

## **The Effect Of Profitability, Liquidity, Leverage, And Company Size On CSR Disclosure In Food And Beverage Sector Companies Listed On IDX For The 2021-2023 Period**

### **Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR Di Perusahaan Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2021-2023**

Dita Apriangga<sup>1</sup>, Yulia Harianto<sup>2</sup>, Sauh Hwee Teng<sup>3\*</sup>, Jhon Piter<sup>4</sup>

PUI Finance, Universitas Prima Indonesia<sup>1,2,3</sup>

STIE Pangeran Antasari<sup>4</sup>

[tengsauhwee@unprimdn.ac.id](mailto:tengsauhwee@unprimdn.ac.id)<sup>3</sup>

\*Corresponding Author

---

#### **ABSTRACT**

This study aims to explore the influence of several financial factors on the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) in selected companies. The factors analyzed include leverage, liquidity, profitability, and company size, all of which are seen as important aspects in corporate decision-making, using the SmartPLS method. The analytical method used in this study is Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM), which allows researchers to evaluate the relationship between variables in a structural model with a comprehensive statistical approach. The results showed that leverage has a significant effect on CSR with T-Statistics 2.138 and P-Value 0.033. Liquidity also has a significant effect with T-Statistics 2.039 and P-Value 0.042. Meanwhile, profitability (T-Statistics 0.791, P-Value 0.430) and firm size (T-Statistics 0.140, P-Value 0.888) have no significant effect on CSR. These findings provide insights for companies in managing finances to support CSR programs more effectively.

**Keywords :** Leverage, Liquidity, Profitability, Firm Size, CSR, SmartPLS

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh beberapa faktor finansial terhadap pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) di perusahaan-perusahaan tertentu. Faktor-faktor yang dianalisis meliputi leverage, likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan, yang semuanya dipandang sebagai aspek penting dalam pengambilan keputusan perusahaan, dengan menggunakan metode SmartPLS. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM), yang memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi hubungan antar variabel dalam model struktural dengan pendekatan statistik yang komprehensif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa leverage berpengaruh signifikan terhadap CSR dengan T-Statistics 2.138 dan P-Value 0.033. Likuiditas juga berpengaruh signifikan dengan T-Statistics 2.039 dan P-Value 0.042. Sementara itu, profitabilitas (T-Statistics 0.791, P-Value 0.430) dan ukuran perusahaan (T-Statistics 0.140, P-Value 0.888) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap CSR. Temuan ini memberikan wawasan bagi perusahaan dalam mengelola keuangan untuk mendukung program CSR secara lebih efektif.

**Kata kunci:** Leverage, Likuiditas, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, CSR

#### **1. Pendahuluan**

Perusahaan makanan serta minuman mampu memajukan perekonomian Indonesia. Karena makanan dan minuman penting bagi manusia. Tingkat konsumsi masyarakat meningkat, menyebabkan peningkatan pada industry ini. Berdasarkan fakta tersebut, perusahaan dianggap mampu terus bertahan.

Berlandaskan Totok Mardikanto (2018:92), *Corporate Social Responsibility* (CSR) yakni strategi bagaimana entitas menyatukan keterlibatan sosialnya serta alam sekitar pada kegiatan komersial maupun hubungannya kepada stakeholder dengan insiatif agar menuju pencapaian yang berkesinambungan. Melakukan insiatif sosialnya sehingga menambah brand image perusahaan di mata penduduk (Suryandari dan Mongan, 2020).

Pengungkapan CSR yakni informasi yang disampaikan melalui perusahaan tentang kegiatan sosial seperti dukungan perekonomian, alam, kepegawaian, HAM, masyarakat, serta item. Tujuannya untuk mendorong perusahaan agar berperilaku lebih etis dalam menjalankan kegiatannya, sehingga tidak memberikan dampak negatif pada penduduk maupun alam sekitar.

