

**PENGARUH JENIS INDUSTRI, UKURAN PERUSAHAAN DAN *LEVERAGE*
TERHADAP KARAKTERISTIK PENGUNGKAPAN CSR
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI 2018 – 2020)**

Muhamad Salim*, Anik Malikah, Afifudin*****

Universitas Islam Malang

muhammadsalim9868@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Jenis Industri, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018 – 2020. Berdasarkan jumlah perhitungan didapatkan 85 perusahaan yang terpilih menjadi sampel. Hasil analisis menggunakan analisis regresi linear berganda yang menunjukkan Jenis Industri, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* pengaruh secara signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* secara simultan. Secara parsial hasil pengujian menunjukkan Jenis Industri, dan Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan, berbeda dengan *Leverage* tidak berpengaruh secara signifikan.

Kata Kunci : Jenis Industri, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, *Corporate Social Responsibility*.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Industry Type, Company Size and Leverage on CSR Disclosure in Manufacturing Companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018 - 2020. Based on the number of calculations, 85 companies were selected as samples. The results of the analysis using multiple linear regression analysis which shows that the type of industry, company size and leverage have a significant effect on Corporate Social Responsibility simultaneously. Partially, the test results show that the type of industry and company size have a significant effect, in contrast to Leverage, which has no significant effect.

Keywords: Type of Industry, Company Size, Leverage, Corporate Social Responsibility.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan berperan sebagai kebijakan bisnis perusahaan, terpenting yang berkaitan dengan fungsi pemasaran *public relation* dan pengembangan kebijakan investasi. Perusahaan tidak hanya harus mengejar semata-mata keuntungan saja, melainkan juga patut diperhatikan tanggung jawab sosial kepada publik. Tanggung jawab sosial adalah cara sukarela yang dijalankan oleh perusahaan untuk menaikkan kesadaran akan isu-isu lingkungan sosial pada operasinya bisnisnya dan menjadi bentuk hubungan perusahaan dan *stakeholder*-nya. Dengan CSR diharapkan agar *corporate* dapat meningkatkan perhatian terhadap lingkungan, memiliki hubungan yang baik antara perusahaan dan masyarakat dan perusahaan dapat memiliki citra yang baik di mata masyarakat.

Di Indonesia praktik Corporate Social Responsibility diatur oleh Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 dimana berisi tentang perseroan dalam menjalankan usahanya terkait SDA harus memenuhi aspek lingkungan dan sosial, dijadikan sebagai kewajiban serta jika tidak menjalankan akan dipidana. Dalam Peraturan Pemerintah No. Tahun 2012 pasal 2 perusahaan dijadikan subjek hukum dalam tanggung jawab sosial dan lingkungan. Peraturan BAPEPAM LK No. X.K.6 Tahun 2012 tentang kewajiban penyampaian laporan tahunan emiten atau perusahaan publik mengatur bahwa annuals reports emiten atau perusahaan publik wajib memuat mengenai tanggung jawab sosial perusahaan (Antasari, 2020).

Di Indonesia, telah terjadi berbagai kasus pencemaran lingkungan akibat kelalaian perusahaan. Kasus PT. Lapindo Brantas menjadi pertanyaan yang hingga kini belum terpecahkan. PT. Lapindo Brantas wajib bertanggung jawab atas kelalaiannya mengakibatkan semburan lumpur panas yang membanjiri wilayah Sidoarjo, Jawa Timur. Kemudian, PT. Freeport di Papua yang merupakan tambang terbesar di Indonesia telah melanggar hak asasi manusia menurut Komnas HAM yang mengakibatkan kematian puluhan penambang. Kebakaran hutan yang terjadi di Sumatera dan Kalimantan akibat kelalaian perusahaan sawit dalam mengurus lahannya. Kasus ini harus dijadikan refleksi bagi pihak terkait, terutama perusahaan, agar hal ini tidak terulang kembali di kemudian hari.

