

PENGARUH PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Alfredo Ulla¹, Linda A.O.Tanor², Andrew Marunduh³

Akuntansi, Universitas Negeri Manado, Tondano

e-mail: alfredoulla01@gmail.com¹, lindatanor28@gmail.com², andrewmarunduh@unima.ac.id³

Diterima:05-10-2022 Disetujui: 21-06-2022

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji profitabilitas dan leverage terhadap tanggung jawab sosial dalam organisasi manufaktur. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi kuantitatif dalam hal ini menggunakan pengujian *hypothesis testing* untuk memberikan bukti yang tepat. Metode pengumpulan informasi dalam penelitian ini adalah mengumpulkan informasi tentang data laporan keuangan, dan laporan tahunan organisasi manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang dipublikasikan melalui situs BEI (www.idx.co.id). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa efek Indonesia periode 2018-2020. Dalam pengambilan sampel menggunakan teknik pengujian *purposive sampling* dimana berdasarkan pertimbangan menghasilkan 36 data panel pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia. Metode teknik analisis data yaitu menggunakan uji regresi linier berganda model data panel dengan menggunakan Program E-Views versi 9. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap corporate social responsibility, sedangkan leverage berpengaruh negatif terhadap *corporate sosial responsibility*.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility; Profitabilitas; Leverage*

Abstract

This study aims to examine the profitability and leverage of social responsibility in manufacturing organizations. The approach used in this study is a quantitative methodology in this case using hypothesis testing to provide appropriate evidence. The method of collecting information in this study is to collect information on financial statement data, and annual reports of manufacturing organizations in the basic and chemical industrial sector published through the Indonesia Stock Exchange website (www.idx.co.id). The population in this study are manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2020. In taking the sample using a purposive sampling test technique which based on consideration produces 36 panel data on manufacturing companies listed on the Indonesian stock exchange. The data analysis technique method is using multiple linear regression test panel data model using the E-Views version 9. Based on the results of the study, it can be concluded that profitability has no effect on corporate social responsibility, while leverage has a negative effect on corporate social responsibility.

Keywords: *Corporate Social Responsibility; Profitability; Leverage*

Pendahuluan

Perusahaan sebagai bagian dari masyarakat dan lingkungan perlu menyadari bahwa keberhasilan atau prestasi yang dicapai bukan hanya dipengaruhi oleh faktor internal melainkan juga dipengaruhi oleh faktor eksternal yang didalamnya masyarakat dan lingkungan disekitar perusahaan (Rahman, 2009). Perusahaan diharapkan membuat suatu tindakan yang peduli terhadap lingkungan juga masyarakat. Oleh karena itu, sebagai salah satu bentuk rasa peduli terhadap pertanggungjawaban, perusahaan harus menjalankan kewajiban sosial atau dengan kata lain *Pertanggungjawaban sosial*.

Tanggung Jawab sosial perusahaan saat ini mulai tumbuh cukup baik dan merupakan hal yang penting dalam suatu bisnis. Maka yang pasti, perusahaan ingin *sustainable* dan memiliki kualitas yang kompetitif harus menjadikan tanggung jawab sosial sebagai bagian dari strategi bisnisnya (Dewi, 2015). Dampak dari lingkungan dapat mempengaruhi kesadaran masyarakat akan pentingnya perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial. Dengan ini, masyarakat menjadi lebih mendasar dan mampu menilai tanggung jawab sosial yang dilaksanakan oleh perusahaan (Setyastrini, 2017).

Pelaksanaan CSR yang menuntut pertanggung jawaban dari suatu perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat telah menggemparkan dunia secara universal, tidak terkecuali di Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40, (2007) tentang perseroan terbatas dan (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25, 2007) mengenai penanaman modal bahwa setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan .

Anggraini (2006) berpendapat bahwa profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas untuk melakukan pertanggungjawaban terhadap pemegang saham. Sari (2012) menyatakan bahwa tingkat *profitabilitas* yang lebih tinggi menggambarkan kapasitas perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi, sehingga perusahaan mampu mengungkapkan pertanggungjawaban dalam *annual report* yang lebih luas. Sehingga profitabilitas sangat penting bagi perusahaan karena dapat mempertahankan pertumbuhan bisnis dan juga memperkuat kondisi keuangan.