Berlandaskan penelitian Hasan dan rekan-rekannya (2022), tingkat profitabilitas dipergunakan sebagai penilai keefisienan entitas menciptakan profit melalui distribusi, aset, dan modalnya. Profitabilitas adalah cara bagi eksekutif perusahaan untuk menilai tingkat keuntungan yang dihasilkan, apakah berupa profit ataupun harga ekonomi dari penjualan, aset bersih, dan total kekayaan (modal pemegang saham). Jika perusahaan meraup keuntungan tinggi, maka perusahaan tersebut bisa memakai sebagian dana untuk kontribusi kemasyarakatan dan ekosistem. Itu akan meningkatkan komitmen sosial perusahaan. Dengan beberapa pengertian mengenai profitabilitas, ditarik kesimpulan bahwasanya profitabilitas merupakan suatu kesanggupan perusahaan berdasarkan perolehan profit dalam satu masa produksi.

Menurut Hery (2021: 149), Likuiditas adalah ukuran yang menunjukkan seberapa baik sebuah perusahaan bisa membayar atau menyelesaikan utang yang jatuh tempo dalam waktu dekat. Menurut Kariyoto likuiditas dianggap sebagai kemampuan usaha dalam melunasi membayar hutang- hutangnya dalam waktu singkat ataupun Ketika tenggat waktu tiba. Dapat dikatakan bahwa likuiditas yakni skala keuangan yang bias menginformasikan ataupun menunjukkan kesanggupan perusahaan untuk menyelesaikan tanggung jawab temporernya.

Menurut Ari Pranaditya dan tim (2021: 9-10), *Leverage* yakni pemanfaatan kekayaan dan permodalan dengan beban stabil guna memaksimalkan profit bagi investor. Leverage berarti seberapa besar pendapatan tetap dapat mencakup biaya tetapnya.

Kajian oleh Sang Ayu Made et al (2021: 95), Ukuran Perusahaan bisa dinilai dari level pemasaran, total karyawan, ataupun besaran aset yang dikelola badan usaha. Pendapat Alfred dan Helin (2020: 605), skala perusahaan bisa diamati berdasarkan keseluruhan aset yang dipunya, yang menunjukkan seberapa signifikan perusahaan itu.

Oleh karena itu Berdasarkan data beserta uraian tersebut, maka membuat penulis tertarik untuk melihat bagaimana sebenarnya hubungan dari ke-empat variabel. Untuk itu penulis mengangkatnya dalam penelitian dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR di Perusahaan sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode 2021-2023”**

## 2. Tinjauan Pustaka

### **Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR**

Entitas ialah pelaku yang menerima laba tinggi pada penggunaan sumber daya itu, sedangkan penduduk malah terkena dampak tidak menguntungkan (negative externalities) memiliki sifat langsung ataupun tidak.

Guna memahami dampak laba usaha terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, dilaksanakan studi oleh (Rivandi & Putra, 2021) yang menunjukkan bahwa kapasitas suatu entitas komersial dalam mendatangkan profit dan memperbesar manfaat bagi pemilik modal disebut profitabilitas. Level profitabilitas yang meningkat mencerminkan daya perusahaan dalam memperoleh pendapatan bersih sehingga dapat memperluas kontribusinya serta memperkuat citranya dalam catatan finansial. Maka dari itu, keuntungan bagi pemegang ekuitas suatu badan usaha bertambah seiring dengan pertumbuhan tingkat profitabilitasnya.

