam Penelitian ini adalah perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020 – 2022. Data Penelitian berupa data sekunder yang diperoleh dari Laporan Tahunan dan Laporan Sustainability Report. Jumlah Perusahaan Makanan dan Minuman yang dijadikan sampel sebanyak 34 perusahaan dengan pengamatan selama tiga tahun sehingga total seluruh pengamatan sebanyak 102. Teknik yang dilakukan pada pengumpulan data adalah purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility. Sedangkan Profitabilitas dan Kepemilikan Saham Publik berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility.

Keywords: Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Kepemilikan Saham Publik, Corporate Social Responsibility

(*) Corresponding Author: nadyaagstach@gmail.com

How to Cite: Achyar, N. A., & Arif, A. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022). <https://doi.org/10.5281/zenodo.14499076>.

INTRODUCTION

Meningkatnya jumlah perusahaan di Indonesia yang mempergunakan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) merupakan indikasi semakin berkembangnya penerapan CSR. Dewan Bisnis Dunia untuk Pembangunan Berkelanjutan (World Business Council for Sustainable Development/WBCSD) memaknai kewajiban sosial perusahaan (CSR) sebagai peranan komunitas bisnis guna menjunjung tinggi prinsip-prinsip moral, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal dan tenaga kerja. Kepercayaan masyarakat akan meningkat ketika kewajiban sosial perusahaan pada masyarakat mengambil bentuk baru. Kebahagiaan masyarakat dan loyalitas perusahaan akan muncul dari hal ini.

Mengingat ekspansi ekonomi Indonesia yang cepat dan peningkatan populasi, berinvestasi di sektor industri dapat memberikan keuntungan yang

besar. Karena industri minuman serta makanan ialah satu dari industri yang sangat memungkinkan mengingat keadaan ekonomi Indonesia saat ini, industri ini merupakan salah satu industri dengan permintaan tertinggi dari para investor. karena diantisipasi bahwa meningkatnya jumlah bisnis makanan dan minuman akan memenuhi permintaan masyarakat dan menawarkan margin keuntungan yang besar, karena makanan dan minuman pada dasarnya adalah kebutuhan untuk bertahan hidup di kota mana pun. Karena terkait langsung dengan masalah sosial dan lingkungan termasuk tenaga kerja dan limbah produksi, penelitian ini berfokus pada perusahaan-perusahaan di industri makanan dan minuman. Hal ini dikarenakan pentingnya penyebaran informasi terkait tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Selain itu, alasan lebih lanjut untuk mengungkapkan CSR.

Program CSR didorong oleh rendahnya kualitas dan kuantitas mengungkapkan informasi terkait operasional atau kondisi lingkungan perusahaan Indonesia. Ini terlihat dari banyaknya kasus terkait di Indonesia yang berkaitan dengan CSR. Contoh kegagalan CSR di Indonesia mencakup insiden lumpur panas Sidoarjo, polusi di Teluk Buyat yang melibatkan PT Newmont Minahasa Raya, kejadian yang melibatkan perusahaan eksplorasi minyak dan gas, konfrontasi dengan suku Dayak, dan perusahaan pertambangan emas yang dimiliki oleh Australia (Aurora Gold). Kejadian kontaminasi merkuri yang mengancam nyawa 1,8 juta individu di Kalimantan Tengah, konflik dengan suku Dayak dan Minamata, pemerosotan lingkungan di lokasi tambang timah unik di Pulau Bangka-Belitung, serta perselisihan antara PT Freeport dan Indonesia yang melibatkan masyarakat Papua, merupakan contoh yang mencolok (Ramadanty dan Retnani, 2020).

Kewajiban perusahaan dalam melaksanakan program CSR adalah masyarakat menginginkan adanya transformasi pada lingkungan sosial. Penilaian terhadap standar suatu perusahaan dinyatakan melalui struktur kepemilikan dalam entitas bisnis tersebut. Entitas bisnis yang masuk dalam daftar Bursa Efek Indonesia (BEI) menegaskan bahwasanya semua kegiatan entitas bisnis wajib dinyatakan dengan jelas atau terbuka karena masyarakat (publik) memiliki hak untuk mengetahuinya. Dalam menyajikan laporan keuangan tahunannya, perusahaan harus mampu melaporkan secara sustainability, transparency, accountability dan mengungkapkan secara jujur kepada investor atau stakeholder. Dalam riset (Hamdani, 2017) memperlihatkan hubungan antara kepemilikan saham masyarakat dengan pengungkapan CSR terlihat dari peningkatan persentase kepemilikan saham publik, yang juga berdampak pada peningkatan jumlah informasi bisnis dalam laporan tahunan dan perluasan pengungkapan CSR. Program CSR yang telah diselesaikan akan dikonsolidasikan dan disajikan dalam laporan keberlanjutan, yang secara khusus menguraikan inisiatif sosial yang dijalankan oleh organisasi. Indeks pengungkapan CSR pada penelitian ini dinilai dengan mewakili *Corporate Social Responsibility Index* (CSRDI) yang didalamnya merujuk pada acuan patokan pengungkapan CSR yang terakui secara internasional, khususnya *Global Reporting Initiative* (GRI). Organisasi nirlaba GRI berkomitmen untuk mengadvokasi ekonomi global yang berkelanjutan dengan menyediakan indikator kinerja ekonomi dan efisiensi operasional yang bisa dimanfaatkan oleh semua jenis organisasi. Indikator kinerja lingkungan dan sosial meliputi ketenagakerjaan, hak asasi manusia, tanggung jawab sosial serta

tanggung jawab produk. Pengungkapan tanggung jawab sosial dinilai dengan kriteria keterbukaan informasi berlandaskan indikator GRI versi 3.0 yang mencakup 3 sumbu keterbukaan informasi: indikator lingkungan hidup, ekonomi, serta sosial sebagai dasar penyusunan laporan keberlanjutan dengan total 78 *item* tanggung jawab sosial perusahaan.