Irawati (2006) mendefinisikan *leverage* adalah sesuatu strategi yang dilaksanakan untuk sebuah organisasi sejauh menyumbangkan asset atau mencapai sumber asset diikuti dengan biaya tetap atau biaya yang wajib ditanggung oleh organisasi. Sunaryo, B.A., & Mahfud (2016) berpendapat bahwa perusahaan yang memiliki tingkat rasio leverage yang lebih tinggi akan berusaha untuk tidak melaporkan CSR, hal ini dilakukan agar perusahaan dapat menghemat biaya, karena untuk menyelesaikan biaya dan untuk melakukan kegiatan dan pengungkapan diperlukan banyak biaya.

Beberapa peneliti mendapati hasil yang tidak konsisten terhadap CSR. Devi Widya Astuti (2019) menyatakan bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Berbeda penelitian yang dilakukan oleh Ary Gigih Santoso (2019) yang menyatakan bahwa *profitabilitas* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan Tanggung jawab sosial. Penelitian leverage telah dilakukan oleh (Esti Rofiqkoh, 2016), berpendapat bahwa leverage memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan dengan penelitian (Dina Gledis Yovana, 2020) menyatakan bahwa leverage berpengaruh negative terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berbeda dengan (Imelda Dharma Wilangga, 2020) berpendapat bahwa leverage tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal inilah yang akan menjadi kesenjangan dalam penelitian ini, sehingga diperlukan untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan kesenjangan penelitian tersebut.

Penelitian ini meneliti perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI Karena perusahaan manufaktur ini menghasilkan produk atau barang jadi dari bahan baku (sumber daya alam) melalui proses mekanis. Perusahaan manufaktur meliputi kayu dan pengolahannya, keramik, porselen, kaca, logam dan sejenisnya, pakan ternak, plastic dan kemasannya, pulp dan kertas, serta semen. Tujuan dari *riset* ini adalah untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap *corporate social responsibility* serta untuk menguji pengaruh *leverage* terhadap *corporate social responsibility*.

Teori agensi berpendapat adanya hubungan antara principal (pemilik perusahaan atau pihak yang memberikan mandat) dan agent (manajer perusahaan atau pihak yang menerima mandat) yang dilandasi dari adanya pemisahan kepemilikan dan pengendalian perusahaan, pemisahan penanggung resiko, pembuatan keputusan dan pengendalian fungsi-fungsi (Wardani, 2013).

Dalam teori keagenan, dilihat faktor yang dapat berpengaruh terhadap kewajiban sosial perusahaan, antara lain *cost supervision* dan *cost contract*. Febrina dan I. G. N. A Suaryana (2011) *agency theory* berpendapat bahwa, perusahaan yang menghadapi biaya kontrak yang rendah dan biaya pengawasan akan melaporkan keuntungan yang lebih rendah atau akan mengeluarkan biaya untuk kepentingan manajemen (yaitu biaya yang terkait dengan pertanggungjawaban sosial perusahaan). Selain itu, sebagai bentuk tanggung jawab, manajer sebagai agen akan berusaha untuk memenuhi setiap keinginan pihak prinsipal, dalam hal ini pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan *corporate social responsibility* seharusnya memberi informasi tambahan kepada investor, sehingga dalam pengambilan keputusan investor tidak mendasar pada informasi keuntungan saja. (Rindawati, 2015). Subiantoro (2015) Perusahaan yang mengungkapkan informasi pertanggungjawaban sosial sepenuhnya bermaksud membangun perusahaan dan mendapat perhatian masyarakat.