### **Pengaruh Likuiditas Terhadap Pengungkapan CSR**

Menurut Hery (2021: 149), likuiditas ialah ukuran yang membuktikan seberapa baik sebuah perusahaan bisa membayar atau menyelesaikan utang yang jatuh tempo dalam waktu dekat. Likuiditas ialah aktivitas kemasyarakatan badan usaha yang dapat diukur dari total modal yang disediakan perusahaan tiap tahunnya (Sri, Rina, dan Sunreni, 2021). Studi oleh Sijum dan Rustia (2021) menjelaskan bahwa semakin meningkat kecairan aset perusahaan, maka badan usaha akan lebih sanggup dalam menunjukkan program sosialnya dengan cakupan lebih luas. Studi tersebut juga menyebutkan bahwa kecairan aset berdampak menguntungkan dan substansial terhadap publikasi tanggung jawab sosial perusahaan. Korporasi dengan tingkat likuiditas tinggi akan lebih aktif melaksanakan program kemasyarakatan sebagai tanda kepada bisnis lain bahwa perusahaannya memiliki performa lebih unggul, sehingga dapat menggaet pemodal untuk menanamkan dana.

### **Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan CSR**

Apabila sebuah badan usaha memiliki tingkat leverage yang signifikan, maka entitas tersebut akan lebih aktif dalam melaksanakan kontribusi sosial bisnis. Korporasi dapat mengumpulkan wawasan guna mengurangi kecemasan pemilik modal terkait keyakinan atas klaim pemberi pinjaman dengan memiliki proporsi rasio utang yang besar. Hal ini selaras dengan prinsip legalitas, yang menegaskan bahwa industri harus menitikberatkan kepentingan pemilik modal sembari tetap menaati norma masyarakat. (Belinda et al., 2023).

Studi terkait unsur leverage serta pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan telah dianalisis Wahyuningsih dan Nera (2018) menemukan bahwa struktur modal berdampak menguntungkan mengenai pengungkapan kepedulian sosial perusahaan.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR**

Menurut Hartono (2018) "Ukuran Perusahaan yakni skala besar kecilnya perusahaan ditinjau berdasar akumulasi kekayaan atau keseluruhan sumber daya yang dimilikinya dengan menerapkan kalkulasi angka logaritma aset."

Berdasarkan Alfred dan Helin (2020: 605), ukuran perusahaan bisa ditinjau melalui jumlah aset yang dipunya, yang menunjukkan seberapa dominan perusahaan tersebut. Penelitian dilakukan oleh Yunus Pakpahan (2018) meneguhkan bahwasanya dimensi tiada memengaruhi pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan. Itu mengindikasikan bahwa meluasnya skala bisnis, maka pengungkapan kepedulian sosial yang diterapkan badan usaha tiada serta-merta lebih ekstensif.

### **Hipotesis Penelitian**

- H1 : Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR
- H2 : Likuiditas berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR
- H3 : *Leverage* berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR
- H4 : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR
- H5 : Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR

### **3. Metode Penelitian**

Model penelitian berikut menerapkan metode berbasis angka (kuantitatif) karena informasi riset yang dikumpulkan berupa nilai numerik dan dikaji menggunakan analisis data statistik serta memiliki karakteristik hubungan kausal. Perolehan data penelitian menerapkan metode dokumentasi, yakni strategi penghimpunan melalui pencatatan, penyusunan, dan telaah terhadap edukasi laporan keuangan subsektor pangan dan minuman yang tercatat di BEI selama periode 2021-2023, diterbitkan oleh web resmi [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Informasi riset

yang dimanfaatkan adalah data sekunder yang mencakup gambaran perusahaan, susunan manajemen, serta informasi yang diperoleh dari hasil analisis literatur dan konsep-konsep.

**Populasi dan Sampel**

Populasi yang diterapkan dalam penelitian berikut mencakup perusahaan subsektor makanan serta minuman yang mana tercatat pada Bursa Efek Indonesia (BEI) kurunwaktu 2021 – 2023.

Sampel Menurut Sugiyono (2021) sampel ialah sebagian populasi yang mana terdapat ciri ciri dan jumlah yang sama. Pemilihan sampel menerapkan strategi purposive sampling method.