Literature Review

Legitimacy Theory

Suatu sistem dalam tata kelola perusahaan yang dikenal sebagai legitimasi fokus pada keselarasan dengan tujuan-tujuan masyarakat, pemerintah, kelompok masyarakat, dan individu. Oleh karena itu, prioritas utama bagi perusahaan adalah menanggapi dan memenuhi kepentingan-kepentingan tersebut. Menurut konsep ini, keberlanjutan perusahaan dapat terjaga sepanjang waktu apabila seluruh kegiatan berjalan dengan lancar dan berlandaskan nilai-nilai serta lingkungan masyarakat di sekitarnya. Pentingnya legitimasi bagi suatu perusahaan tidak boleh diabaikan, karena menjadi faktor penentu yang krusial untuk pertumbuhan dan perkembangannya di masa depan (Ramadanty, 2020).

Agency Theory

Hubungan kerjasama antara investor (prinsipal) serta manajemen atau pihak yang menerima layanan mereka (agen) dijelaskan oleh teori keagenan. Asumsi dasar teori ini adalah pemegang saham menyerahkan tanggung jawab pengelolaan perusahaan mereka kepada pihak lain. Teori ini juga bersandar pada keterkaitan kontraktual antara pemegang saham dan manajemen. Hubungan kerjasama yang terjadi antara pihak pemegang saham dengan pihak manajemen pada awalnya jarang terbentuk karena adanya kepentingan yang saling bertolak belakang dengan pihak manajemen (Wigrhayani & Sapari, 2019).

Stakeholder Theory

Memberikan manfaat kepada para pemangku kepentingan harus menjadi prioritas perusahaan, bukan hanya mengejar kepentingan mereka sendiri, sesuai dengan Teori Stakeholder. Menurut konsep ini, kegiatan sosial seperti CSR memiliki kepentingan besar karena dinilai oleh pemangku kepentingan terkait kesuksesan perusahaan dan pemenuhan harapan mereka. Pengungkapan CSR oleh entitas bisnis mencerminkan implementasi tanggung jawab sosial terhadap faktor penyokong, yang mencakup aspek sosial dan kesejahteraan masyarakat (Yurika, 2019).

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) merujuk pada satu dari tindakan yang dapat dijalankan oleh suatu entitas bisnis sebagai bentuk kewajiban pada lingkungan dan sosial yang dimana perusahaan terletak. Kemampuan perusahaan untuk memperlihatkan kepedulian terhadap lingkungan sekitar dengan mempertimbangkan dampak kegiatan operasionalnya merupakan aspek dari tanggung jawab (Ramadanty, 2020).

Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Memberikan informasi mengenai tindakan sosial perusahaan, dengan niat untuk memengaruhi keberhasilan keuangan perusahaan dan meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap organisasi tersebut, adalah apa yang dimaksud dengan pengungkapan CSR. Sebagai sarana untuk mengkomunikasikan efek sosial dan ekologi dari operasi ekonomi entitas bisnis pada masyarakat dan

pemangku kepentingan, inisiatif pengungkapan CSR berfungsi (Ramadanty dan Retnani, 2020).

Ukuran Perusahaan

Metrik yang dipergunakan untuk menilai ukuran suatu perusahaan disebut sebagai ukuran perusahaan. Perusahaan besar dapat diidentifikasi melalui kehadiran dan visibilitasnya yang signifikan di kalangan publik. Meningkatkan tingkat transparansi dapat mengurangi biaya yang terkait dengan aktivitas politik, dan ini dapat berperan sebagai sarana untuk memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan (Ramadanty dan Retnani, 2020). Biasanya, perusahaan besar mempunyai frekuensi permintaan informasi publik yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan kecil (Yovana dan Kadir A, 2020).

Profitabilitas

Profitabilitas merujuk pada kapasitas perusahaan untuk menciptakan keuntungan atau pendapatan dalam suatu periode waktu. Profitabilitas mencerminkan kapasitas perusahaan untuk memperoleh pendapatan atau laba bersih dari kegiatan operasionalnya selama suatu periode akuntansi tertentu (Ramadanty dan Retnani, 2020). Dalam penelitian (Yurika dan Viriany, 2019) peningkatan tingkat profitabilitas mencerminkan peningkatan kapasitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, yang pada gilirannya memungkinkan perusahaan untuk memperkuat upaya tanggung jawab sosialnya. Penyajian informasi terkait tanggung jawab sosial yang lebih komprehensif dalam laporan keuangan dapat menjadi cara yang lebih efektif untuk menunjukkan hal tersebut.

Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan merujuk pada sebuah indikator yang menyajikan kinerja perusahaan. Bilamana kinerja perusahaan tersebut baik, maka untuk indikasi rasio pertumbuhan perusahaan. Aktivitas ekonomi yang menjamin bisa menjadi salah satu harapan *stakeholders*, perusahaan tentu harus meningkatkan kegiatan lingkungan dan sosial dengan melakukan pengungkapan yang lebih banyak (Hunafah, Zahwa & Hasnawati, 2020).

Kepemilikan Saham Publik

Kepemilikan saham publik merujuk pada total saham yang dimiliki oleh masyarakat umum dalam sebuah perusahaan. Dalam konteks ini, istilah "publik" mengacu pada institusi atau individu yang memiliki saham kurang dari 5% (<5%) dalam perusahaan, tidak terlibat dalam manajemennya, dan tidak memegang hubungan langsung dengan entitas bisnis. Investor publik terdiri dari individu, masing-masing memegang saham kurang dari 5%, biasanya membentuk kepemilikan bersama dari berbagai anggota masyarakat. Pemegang saham publik umumnya memiliki kepemilikan minoritas dalam perusahaan. Kepemilikan saham oleh publik menunjukkan reputasi yang kuat dari perusahaan dalam hal mendistribusikan deviden atau imbalan, dan kemampuannya untuk terus beroperasi secara sukses, yang memungkinkan pengungkapan yang lebih luas (Ramadanty, 2020).