Sebagaimana yang diindikasikan oleh (Donovan, G., & Gibson, 2000) ikatan terhadap profitabilitas dan pengungkapan CSR memiliki ikatan *negative* dengan alasan bahwa organisasi merasa tidak butuh mengungkapkan pertanggungjawaban yang tinggi ketika perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi maka, perusahaan tidak perlu mengungkapkan hal yang dapat mengganggu informasi kesuksesan keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat *profitabilitas* yang rendah, mereka percaya bahwa pengguna laporan keuangan akan membaca dengan teliti "berita yang menggembirakan" dari kinerja organisasi, misalnya di lingkungan sosial, dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi dalam perusahaan. Profitabilitas adalah faktor yang membuat para manajemen menjadi bebas untuk mengungkapkan pertanggungjawaban kepada investor, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan, semakin besar pengungkapan pertanggungjawaban sosial (Rita Anugerah, Rolland Hutabarat, 2010). Dengan meningkatnya keuntungan suatu perusahaan, maka aset untuk melakukan kegiatan memaparkan tanggung jawab sosial akan lebih besar, hal ini karena biaya untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial sudah tersedia (Jessica Sumondag, 2020). Dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh (Loh Wenny Setiawati & Melliani lim, 2018) bahwa *profitabilitas* memiliki pengaruh terhadap tanggung jawab sosial, juga (Devi Widya Astuti, 2019) bahwa *Profitabilitas* berpengaruh positif terhadap *corporate sosial responsibility*. Ary Gigih Santoso (2019), juga (Esti Rofiqkoh, 2016) memiliki pendapat yang berbeda bahwa *Profitabilitas* tidak memiliki pengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

H1: *Profitabilitas* Berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*

Leverage adalah alat untuk mengukur seberapa besar organisasi bergantung pada kreditur dalam membiayai *asset* organisasi. *Leverage* mencerminkan tingkat risiko keuangan organisasi (Sembiring, 2005). (Belkaoui, 1989) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat rasio

leverage, maka hampir pasti organisasi akan melakukan perjanjian kewajiban, sehingga organisasi akan berusaha untuk melaporkan laba yang lebih tinggi. Agar pendapatan menjadi tinggi, maka manajemen harus mengurangi biaya, termasuk biaya yang dikeluarkan untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial. Pada hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ivon Nurmas Ruroh, 2018) bahwa *Leverage* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*, juga (Dina Gledis Yovana, 2020) bahwa *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap tanggung jawab sosial. (Imelda Dharma Wilangga, 2020), Dirvi Surya Abbas, Mohamad Zulman Hakim, (2019), Jessica Sumondag (2020) memiliki pendapat yang berbeda bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

H2: *Leverage* Berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*

Metode

Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan berdasar pada filsafat positifisme dipakai sebagai metode riset yang dilakukan, yang berlaku secara tidak teratur penggunaannya dengan melihat adanya teknik pada populasi dan sampel yang dipakai, pengumpulan data memakai prosedur riset yang berlaku. Dalam riset ini memakai data sekunder, yakni laporan keuangan yang langsung dari www.idx.co.id diterbitkan oleh BEI. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel Bebas (Independen variabel) dimana *profitabilitas* dan *leverage* yang dilambangkan dengan X1, X2, dengan indikator yang digunakan adalah ROA dan DER. variabel terikat (Dependen variabel) yaitu *Corporate Social Responsibility* yang dilambangkan dengan Y dan indikator yang digunakan adalah CSRI.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	PENGUKURAN
<i>Corporate Social Responsibility</i>	Tanggung Jawab sosial industri merupakan pendekatan usaha dengan berbagai komitmen untuk perbaikan yang tertunda dengan membagikan keuntungan-keuntungan ekonomi, sosial, serta lingkungan untuk semua pihak yang berkepentingan. <i>Corporate social responsibility</i> merupakan janji bisnis untuk bertindak secara moral, bekerja secara sah, dan menambah kepuasan pribadi bagi perwakilan dan masyarakat. Menurut (Haniffa, R.M, & Cooke, 2005), rumus perhitungan CSRI adalah: $CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$
<i>Profitabilitas</i>	Dalam memperkirakan profitabilitas dipakai elemen ukur <i>return on asset</i> (ROA). Menurut (Sartono, 2012) profitabilitas dapat diukur dengan <i>return on asset</i> menggunakan rumus dibawah ini: $Return\ on\ Asset = \frac{Laba\ bersih}{Total\ Asset} \times 100\%$
<i>Leverage</i>	Perhitungan dalam menentukan ratio <i>leverage</i> menggunakan <i>Debt to Equity Ratio</i> (DER). Menurut (Fibrianti, 2015) <i>leverage</i> dapat diukur