**Tabel 1. Sampel Penelitian**

No	Standar	Total
1.	Perusahaan Sektor makanan & minuman yang mana ditemukan pada BEI	47
2.	Perusahaan Sektor makanan & minuman yang tidak ataupun belum mempublikasikan	(10)
3.	Perusahaan Sektor makanan & minuman telah terjadi kebangkrutan pada BEI	(9)
<b>Total sampel</b>		<b>28</b>
<b>Total sampel Penelitian (28 X 3 tahun)</b>		<b>84</b>

Penulis menyimpulkan bahwasanya sebanyak 84 Perusahaan subsektor pangan dan minuman yang dijadikan sampel dalam penelitian berikut.

**Tabel 2. Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Profitabilitas (X1)	Rasio profitabilitas ialah perbandingan mengukur kapasitas entitas dalam memperoleh laba.	$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah Aktiva}} \times 100\%$ Bahan: Harmono (2015:110)	Rasio
Likuiditas (X2)	Daya perusahaan sebagai pemenuhan tanggungjawab pendeknya sesuai jadwal.	$CR = \frac{\text{Aktiva lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$ Bahan: Sujarweni (2017:60)	Rasio
Leverage (X3)	Rasio yang diterapkan sebagai penilaian seberapa jauh aset perusahaan didanai dengan pinjaman. Maksudnya, sejauh apa tanggungan utang dipikul bila diperbandingkan.	$CR = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Modal}} \times 100\%$ Bahan: Sujarweni (2017:60)	Rasio
Ukuran Perusahaan (X4)	Ukuran perusahaan dapat dinilai berdasarkan keseluruhan aset/nilai kekayaan menerapkan kalkulasi jumlah logaritmaa.	$Ln \times Total Asset$ Hartono (2015:282)	Rasio
Pengungkapan CSR (Y)	Kewajiban sosial perusahaan ialah wujud aksi yang didasarkan pada pertimbangan moral badan usaha, yang ditujukan untuk mengembangkan perekonomian, sekaligus meningkatkan taraf hidup para pekerja terkait.	$CSRI_{ij} = \frac{S_{xij}}{N_j}$ Bahan: Reny Dyah Retno serta Denies Priantinah (2012)	Rasio

### **Metode Analisis Data**

Guna mengevaluasi asumsi pada riset, digunakan analisis data SEM-PLS. SEM-PLS terdiri dari dua tahap utama, yaitu pengujian model luar (outer model) serta pengujian model dalam (inner model).

#### **Outer Model**

Outer model digunakan agar meninjau validitas serta reliabilitas data dalam analisis SEM-PLS.

#### **Uji Validitas**

Uji validitas bertujuan sebagai penilaian keabsahan data dengan mengukur faktor loading, yang seharusnya mempunyai jumlah melebihi 0,70.

#### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dipergunakan sebagai penilaian benarkah data dalam penelitian bisa dianggap stabil atau tidak, melihat jumlah faktor loading yang idealnya melebihi 0,70.

#### **Inner Model**

Inner model mencakup dua pengujian: koefisien determinasi dan pengujian hipotesis. Pengujian ini bertujuan untuk mengevaluasi hubungan sebab-akibat antara variabel yang tidak dapat diukur secara langsung.

#### **Koefisien Determinasi**

Menurut Ghozali (2018), koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan variasi pada variabel dependen, dengan nilai antara 0 hingga 1. Nilai R-squared ( $R^2$ ) digunakan untuk mengidentifikasi seberapa besar variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model.

#### **Pengujian Hipotesis Penelitian**

##### **Uji t**

Menurut Sugiyono (2017), uji t digunakan untuk menguji secara parsial hubungan antara variabel independen dan dependen. Uji t menunjukkan nilai T-statistik  $> 1,96$  dan P-value  $< 0,05$ , yang mengindikasikan bahwa hubungan antar variabel tersebut signifikan secara statistik.

##### **Uji F**

Untuk mengevaluasi hubungan antar variabel secara simultan, dilakukan uji F. Variabel dikatakan memenuhi kriteria jika nilai NFI mendekati atau lebih besar dari 0,90.