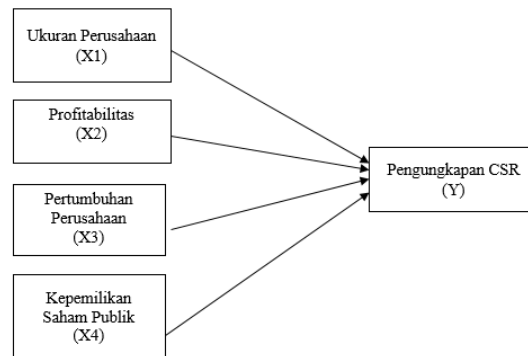


Figure 1. Kerangka Konspetual

H₁: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

H₂: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

H₃: Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

H₄: Kepemilikan Saham Publik berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

METHODS

Jenis Data Penelitian

Penelitian ini ialah penelitian berjenis kuantitatif yang mempergunakan data sekunder, didapat dari data laporan keberlanjutan dan laporan tahunan yang tertera di www.idx.co.id. Informasi yang diambil dari sumber eksternal dan umumnya berupa catatan atau laporan yang terdokumentasi disebut sebagai data sekunder. Metodologi penelitian kuantitatif mencakup pengumpulan dan analisis data numerik dengan memanfaatkan teknik statistik. Populasi dalam riset ini merupakan laporan keberlanjutan dan laporan tahunan entitas bisnis *food and beverage* yang masuk dalam daftar Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020-2022. Entitas bisnis yang terdaftar di BEI dipergunakan sebagai objek riset, karena entitas bisnis sudah mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan serta entitas bisnis diharuskan untuk menyajikan laporan keberlanjutan dan laporan tahunan kepada pihak eksternal khususnya pada berbagai *stakeholder*.

Prosedur Pengumpulan Data

Pada penelitian ini mempergunakan data sekunder berupa laporan tahunan entitas bisnis yang didapat dari website Bursa Efek Indonesia dan website perusahaan dengan alamat www.idx.co.id. Populasi yang dipergunakan pada penelitian yakni entitas bisnis di bidang *food and beverage* yang masuk dalam daftar BEI tahun 2020-2022. Sampel serta data yang dipergunakan pada penelitian ini mempergunakan teknik purposive sampling dan untuk memperoleh dengan kriteria meliputi:

1. Entitas bisnis *Food and Beverage* yang masuk dalam daftar Bursa Efek Indonesia dari tahun 2020-2022

2. Entitas bisnis *Food and Beverage* yang mengeluarkan laporan tahunannya selama tiga tahun berturut-turut pada periode 2020-2022 secara lengkap di Bursa Efek Indonesia (BEI) maupun di website entitas bisnis untuk dianalisis.
3. Entitas bisnis *food and Beverage* yang mengeluarkan laporan keberlanjutan periode 2020-2022

Data Analisis

Pada penelitian ini, statistik deskriptif dipergunakan demi menguraikan variabel dependen dan independen, memberikan pemahaman komprehensif dan umum mengenai semua variabel penelitian yang akan dianalisis, lalu tahap selanjutnya adalah melakukan pengujian uji Asumsi Klasik agar mengetahui apakah data dalam penelitian telah memenuhi syarat untuk melakukan model regresi, yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian dijalankan dengan mempergunakan regresi linier berganda guna mengevaluasi dampak profitabilitas, ukuran perusahaan, serta kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan CSR. Maka baru dilakukan uji hipotesis yang memiliki tujuan agar dapat mengetahui pengaruh variabel independent terhadap Variable Dependent. Uji hipotesis antara lain Pengujian Koefisien Determinasi (R²), Uji F, dan Uji T. Software yang digunakan dalam membantu melakukan analisis data adalah Microsoft Excel dan aplikasi statistik SPSS.

RESULTS & DISCUSSION

Sampel yang digunakan penelitian ini merepukan perusahaan sektor food and beverage yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020 sampai dengan 2022. Berdasarkan kriteria-kriteria yang telah dipaparkan peneliti pada metode penelitian, diketahui bahwa perusahaan sektor energi yang listing di Bursa Efek Indonesia 2020-2022 adalah sebanyak 35 perusahaan, yang berarti total sampel yang diteliti adalah 102.

Figure 2. Posedur Pemilihan sample

No	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan <i>Food and Beverage</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022	35
2	Perusahaan <i>Food and Beverage</i> yang mengeluarkan laporan tahunannya selama tiga tahun berturut-turut pada periode 2020-2022 secara lengkap di Bursa Efek Indonesia (BEI) maupun di website perusahaan untuk dianalisis.	(0)
3	Perusahaan <i>Food and Beverage</i> yang mengeluarkan laporan keberlanjutan periode 2020-2022	(1)
Jumlah Perusahaan yang masuk sampel Penelitian		34
Tahun Pengamatan		3
Jumlah Data Pengamatan		102

Sumber: Rekonsiliasi sample oleh peneliti

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif bertujuan untuk menyediakan gambaran umum terkait data yang diteliti. Statistik deskriptif pada penelitian ini adalah proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi yang menyajikan ringkasan, pengukuran, dan penyusunan dalam bentuk tabel numerik sehingga mudah dipahami. Berdasarkan uji normalitas, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,000 lebih kecil dari 5% sehingga data tidak berdistribusi normal. Oleh

karena itu, dilakukan transformasi data menggunakan transformasi Logaritma untuk memperoleh data berdistribusi normal. Statistik deskriptif setelah dilakukan transformasi disajikan pada tabel berikut.