Perusahaan manufaktur paling banyak berinteraksi dengan masyarakat sehingga memberikan kontribusi yang signifikan dalam masalah pencemaran lingkungan, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. Selama produksi, perusahaan menghasilkan limbah, sehingga berkaitan dengan pencemaran lingkungan. Pada tahun 2018, TOP *Business* dan Komite Nasional Kebijakan Governance/KNKG Indonesia menyelenggarakan kegiatan TOP CSR, yang merupakan penghargaan tertinggi bagi perusahaan di Indonesia yang telah melaksanakan praktik *corporate social responsibility* terbaik. Dari 150 perusahaan yang melaksanakan CSR, hanya 72 perusahaan yang diakui sebagai pemenang TOP CSR (www.republika.co.id), yang menunjukkan masih banyak perusahaan yang belum mencapai hasil yang optimal dalam mengimplementasikan program CSR di perusahaannya.

Faktor yang dapat mempengaruhi praktik *Corporate Social Responsibility* adalah Jenis Industri. Variabel Jenis industri dikelompokkan dalam industri *high profile* dan *low profil*. Perusahaan yang *high profile* ialah perusahaan yang akan mendapat perhatian yang lebih besar dari publik karena berpotensi memiliki tingkat risiko lingkungan, sosial, politik dan persaingan yang tinggi (Anggraeni & Djakman, 2018). Jenis Industri yang berbeda dapat mempengaruhi kesadaran tanggung jawab sosial perusahaan dengan cara yang berbeda. Biasanya, industri manufaktur menjadi perhatian utama dan lebih menekankan pada upaya untuk memenuhi kewajiban lingkungan dan sosial karena operasional yang dijalankan.

Faktor lain yang mempengaruhi praktik *Corporate Social Responsibility* ialah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (Priyadi, 2016). Perusahaan berukuran besar di mata publik dalam kaitannya dengan operasi mereka untuk memperlihatkan citra yang baik bahwa perusahaan lebih baik memenuhi *Corporate Social Responsibility*-nya. Besarnya ukuran perusahaan mengindikasikan perusahaan akan lebih peduli terhadap masalah lingkungan. Perusahaan akan berusaha menunjukkan bahwa besarnya ukuran tidak hanya mengarah pada keuntungan, tetapi mempunyai kepedulian terkait *Corporate Social Responsibility*. Upaya ini juga bertujuan untuk menciptakan hubungan yang baik dengan para pemangku kepentingan sehingga perusahaan besar semakin dipercaya kualitas dan hasilnya dengan baik.

Leverage merupakan *Leverage* merupakan faktor lain yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, atau mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan utang. Wardani (2013) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan mengungkapkan CSR lebih sedikit agar dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi sehingga menunjukkan bahwa Rasio *leverage* digunakan untuk meninjau struktur modal suatu perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat risiko tidak tertagih suatu utang.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian yang berjudul Pengaruh Jenis Industri, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Terhadap

Karakteristik Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI 2018 – 2020).

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana dampak Jenis Industri, Ukuran Perusahaan, serta *Leverage*, Berkenaan *Corporate Social Responsibility*.

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dampak Jenis Industri, Ukuran Perusahaan, serta *Leverage* Berkenaan *Corporate Social Responsibility*.

1.4 Manfaat Penelitian

Untuk peneliti selanjutnya agar mendapat bahan masukan atau pemahaman ilmiah yang terkait dengan *Corporate Social Responsibility*.

2. KERANGKA TEORITIS

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian Rofiqkroh (2016) meneliti tentang Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan menunjukkan bahwa leverage memiliki pengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*.

Andriana dan Anggara (2019) meneliti tentang Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* Dan Kepemilikan Saham Publik Pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan pada pengungkapan CSR. *leverage* tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR.

Penelitian Faidah (2020) meneliti tentang Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* (studi Pada Perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa tipe industri, ukuran perusahaan, dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

2.1.1 Teori stakeholder

Teori *stakeholder* merupakan seperangkat kebijakan terkait pemangku kepentingan, nilai, kepatuhan hukum, pengabdian masyarakat dan lingkungan. Teori ini menunjukkan perusahaan harus memberikan manfaat kepada pemangku kepentingannya bukan hanya untuk kepentingan sendiri. Manajemen sangat bergantung pada dukungan keuangan pemangku kepentingan yang didapat oleh perusahaan melalui kegiatannya sehari-hari (Maiyarni dkk, 2014). Strategi untuk menjaga hubungan dengan *stakeholder* adalah menjalankan CSR. Harapannya, dapat memperhatikan kemauan para *stakeholder* sehingga mengarah pada hubungan baik antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya. Hubungan baik berdampak pada perusahaan sehingga perusahaannya dapat berlanjut (*sustainability*). Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemiliknya, tetapi juga terhadap kondisi lingkungan dan sosial masyarakat (*social responsibility*).