### **4. Hasil dan Pembahasan**

Perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan pemain utama dalam perekonomian Indonesia, dengan konsumen yang selalu membutuhkan produk mereka. Produk yang diproduksi oleh perusahaan-perusahaan ini meliputi makanan ringan, makanan olahan, minuman kemasan, hingga produk sehat dan fungsional. Selain itu, perusahaan-perusahaan ini sering kali mengadaptasi inovasi produk untuk memenuhi tren yang berkembang, seperti produk rendah gula, organik, atau ramah lingkungan. Persaingan di sektor ini sangat ketat, karena banyaknya pemain besar baik lokal maupun internasional, namun perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI tetap berhasil mempertahankan posisi mereka di pasar melalui inovasi dan pemahaman tren konsumen.

Selain fokus pada peningkatan produk dan layanan, perusahaan sektor makanan dan minuman di Indonesia juga aktif dalam menjalankan program Corporate Social Responsibility (CSR). Banyak perusahaan besar seperti PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) dan PT Mayora Indah Tbk (MYOR) yang memiliki program CSR yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat, kesehatan, pendidikan, serta pelestarian lingkungan. Mereka juga mendukung pertanian berkelanjutan dan meningkatkan kesejahteraan petani lokal. Inisiatif CSR ini tidak hanya memberikan dampak positif bagi masyarakat, tetapi juga memperkuat reputasi perusahaan, membangun loyalitas konsumen, dan menunjukkan komitmen mereka terhadap keberlanjutan sosial dan lingkungan.

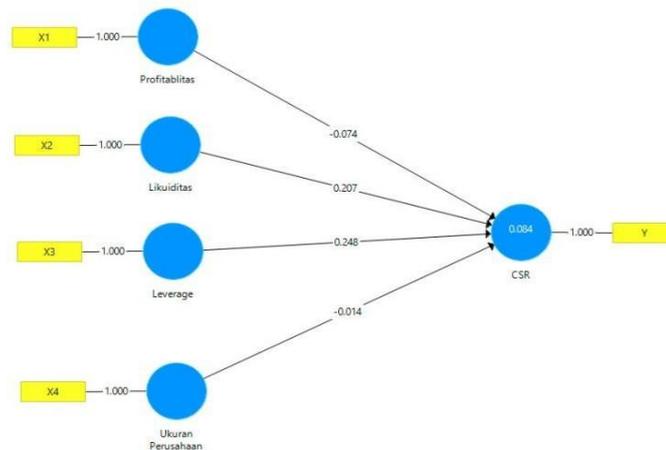
**Hasil Penelitian**

**Analisis Statistik Data**

Dalam penelitian ini, Smart PLS digunakan untuk menganalisis data hasil survei yang dilakukan. Smart PLS memiliki kemampuan untuk menguji model SEM baik formatif maupun reflektif dengan berbagai indikator. Selain itu, alat ini juga dapat digunakan untuk menghitung data pada sampel yang lebih kecil menggunakan skala penelitian Likert. Pengujian menggunakan Smart PLS ini melibatkan dua jenis model, yaitu model luar dan model dalam.

**Outer Model**

Outer Model Model Eksternal dalam Smart PLS adalah suatu proses uji yang memungkinkan pengamat untuk mengevaluasi hubungan antara indikator dan variabel laten. Ini juga memberikan informasi tentang nilai factor loading, yang menunjukkan seberapa baik indikator berkorelasi dengan variabel lain.