Figure 3. statistic descriptive

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SIZE	102	.10	2.46	1.5651	.64793
ROA	102	.00	3.45	3.2664	.57652
GROWTH	102	.00	1.93	1.8583	.19534
KSP	102	.00	1.68	1.5582	.25149
CSR	102	.50	.55	.5330	.01141
Valid N (listwise)	102				

Sumber Data: Data sekunder yang telah diolah Kembali

Analisis statistik deskriptif untuk variabel-variabel dalam penelitian memberikan gambaran yang mendalam mengenai karakteristik masing-masing variabel.

1. Ukuran perusahaan (SIZE) dari 102 sampel perusahaan menunjukkan variasi yang signifikan, dengan nilai terendah mencapai 0,10 dan nilai tertinggi sebesar 2,46. Rata-rata ukuran perusahaan adalah 1,5651, dengan standar deviasi sebesar 0,64793, mencerminkan tingkat variasi yang cukup dari rata-rata..
2. Pada variabel Return on Assets (ROA), hasil analisis terhadap 102 perusahaan menunjukkan variasi kinerja aset yang signifikan dengan nilai minimum sebesar 0,00 dan nilai maksimum sebesar 3,45. Rata-rata ROA mencapai 3,2664, dengan standar deviasi sebesar 0,57652, menggambarkan tingkat variasi yang cukup dalam kinerja aset perusahaan.
3. Variabel Pertumbuhan Perusahaan (GROWTH) menampilkan nilai antara 0,00 hingga 1,93 dari 102 sampel perusahaan. Rata-rata pertumbuhan perusahaan adalah 1,8583, dengan standar deviasi sebesar 0,19534, menunjukkan konsistensi atau variasi tertentu dalam data pertumbuhan perusahaan.
4. Kepemilikan saham publik (KSP) dari 102 sampel perusahaan juga menunjukkan variasi yang signifikan, dengan nilai terendah sebesar 0,00 dan nilai tertinggi mencapai 1,68. Rata-rata kepemilikan saham publik adalah 1,5582, dengan standar deviasi sebesar 0,25149, menandakan tingkat variasi yang cukup dari rata-rata.
5. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR) dari 102 perusahaan menunjukkan nilai antara 0,50 hingga 0,55. Rata-rata pengungkapan CSR sebesar 0,5330, dengan standar deviasi sebesar 0,01141, mencerminkan tingkat konsistensi dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Secara keseluruhan, analisis statistik deskriptif ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang distribusi dan karakteristik variabel-variabel dalam penelitian.

Uji Asumsi Kalsik

Uji asumsi klasik terdiri dari beberapa pengujian yang dapat dilakukan yaitu: uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedasitas, dan uji autokorelasi.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual berdistribusi normal. Analisa yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S). Dalam uji K-S, data dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 5%. Sebaliknya jika nilai signifikansi kurang dari 5% maka data tidak berdistribusi normal. Hasil pengujian menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,000 lebih kecil dari 5% sehingga data tidak berdistribusi normal. Hasil pengujian One-Sample Kolmogorov-Smirnov disajikan pada tabel berikut.

Figure 4. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		102
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.17443059
Most Extreme Differences	Absolute	.297
	Positive	.297
	Negative	-.237
Kolmogorov-Smirnov Z		3.004
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2023

Menurut Ghazali (2018), data yang tidak terdistribusi secara normal dapat diubah melalui proses transformasi untuk mencapai distribusi normal. Jenis transformasi yang diterapkan mengacu pada bentuk grafik histogram dari data yang awalnya tidak terdistribusi normal. Jika setelah transformasi data masih belum menunjukkan distribusi normal, langkah selanjutnya adalah mendeteksi adanya outlier guna melakukan normalisasi data (Ghozali, 2018:40). Transformasi yang diterapkan terhadap data penelitian adalah transformasi logaritma terhadap data awal pada variabel SIZE, ROA, GROWTH, KSP, dan CSR. Transformasi tersebut dipilih karena bentuk grafik dari data awal adalah condong ke kiri atau *substansial negative skewness*.

Setelah dilakukan transformasi, langkah selanjutnya adalah melakukan uji normalitas kembali. Hasil pengujian data setelah ditransformasi disajikan pada tabel berikut.

Figure 5. Uji Normalitas Setelah Transformasi Data

		Unstandardized Residual
N		102
Normal Parameters ^{a,b}	.0000000	.0000000
	.00891025	.17443059
Most Extreme Differences	.124	.297
	.058	.297
	-.124	-.237
Kolmogorov-Smirnov Z		1.248
Asymp. Sig. (2-tailed)		.089

Sumber: Data sekunder diolah tahun 2023

Berdasarkan hasil pengujian normalitas setelah transformasi, nilai Aysmp. Sig. (2-tailed) yang diperoleh adalah 0,089. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, data setelah transformasi berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Multikolinearitas dalam model regresi dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan melihat apakah nilai VIF untuk masing-masing variabel lebih besar dari 10 atau tidak, dan *tolerance value* > 0,10. Jika nilai VIF lebih kecil dari 10 dan memiliki *tolerance value* > 0,10, maka diindikasikan model tersebut tidak memiliki gejala multikolinearitas. dapat dilihat pada tabel berikut

Figure 6. Uji Multikolinearitas

Coefficients				
Model		Collinearity Statistics		Kesimpulan
		Tolerance	VIF	
1	SIZE	.965	1.037	Tidak ada multikolinearitas
	ROA	.991	1.009	Tidak ada multikolinearitas
	GROWTH	.983	1.017	Tidak ada multikolinearitas
	KSP	.962	1.039	Tidak ada multikolinearitas
a. Dependent Variable: CSR				