dengan *debt to equity ratio* menggunakan rumus dibawah ini:

$$Debt\ to\ Equity\ Ratio = \frac{Total\ Hutang}{Total\ Ekuitas} \times 100\%$$

Populasi ialah himpunan data objek *inferensi* (pendekatan atau penggambaran) yang dilihat melalui karakteristik penelitian tersebut. Mengamati populasi dalam riset ini adalah perusahaan yang sudah tercatat dan telah memenuhi persyaratan. Selain itu, penentuan sampel adalah menggunakan metode pengujian *purposive sampling yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)*, yaitu strategi pengujian dengan pertimbangan khusus sebagai berikut: perusahaan manufaktur di bidang industri dasar dan kimia yang tercatat di bursa efek Indonesia 2018-2020, organisasi di bidang industri dasar dan kima yang tidak menyampaikan *annual report* 2018-2020, perusahaan yang tidak mencantumkan dan menungkapkan *profitabilitas, Leverage, dan corporate social responsibility* dalam laporan tahunan mereka selama 2018-2020, perusahaan yang memiliki *aksesibilitas* informasi dan merupakan sampel penelitian untuk periode 3 tahun. Total sampel penelitian ini (perusahaan manufaktur yang dijadikan sampel x jumlah tahun data penelitian) Total sampel adalah 36 data panel.

Metode analisis data dalam survei ini adalah Analisis *Regresi Linier* berganda data panel dengan menggunakan *Eviews 9*. Persamaan regresi dalam riset adalah:

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + e \dots \dots \dots 1$$

- Keterangan :
- Y: *Corporate Social Responsibility*
- α : *Konstanta*
- β : *Koefisien*
- X_1 : *Profitabilitas*
- X_2 : *Leverage*
- e: *Error Term*, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

Hasil dan Pembahasan

Data dalam *riset* ini diambil dari laporan tahunan perusahaan yang telah menyediakan informasi keuangan yang dibutuhkan pada periode 2018-2020. Sesuai dengan kriteria dan syarat pengambilan sampel (*purposive sampling*), maka jumlah observasi dalam penelitian ini adalah 36 perusahaan. Statistik Deskriptif yaitu metode yang berhubungan dengan pengumpulan data sehingga sampai memberikan informasi yang berguna. Dalam penelitian ini informasi yang digunakan dapat dilihat dari nilai *mean* (Rata-rata), nilai Std. Dev, nilai Minimum & nilai maksimum. Tabel dibawah ini, variabel-variabel yang digunakan yaitu *Profitabilitas, Lerevage & Corporate Social Responsibility*. Berikut adalah penjelasan statistik deskriptif data penelitian dalam tabel:

Tabel 2. Deskriptif Statistik

	X1 (ROA)	X2 (DER)	Y (CSR)
Mean	-3.557540	-3.766681	-0.682686
Median	-3.491567	-3.429401	-0.706810
Maximum	-1.798324	-1.798324	-0.296266
Minimum	-7.806982	-7.806982	-1.221215

Std. Dev 1.105012 1.658545 0.282031

Sumber: Data Diolah (2022)