**Gambar 1. Model Path Outer Loading**

Gambar ini menunjukkan model Structural Equation Modeling (SEM) yang menggambarkan hubungan antara variabel-variabel independen dan variabel dependen, yaitu Corporate Social Responsibility (CSR). Dalam model ini, Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan berperan sebagai variabel independen yang memengaruhi CSR. Hasil analisis menunjukkan bahwa keempat variabel independen tersebut memiliki pengaruh negatif terhadap CSR. Tanda negatif pada koefisien-koefisien tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan pada variabel-variabel independen ini cenderung mengurangi nilai CSR. Pengaruh yang lebih besar terlihat pada variabel yang memiliki koefisien lebih tinggi, yang menunjukkan pengaruh yang lebih kuat terhadap CSR. Model ini digunakan untuk mengukur dan menganalisis hubungan antar variabel secara simultan, dalam mengidentifikasi sejauh mana variabel independen memengaruhi CSR.

**Tabel 3. Nilai Outer Loading**

CSR	Leverage	Likuiditas	Profitabilitas	Ukuran
-----	----------	------------	----------------	--------

	Perusahaan
X1	1,000
X2	1,000
X3	1,000
X4	1,000
Y	1,000

Pengujian validitas dilihat dari nilai factor loading, dengan ketentuan bahwa untuk lolos uji validitas, nilai factor loading harus lebih dari 0,70. Berdasarkan hasil pengujian validitas di atas, dapat dilihat bahwa nilai factor loading untuk setiap variabel sudah lebih dari 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel tersebut lolos uji validitas.

**Discriminat Validity**

Discriminant validity adalah pengujian yang digunakan untuk menilai apakah setiap pertanyaan yang digunakan untuk mengukur indikator dari variabel laten tersebut berbeda atau bervariasi. Dalam konteks ini, nilai discriminant validity dilihat dari nilai AVE (Average Variance Extracted) atau dari nilai yang semakin kecil dari setiap variabel.

**Tabel 4. Nilai Reliabilitas**

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
CSR	1,000	1,000	1,000	1,000
Leverage	1,000	1,000	1,000	1,000
Likuiditas	1,000	1,000	1,000	1,000
Profitabilitas	1,000	1,000	1,000	1,000
Ukuran Perusahaan	1,000	1,000	1,000	1,000

Berdasarkan tabel di atas, jika setiap nilai variabel berbeda, nilai Average Variance Extracted (AVE) digunakan untuk mengevaluasi validitas diskriminan. Selanjutnya, analisis dilakukan terhadap Cronbach's alpha dan composite reliability, dengan ketentuan bahwa nilai keduanya harus lebih besar dari 0,70 agar dianggap reliabel. Nilai Cronbach's alpha dan composite reliability dapat dilihat pada tabel berikut.

Dari tabel tersebut, dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's alpha lebih besar dari 0,70 dan nilai composite reliability juga lebih dari 0,70. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel dalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Selain itu, tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai Average Variance Extracted (AVE) untuk setiap variabel lebih dari 0,50, yang memenuhi kriteria untuk validitas diskriminan.

Dengan melakukan pengujian terhadap validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa indikator dan variabel dalam penelitian ini memiliki validitas dan reliabilitas yang sangat baik.

**Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi digunakan untuk menilai sejauh mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Berikut adalah nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini:

**Tabel 5. Hasil Koefisien Determinasi**

	R Square	R Square Adjusted
--	----------	-------------------

<b>CSR</b>	0,84	0,037
------------	------	-------

Pada tabel diatas dapat dilihat jika nilai R-square nya sebesar 0,84 yang berarti jika variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga memberikan pengaruh sebesar 84 % terhadap variabel CSR.

**Uji Hipotesis**

Uji hipotesis terdiri dari dua jenis, yaitu Uji F dan Uji T. Uji F digunakan untuk menilai pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen dalam model regresi. Sementara itu, Uji T digunakan untuk menguji hubungan secara individual antara setiap variabel independen dan variabel dependen dalam model regresi.