Sumber: Data sekunder diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa *tolerance* untuk variabel Ukuran Perusahaan adalah (0,965), Profitabilitas (0,993), Pertumbuhan Perusahaan (0,953), dan Kepemilikan Saham Publik (0,956). Seluruh variabel independen menunjukkan hasil *tolerance* lebih besar dari 0,10 sehingga tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Selain itu, nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk semua variabel menunjukkan kurang dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari masalah multikolinearitas antar variabel independen.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi, seperti yang dijelaskan oleh Ghazali I. (2018), menguji hubungan antara kesalahan pengganggu pada suatu model regresi pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya, yaitu $t-1$. Uji Durbin-Watson digunakan dalam penelitian ini untuk memastikan adanya autokorelasi. Tabel berikut dapat menjadi dasar untuk proses pengambilan keputusan uji autokorelasi. Keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah:

Figure 7. Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.625 ^a	.391	.365	.00909	1.806
a. Predictors: (Constant), KSP, ROA, GROWTH, SIZE					
b. Dependent Variable: CSR					

Sumber Data sekunder diolah tahun 2023

Berdasarkan hasil uji Durbin-Watson, diperoleh nilai DW sebesar 1,806. Dari tabel Durbin-Watson, nilai DL adalah 1.5969 dan DU adalah 1.7596

sehingga 4-DU memiliki nilai sebesar 2.2404. Dengan demikian, DW lebih besar dari DU dan kurang dari 4-DU sehingga dapat diambil keputusan bahwa tidak terdapat autokorelasi. Hasil uji Durbin-Watson disajikan pada tabel berikut.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Teknik yang digunakan untuk menentukan adanya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan Uji Glejser. Jika nilai signifikansi (2-tailed) antara variabel independen dengan residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Figure 8. Uji Heterokedasitas

Model		Coefficients				T	Sig	Kesimpulan
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
		B	Std. Error	Beta				
1	SIZE	-.002	.001	-.091	-.956	.343	Tidak terdapat heterokedastisitas	
	ROA	-.003	.001	-.089	-.937	.345	Tidak terdapat heterokedastisitas	
	GROWTH	.002	.003	.086	.926	.357	Tidak terdapat heterokedastisitas	
	KSP	-.002	.002	-.090	-.957	.341	Tidak terdapat heterokedastisitas	

a. Dependent Variable: LN_RES

Sumber Data: diolah tahun 2023

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan semua variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan model regresi terbebas dari heteroskedastisitas. Dengan kata lain, varians residual tetap konstan pada semua nilai prediksi variabel bebas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan uji asumsi klasik yang telah dilakukan sebelumnya, disimpulkan bahwa seluruh persyaratan statistik untuk analisis regresi linier berganda telah terpenuhi. Tidak terdapat penyimpangan asumsi klasik normalitas, multikolinearitas, autokorelasi dan heteroskedastisitas pada data. Dengan demikian, model regresi layak sepenuhnya digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Perhitungan analisis regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan program SPSS 21 yang disajikan pada sebagai berikut:

Figure 9. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstanadrzied Coefficients			Standardized Coefficients	T	sig.
		Arah Pengaruh	B	std.Error	Beta		
1	(Constant)		.476	.011		43.807	.000
	SIZE	Positif	.003	.001	.143	1.771	.080
	ROA	Positif	.004	.002	.204	2.559	.012
	GROWTH	Positif	.001	.005	.011	.138	.891
	KSP	Positif	.025	.004	.541	6.696	.000

a. Dependent Variable: CSR

Sumber Data: Diolah tahun 2023

Berdasarkan hasil regresi pada tabel di atas, model persamaan regresi pada penelitian dirumuskan sebagai berikut:

$$CSRDI = \alpha_0 + \beta_1 SIZE + \beta_2 ROA + \beta_3 GROWTH + \beta_4 KSP + e$$

$$CSRDI = 0,476 + 0,003 SIZE + 0,004 ROA + 0,001 GROWTH + 0,025 KSP + e$$

Keterangan:

CSRDI : Indeks Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

α : Konstanta

$\beta_1 + \beta_2 + \beta_3 + \beta_4$: Koefisien Regresi

SIZE : Ukuran Perusahaan

ROA : Profitabilitas

GROWTH : Pertumbuhan Perusahaan

KSP : Kepemilikan Saham Publik

E : Error

Persamaan diatas memiliki arti bahwa:

1. Konstanta sebesar 0,476 artinya jika variabel SIZE, ROA, GROWTH, dan KSP sebesar 0 (tidak mengalami perusahaan), maka persepsi pengungkapan *corporate social responsibility* memiliki nilai sebesar 0,476.
2. Koefisien regresi variabel ukuran perusahaan (SIZE) sebesar 0,003 menunjukkan arah positif. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel-variabel tersebut terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dengan nilai koefisien variabel ukuran perusahaan dengan asumsi variabel lainnya nol atau konstan. Variabel pengungkapan *corporate social responsibility* akan meningkat sebesar 0,003.
3. Koefisien regresi variabel profitabilitas (*return on assets*) sebesar 0,004 menunjukkan arah positif. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel-variabel tersebut terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sehingga dapat disimpulkan bahwa jika variabel profitabilitas bertambah satu satuan dengan asumsi variabel lain nol atau konstan maka variabel pengungkapan *corporate social responsibility* akan meningkat sebesar 0,004.
4. Koefisien regresi variabel pertumbuhan perusahaan (GROWTH) sebesar 0,001 menunjukkan arah positif. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel-variabel tersebut terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dengan nilai koefisien variabel pertumbuhan perusahaan dengan asumsi variabel lainnya nol atau konstan. Variabel pengungkapan *corporate social responsibility* akan meningkat sebesar 0,001.
5. Koefisien regresi variabel kepemilikan saham publik (KSP) sebesar 0,025 menunjukkan arah negatif. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel-variabel tersebut terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sehingga dapat disimpulkan bahwa jika variabel kepemilikan saham publik bertambah satu satuan dengan asumsi variabel lain nol atau konstan maka variabel pengungkapan *corporate social responsibility* akan meningkat sebesar 0,025.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menjalankan variasi dependen. Nilai R^2 menunjukkan presentase kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Semakin tinggi nilai R^2 mendekati 1, berarti semakin kuat model regresi dalam menjelaskan perubahan variabel terikat. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan diperoleh hasil uji koefisien determinasi seperti tabel berikut:

Figure 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.625 ^a	.391	.365	.00909
a. Predictors: (Constant), KSP, ROA, GROWTH, SIZE				
Sumber: Data sekunder yang diolah, 2023				

Hasil koefisien pada tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi adjusted r square sebesar 0,365, hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, dan kepemilikan saham publik tidak memiliki pengaruh cukup kuat terhadap pengungkapan corporate social responsibility. Ukuran perusahaan, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, dan kepemilikan saham publik pengaruh sebesar 36,5% sedangkan sisanya sebesar 63,5% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti pada penelitian.

Uji F Statistik

Uji F adalah uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara variabel independen dan variabel dependen. Jika signifikansi < 0,05 artinya variabel Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Figure 11. Hasil Uji F Statistik

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	.005	4	.001	15.542	.000 ^b
	Residual	.008	97	.000		
	Total	.013	101			
a. Dependent Variable: CSR						
b. Predictors: (Constant), KSP, ROA, GROWTH, SIZE						

Sumber Data: Sekunder diolah Tahun 2023

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa nilai Sig. Untuk pengaruh simultan variabel X terhadap variabel Y adalah 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, maka hasil tersebut dapat mengidentifikasi layak untuk diuji sebagai penelitian, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, dan kepemilikan saham publik berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Uji Parsial T

Uji t pada dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen dan apakah variabel moderasi dapat memoderasi pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05

($\alpha=5\%$). Penerimaan dan penolakan hipotesis akan dilakukan dengan kriteria sebagai berikut: Nilai t tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dan derajat bebas (df) adalah $df = n-k-1 = 102-5-1 = 96$, sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 1.984. Hasil uji t parsial regresi berganda dan moderasi disajikan pada tabel berikut:

Figure 12. Hasil Uji Parsial T

Coefficients								
Model	Prediksi	B	std.Error	Standardized Coefficients	t	sig.	Kesimpulan	
				Beta				
	(Constant)	.476	.011		43.807	.000		
1	SIZE	+	.003	.001	.143	1.771	.080	H1 Ditolak
	ROA	+	.004	.002	.204	2.559	.012	H2 Diterima
	GROWTH	+	.001	.005	.011	.138	.891	H3 Ditolak
	KSP	+	.025	.004	.541	6.696	.000	H4 Diterima

a. Dependent Variable: CSR

Sumber Data: Sekunder diolah Tahun 2023

Berdasarkan uji t diatas, maka:

1. H_1 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan corporate social responsibility

Berdasarkan tabel diatas, nilai sig. variabel ukuran perusahaan $<$ nilai probabilitas kritis ($\alpha = 5\%$) sebesar $0,80 > 0,05$ dengan nilai beta sebesar 0,003. Artinya ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan corporate social responsibility. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis pertama dinyatakan ditolak.

2. H_2 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan corporate social responsibility.

Berdasarkan tabel diatas, nilai sig. variabel profitabilitas $<$ nilai probabilitas kritis ($\alpha = 5\%$) sebesar 0,012 dengan nilai beta sebesar 0,004. Artinya profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan corporate social responsibility karena memiliki nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis kedua dinyatakan diterima

3. H_3 : Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan corporate social responsibility.

Berdasarkan tabel diatas, nilai sig. variabel pertumbuhan perusahaan $<$ nilai probabilitas kritis ($\alpha = 5\%$) sebesar 0,891 dengan nilai beta sebesar 0,001. Artinya pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan corporate social responsibility karena memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis ketiga dinyatakan ditolak.

4. H_4 : Kepemilikan saham publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan corporate social responsibility.

Berdasarkan tabel diatas, nilai sig. variabel kepemilikan saham publik $<$ nilai probabilitas kritis ($\alpha = 5\%$) sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai beta sebesar 0,025. Artinya kepemilikan saham publik berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan corporate social responsibility karena memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis keempat dinyatakan diterima.

Analisis dan Pembahasan

Analisis H₁ (Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility)

Hipotesis pertama dari penelitian ini menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Analisis hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk ukuran perusahaan adalah 0,080, yang lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, yaitu $\alpha=0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR. Hasil regresi menunjukkan nilai beta sebesar 0,003, yang mengindikasikan bahwa pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR bersifat positif namun tidak signifikan secara statistik. Oleh karena itu, hipotesis pertama penelitian ini ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik.