Teori *stakeholder* menjelaskan pentingnya perusahaan dalam memuaskan keinginan *stakeholder*. Perusahaan secara sukarela mengungkapkan informasi tentang kegiatannya dalam perlindungan lingkungan yang telah dilakukan untuk pembuktian terhadap publik akan kepedulian terhadap perlindungan lingkungan dan memberikan manfaat bagi masyarakat yang merupakan *stakeholder*-nya. suatu perusahaan dengan *stakeholder* memiliki hubungan

berdasarkan konsep utilitas, yaitu membangun kolaborasi yang dapat membantu kelangsungan bisnisnya.

2.1.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) secara umum merupakan bentuk tanggung jawab sosial industri yang dilaksanakan terhadap lingkungan publik misalnya melalui kegiatan-kegiatan sosial yang bermanfaat bagi masyarakat. Menurut *World Business Concinn in Sustainable Development* (WBCSD), *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan etika dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan meningkatkan taraf hidup masyarakat luas, karyawan, keluarga karyawan dan masyarakat setempat. Di Indonesia, Pelaksanaan CSR adalah suatu aktivitas yang wajib dilakukan yang juga telah sudah diatur dalam undang – undang perseroan. CSR dapat dikaitkan dengan *stakeholder*, keberlangsungan perusahaan dan juga kesejahteraan publik. dari segi efisiensi, sebuah perusahaan harus memiliki prioritas utama, status dan keuntungan jangka panjang dalam menjalankan kegiatan usahanya, jika perusahaan tersebut dapat bermanfaat dan menjaga keberlangsungan keberadaannya oleh *stakeholder*.

Kerangka teoritis yang digunakan dalam hal mengatur pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah merupakan teori legitimasi, yang menyebutkan bahwa suatu perusahaan wajib mampu meyakinkan masyarakat tentang kegiatan dan hasil perusahaan yang diterima oleh masyarakat. Jadi perusahaan bertanggung jawab terhadap lingkungan dengan mengungkapkan CSR yang dilakukan dalam laporan tahunannya. Jika masyarakat melakukan penerimaan tersebut maka bisa meningkatkan laba perusahaan yang bisa menjadi bahan pertimbangan investor. Menurut Prakasa (2017) CSR adalah tindakan yang dikerjakan secara legal oleh entitas bisnis dengan untuk memajukan peningkatan ekonomi dengan memperhatikan kepentingan *stakeholders*, kualitas hidup karyawan, lingkungan luar perusahaan dan masyarakat secara luas yang diwujudkan dengan perilaku sosial yang bertanggungjawab.

2.1.3 Jenis Industri

Jenis industri adalah perusahaan yang memiliki karakteristik dari segi bisnis, risiko bisnis, lingkungan dan karyawan. Jenis industri dapat diklasifikasikan menjadi *high profile* dan *low profile*. Perusahaan *high profile* adalah perusahaan yang diberi perhatian lebih oleh masyarakat karena potensi persaingan yang tinggi dalam tingkat risiko lingkungan, sosial dan politik. Untuk menjaga legitimasi, perusahaan *high profile* akan mengungkapkan informasi CSR lebih banyak karena ingin mendapatkan banyak perhatian. Jenis industri yang memiliki risiko lebih tinggi tentu dapat memikul tanggung jawab lebih besar. Terdapat perbedaan jenis industri pada tingkat filantropi ketika menyerahkan sumbangan untuk tanggung jawab sosial perusahaan karena beberapa industri lebih aktif daripada industri lain karena sifat produk dan profil pasarnya dan beberapa industri lebih rentan di mata publik karena kegiatan operasionalnya (Cha & Abebe, 2016).

2.1.4 Ukuran Perusahaan

Suatu ukuran perusahaan adalah variabel terpenting untuk menguji kemampuan perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab sosial. Ini disebabkan karena pada setiap perusahaan besar maupun kecil terdapat perbedaan pelaksanaan tanggung jawab yang lebih sukarela. Ukuran suatu perusahaan menunjukkan besar kecilnya aset perusahaan, sehingga semakin besar perusahaan maka semakin banyak perhatian dari pihak *stakeholder*. Teori dalam mengembangkan hipotesis adalah *stakeholder theory*, karena pihak pemangku kepentingan akan memperhatikan perusahaan besar yang terkait dengan kegiatannya. Emitan yang lebih

bonafit juga perlu menjaga akuntabilitas untuk lebih meningkatkan citra mereka dengan berkontribusi pada kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan. (Bhatia & Makkar, 2020).