Tabel 2, Hal ini dikarenakan objek keseluruhan yang digunakan dalam riset ini yaitu 36 data dan informasi diambil dari laporan keuangan tahunan yang diperoleh melalui (www.idx.co.id). Berikutnya penjelasan *analisis deskriptif* yang diperoleh dengan memeriksa tabel diatas: *Profitabilitas X1 (ROA)* yang merupakan variabel bebas pada penelitian ini, menunjukkan hasil dimana nilai *mean* adalah -3.557540 sedangkan minimum yaitu -7.806982 merupakan salah satu badan usaha bernama Cahayaputra Asa Keramik Tbk (CAKK) pada tahun 2020. Nilai tertinggi (maksimum) sebesar -1.798324 yaitu perusahaan Arwana Citramulia Tbk (ARNA) pada tahun 2020, *Leverage X2 (DER)* merupakan variabel bebas pada penelitian ini, menunjukkan hasil dimana nilai *mean* yaitu -3.766681 sedangkan nilai minimum adalah -7.806982 yaitu perusahaan Gunung Raja Paksa Tbk (GGRP) tahun 2018. Nilai maksimum yaitu -1.798324 adalah Arwana Citramulia Tbk (ARNA) tahun 2020, *Corporate Social Responsibility Y (CSR)* merupakan variabel terikat dalam penelitian ini, menunjukkan hasil dimana nilai *mean* yaitu -0.682686 sedangkan nilai terendah (minimum) sebesar -1.221215 yaitu perusahaan Madusari Murni Indah Tbk (MOLI) tahun 2019. Nilai maksimum adalah -0.296266 yaitu perusahaan Gunung Raja Paksa Tbk (GGRP) tahun 2018.

Hasil menunjukkan nilai probabilitas yaitu 0.9273. Nilai probabilitas dari hasil uji chow sebesar 0.9273 artinya probabilitas > 0.05, Dalam uji chow ini model CEM yang terpilih sehingga dilanjutkan dengan uji lagrange multiplier untuk memilih apakah model *Random Effect Model* atau *Common Effect Model* yang lebih baik. Uji menunjukkan nilai both yaitu 0.0000 atau < 0.05, yang artinya Model *Random effect model* lebih baik dari pada model *Common effect model*. Dalam Uji lagrange multiplier model *Random Effect Model* yang terpilih.

Tabel 3. Random Effect Model (REM)

Variabel	Coefficient	t-statistik	Prob
C	-0.011399	-0.291374	0.7726
ROA (X1)	0.053925	1.598893	0.1197
DER (X2)	-0.075076	-2.257473	0.0309
<u>Adjusted R.Squared</u>	<u>0.109476</u>		

Tabel 3, persamaan regresi linear berganda data panel, adalah:

$$Y = - 0.011399 + 0.053925 X1 - 0.075076 X2$$

Berdasarkan hasil estimasi model *Random Effect Model* diatas, maka diperoleh penjelasan berikut yaitu nilai konstanta dalam persamaan diatas sebesar -0.011399. Adapun nilai koefisien regresi dari variabel *Profitabilitas (X1)* yaitu 0.053925 dan untuk nilai koefisien regresi dari variabel *Leverage (X2)* adalah -0.075076.

Tabel 3, dengan model regresi linier berganda model data panel diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R-Squared* adalah 0.109476 atau sama dengan 11%. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa kontribusi *profitabilitas* dan *leverage* terhadap *corporate social responsibility* sebesar 11%, Sedangkan sisanya sebesar 89% ditentukan oleh faktor-faktor lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Profitabilitas terhadap corporate social responsibility

Profitabilitas memiliki nilai signifikansi (Prob.) adalah $0.1197 > 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis H1 ditolak artinya *Profitabilitas* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*, hasil ini dapat menunjukkan bahwa ketika *profitabilitas* perusahaan yang tinggi ataupun rendah, belum tentu dapat mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan secara luas. Hal tersebut dapat terjadi karena ketika *profitabilitas* perusahaan dalam keadaan yang tinggi, maka perusahaan akan merasa tidak perlu lagi untuk mengungkapkan aktivitas CSRnya, dengan pemikiran dasar bahwa pembaca laporan keuangan tahunan sudah tertarik dengan capaian kinerja keuangan yang baik dari perusahaan, dalam maksud tersebut yaitu *profitabilitas*, sehingga aktivitas tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan tidak diungkapkan secara luas, hanya sekedar mematuhi peraturan pemerintah saja. (Ariningtyas, 2013) menyatakan bahwa organisasi dalam menyelesaikan CSR-nya tidak ditentukan oleh tingkat *profitabilitas* yang diperolehnya, namun kesadaran dari pihak organisasi untuk menentukan jumlah biaya yang akan dikeluarkan untuk menentukan berapa biaya yang akan dikeluarkan untuk melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial. Selanjutnya, apa pun keuntungan yang diperoleh oleh suatu organisasi, tidak akan mempengaruhi tingkat pengungkapan pertanggungjawaban yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ary Gigih Santoso, 2019), (Verisa Margret Subara, 2020), (Esti Rofiqoh, 2016) dengan hasil *Profitabilitas* tidak memiliki pengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Leverage terhadap Corporate social responsibility