Interpretasi lebih lanjut menyoroti bahwa semakin besar ukuran perusahaan dengan aset yang dimiliki oleh perusahaan tidak menyebabkan keaktifan dalam pengungkapan CSR. Meskipun besar dan memiliki aset yang signifikan, perusahaan-perusahaan food and beverage dalam penelitian ini lebih cenderung fokus pada kegiatan bisnis inti mereka daripada berinvestasi dalam kegiatan CSR. Selain itu, dalam periode 2020-2022 terjadi pandemi covid-19 sehingga periode penelitian yaitu 2020-2022 dapat menjadi periode dimana melakukan pengungkapan CSR bukan menjadi periode yang menguntungkan. Hal ini didukung dengan hasil penelitian oleh Nawangsari et al. (2021) yang menyatakan bahwa jumlah pengungkapan CSR di tahun 2019 atau sebelum pandemi lebih besar dibandingkan selama masa pandemi di tahun 2020. Ketidakpastian ekonomi atau krisis bisnis pada masa pandemi dapat membuat perusahaan lebih fokus pada kelangsungan usaha daripada pada inisiatif sosial. Pada periode 2020-2022 terdapat ketidakpastian ekonomi, sehingga perusahaan food and beverage tidak melakukan pengungkapan CSR. Krisis ekonomi dan ketidakpastian di masa yang akan datang menyebabkan perusahaan cenderung memfokuskan diri terhadap pemenuhan kepentingan stakeholders definitifnya yaitu investor dan kreditor terlepas dari posisi visibilitas mereka. Hal ini sejalan dengan teori stakeholder yang menyatakan bahwa pada masa krisis manajemen perusahaan dituntut untuk mengambil langkah strategis yang salah satunya adalah melakukan pemilihan stakeholders definitif sesuai dengan kondisi yang sedang dihadapi perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wighrayani dan Sapari (2019). Mereka menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa meskipun ukuran perusahaan besar, hal ini tidak selalu berarti perhatian dan kesadaran manajemen terhadap tanggung jawab sosial perusahaan yang cukup.

Analisis H₂ (Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility)

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Nilai sig. variabel profitabilitas sebesar 0,012 dengan nilai beta sebesar 0,004. Artinya profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan corporate

social responsibility karena memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hasil regresi ini mendukung hipotesis (H2). Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang lebih menguntungkan cenderung lebih mampu untuk menanggung biaya-biaya terkait tanggung jawab sosial. Kemampuan menanggung biaya tersebut menyebabkan perusahaan lebih cenderung untuk melakukan pengungkapan CSR.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wigrhayani & Sapari, 2019) dan (Ramadanty & Retnani, 2020) dimana ditemukan pengaruh positif dan signifikan antara profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility*. Diftya dan Hasnawati (2020) menyatakan bahwa semakin tinggi profitabilitas (ROA) maka menunjukkan kinerja perusahaan baik sehingga dapat memaksimalkan nilai perusahaan, semakin besar kontribusi kepedulian akan rasa tanggung jawab perusahaan kepada para stakeholder, perusahaan memerlukan kelengkapan pengungkapan laporan tahunan yang tinggi juga mampu meningkatkan legitimasi sosial yang diharapkan oleh perusahaan. Sesuai dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan menggunakan laporan tahunan untuk menggambarkan kesan tanggungjawab lingkungan yang dapat diterima oleh masyarakat dan mampu menarik investor untuk menanamkan sahamnya.

Analisis H₃ (Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility)

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Analisis hasil menunjukkan bahwa nilai signifikansi (sig.) dari variabel pertumbuhan perusahaan adalah sebesar 0,891, dengan nilai beta sebesar 0,001. Dalam konteks ini, nilai signifikansi yang lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan sebelumnya (0,05) menunjukkan bahwa pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap pengungkapan CSR tidak signifikan secara statistik. Secara khusus, nilai beta yang positif sebesar 0,001 menunjukkan arah hubungan positif antara pertumbuhan perusahaan dan pengungkapan CSR. Meskipun arah hubungan positif, magnitudo (besar kecilnya pengaruh) ditunjukkan oleh nilai beta yang sangat kecil. Oleh karena itu, meskipun pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap pengungkapan CSR bersifat positif, namun pengaruhnya tidak signifikan.

Data dalam penelitian ini diambil pada periode 2020-2022 dimana pada periode tersebut terjadi pandemi covid-19. Masa pandemi covid-19 menyebabkan krisis ekonomi sehingga perusahaan food and beverage lebih fokus pada profitabilitas daripada CSR. Hal ini menyebabkan pertumbuhan perusahaan memberikan pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR sementara profitabilitas memiliki pengaruh positif yang signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Wiyono & Sondakh (2019) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara pertumbuhan perusahaan dengan jumlah pengungkapan CSR perusahaan. Perusahaan yang mengalami pertumbuhan cenderung lebih memilih menggunakan biaya-biaya untuk kegiatan produksi sehingga dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan keuntungan perusahaan, dibandingkan untuk kegiatan yang berkaitan dengan aktivitas sosial yang nantinya malah akan menambah biaya.

Analisis H₄ (Kepemilikan Saham Publik berpengaruh terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility)

Hipotesis keempat penelitian ini adalah kepemilikan saham publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai sig. variabel kepemilikan saham publik adalah 0,000 dengan nilai beta sebesar 0.025. Artinya kepemilikan saham publik berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* karena memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka (H₄) dinyatakan diterima.

Investor dan pemegang saham publik seringkali memiliki kepentingan terhadap informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan karena hal ini dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap perusahaan dan keputusan investasi mereka. Oleh karena itu, perusahaan dengan kepemilikan saham publik lebih cenderung untuk melakukan pengungkapan CSR secara aktif untuk memenuhi harapan dan tuntutan dari pemegang saham publik, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan dan reputasi perusahaan di mata masyarakat dan investor. Peningkatan reputasi perusahaan yang dapat diperoleh melalui adopsi pengungkapan kewajiban sosial sesuai dengan teori legitimasi. Teori ini mengemukakan bahwa terdapat hubungan antara rasio likuiditas dan tingkat pengungkapan CSR, yang berfungsi sebagai indikator ketahanan entitas bisnis. Dalam teori ini, pengungkapan CSR dianggap sebagai strategi perusahaan untuk membangun citra positif di mata stakeholders dan masyarakat umum.