**Uji F**

Pada Uji F, pengaruh suatu variabel dapat dikatakan signifikan jika nilai NFI (Normalized Fit Index) mendekati nilai 0,90. Berikut adalah tabel nilai NFI dalam penelitian berikut :

**Tabel 6. Nilai uji F**

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,000	0,000
d_uls	0,000	0,000
d_g	0,000	0,000
Chi-Square	0,000	
NFI	1,000	1,000

Dari tabel di atas, jika nilai akhir NFI sudah diatas nilai 0,90, dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

**Uji T**

Pada Uji T, hasilnya dapat dilihat dari nilai T-Statistics dan P-Value dengan ketentuan bahwa nilai T-Statistics harus lebih besar dari 1,96 dan P-Value harus kurang dari 0,05. Oleh karena itu, nilai-nilai Uji T dapat ditemukan pada tabel berikut.

**Tabel 7. Nilai uji T**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Leverage -> CSR	0,248	0,248	0,116	2,138	0,033
Likuiditas -> CSR	0,207	0,203	0,102	2,039	0,042
Profitabilitas -> CSR	-0,074	-0,071	0,093	0,791	0,430
Ukuran Perusahaan -> CSR	-0,014	-0,018	0,098	0,140	0,888

Berdasarkan hasil Uji T yang terdapat pada tabel, variabel leverage (T Statistics = 2.138, P Value = 0.033) dan likuiditas (T Statistics = 2.039, P Value = 0.042) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap CSR, karena nilai T-Statistics lebih besar dari 1.96 dan P-Value kurang dari

0.05. Sementara itu, variabel profitabilitas (T Statistics = 0.791, P Value = 0.430) dan ukuran perusahaan (T Statistics = 0.140, P Value = 0.888) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap CSR, karena nilai T-Statistics mereka lebih kecil dari 1.96 dan P-Value lebih besar dari 0.05.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Leverage Terhadap CSR**

Berdasarkan hasil Uji T yang terdapat pada tabel, variabel leverage menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap CSR. Nilai T-Statistics (2.138) lebih besar dari 1.96 dan nilai P-value (0.033) lebih kecil dari 0.05, yang berarti leverage memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap CSR. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi dan Suryanto (2020) yang menemukan bahwa perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi cenderung lebih aktif dalam melaksanakan CSR karena mereka membutuhkan upaya untuk membangun citra positif guna meningkatkan kepercayaan investor dan konsumen.

### **Pengaruh Likuiditas Terhadap CSR**

Hasil Uji T menunjukkan bahwa variabel likuiditas berpengaruh signifikan terhadap CSR. Nilai T-Statistics (2.039) lebih besar dari 1.96 dan P-value (0.042) lebih kecil dari 0.05, yang menunjukkan bahwa likuiditas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Andriyani dan Taufik (2019) mendukung temuan ini, yang menyatakan bahwa perusahaan dengan likuiditas yang baik lebih memiliki keleluasaan untuk mendanai program CSR tanpa mengganggu kelangsungan operasional perusahaan. Ketersediaan kas yang memadai memungkinkan perusahaan untuk berinvestasi dalam kegiatan sosial dan lingkungan.

### **Pengaruh Profitabilitas Terhadap CSR**

Variabel profitabilitas tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap CSR. Nilai T-Statistics (0.791) lebih kecil dari 1.96 dan P-value (0.430) lebih besar dari 0.05, yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR. Hasil ini sejalan dengan penelitian oleh Putra dan Rahmawati (2021) yang juga menemukan bahwa meskipun perusahaan yang lebih menguntungkan cenderung memiliki lebih banyak dana untuk melaksanakan CSR, profitabilitas tidak selalu menjadi faktor yang menentukan apakah perusahaan akan mengalokasikan keuntungan mereka untuk kegiatan sosial, karena beberapa perusahaan lebih fokus pada pengembangan produk atau ekspansi pasar.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap CSR**

Sama halnya dengan profitabilitas, variabel ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap CSR. Hal ini dapat dilihat dari nilai T-Statistics (0.140) yang lebih kecil dari 1.96 dan P-value (0.888) yang lebih besar dari 0.05. Penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Haryanto (2020) juga mendukung temuan ini, di mana mereka menyatakan bahwa meskipun perusahaan besar memiliki lebih banyak sumber daya, ukuran perusahaan itu sendiri tidak selalu berpengaruh pada seberapa besar perusahaan terlibat dalam kegiatan CSR. Faktor-faktor lain seperti kebijakan manajerial, regulasi pemerintah, dan kebutuhan pasar seringkali lebih berpengaruh dalam menentukan keputusan CSR.