Leverage memiliki nilai signifikansi (Prob) sebesar $0.0309 < 0.05$, dapat disimpulkan bahwa hipotesis H2 diterima artinya *Leverage* berpengaruh Negatif terhadap *Corporate Social Responsibility*, hasil ini dapat menunjukkan bahwa Adanya ikatan Negatif antara *Leverage* dengan *Corporate Social Responsibility*. Semakin tinggi tingkat rasio *leverage*, semakin besar kemungkinan organisasi akan mengabaikan pemahaman kewajiban, sehingga organisasi akan berusaha untuk melaporkan pendapatan saat ini yang lebih tinggi (Belkaoui, 1989). Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dina Gledis Yovana, 2020) yang berpendapat bahwa Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan berusaha untuk tidak melaporkan pertanggungjawaban sosial, hal ini dilakukan agar perusahaan dapat menghemat biaya, karena dibutuhkan biaya yang besar untuk melakukan kegiatan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka, penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut ini: *Profitabilitas* tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* yang menunjukkan bahwa *Profitabilitas* perusahaan yang tinggi ataupun rendah, belum tentu dapat mengungkapkan informasi CSR secara luas. Hal tersebut dapat terjadi karena ketika *profitabilitas* perusahaan dalam keadaan yang tinggi, maka perusahaan akan merasa tidak perlu lagi untuk mengungkapkan aktivitas CSRnya, dengan pemikiran dasar bahwa pembaca laporan keuangan tahunan sudah tertarik dengan capaian kinerja keuangan yang baik dari perusahaan. *Lerevage* berpengaruh Negatif terhadap *corporate social responsibility* yang menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *leverage* yang dimiliki oleh perusahaan, maka semakin rendah *corporate social responsibility* yang diungkapkan dan dilakukan oleh organisasi.

Lewat penelitian ini maka, penulis dapat menarik saran sebagai berikut: Bagi Perusahaan, Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility*. Maka peneliti menyarankan manajemen perusahaan untuk melakukan pengelolaan ekuitas yang baik agar supaya modal kerja dapat berputar dengan cepat sehingga dapat meningkatkan aktivitas CSR perusahaan, dan perusahaan akan mendapatkan nama baik dimata para pembaca laporan tahunan. Bagi Investor, Bagi para praktisi yang dalam mengambil sebuah keputusan sebaiknya dilakukan analisis mengenai faktor-faktor internal ataupun eksternal dari perusahaan, investor juga harus memperhatikan aktivitas *corporate social responsibility* sebelum mengambil keputusan dalam melakukan investasi. Karna perusahaan yang baik yaitu perusahaan yang tidak melupakan tanggungjawabnya terhadap negara, perusahaan yang memiliki jiwa sosial lingkungan yang tinggi. Peneliti Selanjutnya, Pada penelitian ini hanya berfokus pada *Profitabilitas & Leverage* terhadap *corporate social responsibility* perusahaan Manufaktur sector industry dan kimia yang terdaftar di *bursa efek indonesia* periode tiga tahun terakhir. Sehingga peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya dapat mengganti atau menambah variabel independen lain yaitu ukuran perusahaan yang dapat mempengaruhi Corporate Social Responsibility, melakukan tahun *riset* yang terbaru, agar *riset* semakin baik, bermanfaat dan semakin relevan dengan tahun yang dilakukannya.