Penelitian oleh Ervina et al. (2018) menunjukkan bahwa kepemilikan saham dapat memengaruhi tingkat pengungkapan CSR. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan cenderung melakukan pengungkapan CSR sebagai upaya untuk menjaga legitimasi mereka di mata publik. Penelitian oleh Hitipeuw et al. (2020) juga sejalan dengan temuan penelitian ini. Hitipeuw et al. (2020) menemukan bahwa variabel kepemilikan saham publik berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan. Temuan dari penelitian ini memvalidasi prinsip-prinsip teori *stakeholder* yang menekankan pentingnya keterkaitan antara stakeholder dan tanggung jawab sosial suatu organisasi. *Stakeholder* didefinisikan sebagai pihak-pihak yang memiliki keterkaitan yang signifikan dan dapat memberikan pengaruh atau menerima pengaruh dari proses pencapaian tujuan organisasi. Dalam kerangka teori stakeholder, perusahaan yang sahamnya dimiliki oleh publik diharapkan akan lebih aktif dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial daripada perusahaan yang kepemilikannya tidak terkendali oleh publik.

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, dan kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020-2022. Berdasarkan dari hasil analisis data, uji asumsi klasik, pengujian hipotesis maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Ukuran Perusahaan terbukti tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

2. Profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, hal ini sesuai dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan menggunakan laporan tahunan untuk menggambarkan kesan tanggungjawab lingkungan yang dapat diterima oleh masyarakat dan mampu menarik investor untuk menanamkan sahamnya.
3. Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, hal tersebut sesuai dengan teori *stakeholder* mengenai apabila semakin besar perusahaan maka akan semakin banyak pula *stakeholder* dan mempengaruhi luas pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan.
4. Kepemilikan saham publik berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, hal ini mendukung teori *stakeholder* mengenai adanya keterkaitan yang kuat dan tidak dapat dilepas antara perusahaan dengan *stakeholder*.

Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, pembahasan serta kesimpulan. Maka didapatkan implikasi dari penelitian yang telah dilakukan, yang dinyatakan dalam bentuk saran yang diberikan melalui hasil penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih baik, yaitu:

Bagi investor, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan sebagai pertimbangan dalam memutuskan untuk melakukan investasi pada perusahaan yang tepat dengan tingkat tanggung jawab yang tinggi terhadap lingkungannya.

Bagi entitas, dapat menjadi informasi untuk perlu adanya peran yang kuat antara pemerintah, dan masyarakat agar mengingatkan untuk mengungkapkan *corporate social responsibility* secara lebih luas .

Keterbatasan

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor agar lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya, karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain:

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah sampel yang dipeoleh sesuai dengan kriteria relatif sedikit.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terlalu biasa digunakan dalam konteks pengungkapan *corporate social responsibility*.

Penelitian ini memiliki koefisien determinasi (Adjusted R square) sebesar nilai 0,365, hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, dan kepemilikan saham publik tidak memiliki pengaruh cukup kuat terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Ukuran perusahaan, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, dan kepemilikan saham publik pengaruh sebesar 36,5% sedangkan sisanya sebesar 63,5% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti pada penelitian.

Saran

Bedasarkan dari hasil penelitian simpulan dan serta keterbatasan yang sudah dijelaskan diatas, maka saran yang dapat diberikan penulis yaitu:

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti menggunakan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi pengungkapan corporate social responsibility dengan jumlah sampel yang lebih besar dan periode penelitian yang lebih lama lagi, sehingga memperoleh hasil yang lebih bagus, akurat dan maksimal sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

Bagi investor dan para pelaku usaha untuk lebih mempertimbangkan dan memperhatikan saham perusahaan dengan baik, semakin tinggi laba yang diberikan perusahaan, maka saham perusahaan akan meningkat dan investor dapat berinvestasi kembali ke perusahaan tersebut.

Bagi perusahaan diharapkan dapat mempertahankan image perusahaan dengan baik, sehingga nilai perusahaan akan meningkat dan perusahaan dapat memberikan tanggungjawab sosial dan lingkungan perusahaan secara lebih luas lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, S. D., Hakim, Z. M., & Nuristianah. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmiah UMT*.
- Darma, D. B., Arza, I. F., & Halmawati. (2019). Pengaruh Media, Kinerja Lingkungan dan Kepemilikan Asing Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(1), 78-89.
- Ervina, E., Afifudin, A., & Junaidi, J. (2018). Analisis Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Kebijakan Pengungkapan Tanggungjawab Social dan Lingkungan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indoneisa. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 7(5).
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Mutivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Vol. Cetakan VII). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdani, Y., & Budino. (2017). Kepemilikan Saham Publik dan Return On Assets Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Daerah*, 9(1), 47-54.
- Herdi, F., & NR, E. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Komposisi Dewan Komisaris Independen Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 2(1), 2428-2444.
- Hitipeuw, D. S., Kuntari, Y., & Triani. (2020). Pengaruh Kepemilikan Saham Publik, Profitabilitas, dan Media Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Management & Accounting Expose*, 3(1), 40-51.
- Hunafah, D. R., Zahwa, S. F., & Hasnawati. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Kepemilikan Saham Publik dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR Selama Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2).
- Ramadanty, S. A., & Retnani, E. D. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*.

- Romadhina, D. W. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, dan Kepemilikan Instusional Terhadap Pengungkapan CSR. Doctoral dissertation, STIESIA SURABAYA.
- Sekarwigati, M., & Effendi, B. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *SATERA Jurnal Akuntansi Keuangan*, 1(1), 16-33.
- Surono, & Mayangsari, s. (2022). Pengaruh Koneksi Politik, Kepemilikan Keluarga dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 9(1), 1-26.
- Wigrhayani, N. N., & Sapari, S. (2019). Pengaruh Tipe Industri, Growth, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8(8).
- Wiyono, S., & Sondakh, J. J. (2019). Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Responsibility (CSR) pada Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Go Public di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Riset Akuntansi dan Auditing "GOODWILL"*, 10(2).
- Yurika, V. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 1(3), 703-711.