## **5. Penutup**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Leverage berpengaruh signifikan terhadap CSR karena membantu membangun citra positif perusahaan.

2. Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap CSR karena memungkinkan pendanaan program sosial tanpa mengganggu operasional.
3. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR karena alokasi dana lebih bergantung pada strategi bisnis.
4. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR karena keterlibatan CSR dipengaruhi oleh kebijakan internal.
5. Leverage dan likuiditas menjadi faktor utama dalam CSR, sementara profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak menentukan.

#### Saran

- **Bagi Perusahaan**  
Disarankan untuk lebih memperhatikan aspek leverage dan likuiditas dalam mendukung program CSR agar pelaksanaannya dapat berjalan secara berkelanjutan.
- **Bagi Peneliti Selanjutnya**  
Diharapkan dapat menambahkan variabel lain di luar aspek keuangan, seperti kebijakan perusahaan atau tata kelola perusahaan, untuk melihat pengaruh yang lebih luas terhadap CSR.
- **Bagi Universitas**  
Diharapkan dapat memberikan edukasi dan sosialisasi tentang pentingnya CSR sebagai bentuk tanggung jawab social yang berkelanjutan bagi perusahaan.

#### Daftar Pustaka

- Alfred, & Helin. (2020). *Analisis Skala Bisnis terhadap Transparansi CSR*. Accounting and Finance Journal, 605.
- Belinda, et al. (2023). *Leverage dan Hubungannya dengan Pengungkapan CSR*. Management and Business Journal.
- Ghozali, I. (2018). *Implementasi Evaluasi Multivariat melalui softwaree IBM SPSS 25*. Semarang: Lembaga Publikasi Diponegoro University.
- Harmono. (2015). *Pengelolaan Finansial Berlandaskan Keseimbangan Scorecard*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hartono. (2018). *Teori dan Aplikasi Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasan, et al. (2022). *Rasio Profitabilitas serta Performa Finansial Entitas*. Economics and Business Journal
- Hery. (2021). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Grasindo.
- Kariyoto. (2021). *Likuiditas serta Dampaknya mengenai Performa Entitas*. Finance and Banking Journal
- Mardikanto, T. (2018). *Corporate Social Responsibility (CSR): Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Reny Dyah Retno, & Denies Priantinah. (2012). *Dampak Tanggungjawab social korporasi mengenai performa finansialnya*. Accounting and Finance Journal.
- Rivandi, & Putra. (2021). *Profitabilitas dan CSR: Analisis Empiris pada Perusahaan Terbuka*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen.
- Sri, Rina, & Sunreni. (2021). *Likuiditas dan Aktivitas Sosial Perusahaan*. Jurnal Manajemen Keuangan.
- Sugiyono. (2017). *Teknik riset Kuantitatif, Kualitatif, serta R&D*. Bandung: Alfabeta. Sugiyono. (2021). *Statistika tujuan riset*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2017). *Akuntansi Keuangan tujuan Bisnis*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

- Suryandari, & Mongan. (2020). *CSR dan Citra Perusahaan*. Jurnal Sosial dan Humaniora.
- Wahyuningsih, & Nera. (2018). *Leverage serta tranparansi CSR Perusahaan*. Accounting and Business Journal.
- Yunus Pakpahan. (2018). *Ukuran Perusahaan dan CSR: Studi faktual ke pada Perusahaan Terbuka di Indonesia*. Accounting and Finance Journal.