Daftar Pustaka

- Anggraini, F. R. R. (2006). Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan. *Simposium Nasional Akuntansi IX Padang*.
- Ariningtyas, S. E. (2013). Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR Disclosure) Perusahaan serta Pengaruhnya terhadap Respon pasar dan Laba Perusahaan (Earnings Response Coefficient). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*.
- Ary Gigih Santoso, V. J. D. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Pengungkapan media terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Proceeding of Management*, 6(2).
- Belkaoui, A. and P. G. K. (1989). Determinants of the Corporate Decision to Disclose Social Information. *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*, 2(1), 36–51.
- Devi Widya Astuti. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa*.
- Dewi, N. P. M. S. (2015). Pengaruh Profitabilitas dan kepemilikan Asing pada pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 13(1), 84–98.
- Dina Gledis Yovana, A. K. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 21(1).
- Dirvi Surya Abbas, Mohamad Zulman Hakim, N. I. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Universitas Muhammadiyah Tangerang*.
- Donovan, G., & Gibson, K. (2000). "Environmental Disclosures in the Corporate Annual Report: A longitudinal Australian study", in *6th interdisciplinary Environmental Association Conference*.
- Esti Rofiqkoh. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi*

- Indonesia (STIESIA) Surabaya: Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(10).
- Febrina dan I. G. N. A Suaryana. (2011). Faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan pengungkapan tanggungjawab sosial dan lingkungan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi XIV Aceh*.
- Fibrianti, N. P. . dan I. G. . . W. (2015). Pengaruh Hutang, Profitabilitas, dan tanggung jawab lingkungan pada CSR Disclosure. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 11(2), 341–355.
- Haniffa, R.M, & Cooke, T. E. (2005). The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 24, 391–430.
- Imelda Dharma Wilangga. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta*.
- Irawati. (2006). *Manajemen Keuangan. Pustaka: Bandung*.
- Ivon Nurmas Ruroh, S. W. L. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Risk Minimization Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 1(1).
- Jessica Sumondag. (2020). Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Manado (JAIM)*, 1(3), 88–98.
- Loh Wenny Setiawati dan Melliani lim. (2018). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Pengungkapan Social Terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Unika Atma Jaya, Jakarta: Jurnal Akuntansi*, 12(1), 29–57.
- Rahman, R. (2009). *Corporate Social Responsibility: Antara Teori dan Kenyataan. Yogyakarta: Media Pressindo*.
- Rindawati, M. . (2015). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan kepemilikan publik terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya*.
- Rita Anugerah, Rolland Hutabarat, dan W. F. (2010). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang listing di BEI. *Jurnal Ekonomi*, 18.
- Sari, R. . (2012). Pengaruh Karakteristik perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada perusahaan manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal*, 1(1).
- Sartono, A. (2012). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi, Edisi Ke Empat. Yogyakarta: BPFE*.
- Sembiring, E. R. (2005). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada perusahaan yang tercatat Di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi VII. Solo*.
- Setyastrini, N. L. P. (2017). Intensitas Pengungkapan Corporate Social Responsibility : Pengujian Dengan Manajemen Laba Akrual dan Riil. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 19(1), 337–366.
- Subiantoro, O. . (2015). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA)*.
- Sunaryo, B.A., & Mahfud, M. . (2016). Pengaruh Size, Profitabilitas, leverage dan umur terhadap pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang listing di BEI Tahun 2010-2013). *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 1–14.
- Undang-Undang Republik Indonesia No 25. (2007). *Penanaman modal disahkan diindonesia*

menjadi tanda pentingnya CSR sebagai metode korespondensi antar organisasi serta stakeholder.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40. (2007). *Perseroan Terbatas.*

Utami, Sri, dan P. (2011). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Social Disclosure. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 16(1).

Verisa Margret Subara, F. D. S. (2020). Analisis Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Pascasarjana Ilmu Administrasi (Bisnis), Universitas Indonesia.*

Wardani, N. . (2013). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2009-2011. *Universitas Diponegoro, Semarang.*