2.1.4 Leverage

Leverage adalah rasio antara utang dan modal. Rasio *leverage* digunakan meninjau struktur modal suatu perusahaan untuk dapat mengetahui resiko tak tertagihnya utang oleh perusahaan. Dengan demikian, perusahaan pada tingkat *leverage* yang tinggi akan mengungkapkan tanggung jawab sosial yang lebih untuk meyakinkan *stakeholder* bahwa investasi mereka di perusahaan akan lebih tinggi. *Leverage* merupakan kesanggupan suatu perusahaan untuk melaksanakan kewajiban keuangannya baik saat ini maupun dimasa yang akan datang, atau untuk memperkirakan sejauh mana hutang membiayai perusahaan. Dari perspektif teori *stakeholder*, *leverage* perusahaan besar meningkatkan tingkat resiko tidak tagihnya utang yang meningkat, itulah sebabnya pengawasan yang dilakukan kreditor sangat ketat terhadap perusahaan.

2.1.5 Global Reporting Initiative (GRI)

Annual report dijadikan sebagai alat pengungkapan CSR sehingga para *stakeholder* dapat mempelajari kinerja perusahaan. Laporan tentang kebijakan lingkungan dan sosial ekonomi, dampak dan produktivitas entitas, dan produk dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) diungkapkan pada *sustainability report* (Dewi & Suputra, 2019). Pengungkapan CSR memakai *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI). CSRDI diukur dengan standar GRI. Indikator GRI yang digunakan yaitu : ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial dan Produk. Pengungkapan CSR pada penelitian ini berpatokan pada *GRI Standard (Global Reporting Initiative)*, karena menekankan standar pengungkapan pada berbagai indikator sosial ekonomi lingkungan industri untuk meningkatkan kualitas serta penggunaan pelaporan keberlanjutan.

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

Pendekatan Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian di mana analisis berfokus pada pengujian teori dengan mengukur variabel penelitian dengan angka serta analisis data statistik dan kuantitatif Penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2020, web : <https://www.idx.co.id>. Waktu yang digunakan untuk penelitian dimulai Maret sampai dengan juni 2021.

3.1.1 Populasi dan Sampel

Populasi menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar yang di BEI 2018 – 2020. Waktu penelitian diambil selama tiga tahun. Karena dipakai untuk bahan pembandingan dari tahun sebelumnya dan tahun yang akan datang. Maka sampel yang diambil dalam penelitian ini dengan kriteria xyaitu:

1. Perusahaan manufaktur mempublikasikan laporan tahunan sejak tahun 2018 sampai tahun 2020 secara berturut-turut.
2. Perusahaan yang menggunakan mata uang rupiah sejak tahun 2018 sampai tahun 2020 secara berturut-turut.
3. Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan mengenai Corporate Social Responsibility (CSR) sejak tahun 2018 sampai tahun 2020 secara berturut-turut.
4. Perusahaan manufaktur yang memiliki laba positif pada laporan tahunan sejak tahun 2018 sampai tahun 2020 secara berturut-turut.

3.2 Definisi Operasional Variabel

3.2.1 Corporate Social Responsibility (CSR)

Variabel dependen pada penelitian adalah Corporate Social Responsibility (CSR). CSR adalah tindakan yang dijalankan suatu perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada masyarakat dan lingkungan industri itu berada (Nasir dkk, 2013). Standar CSR yang dipakai pada penelitian yang dilakukan mengacu pada Global Reporting Initiative (GRI). Adapun penelitian menggunakan pendekatan interpretatif ketika menjalankan content analysis untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan. Dalam content analysis lebih mengacu pada checklist item yang digunakan yaitu Global Reporting Initiative (GRI), dimana terdapat enam indikator didalamnya yaitu Indikator ekonomi, Indikator lingkungan, Indikator tenaga kerja, Indikator hak asasi manusia, Indikator sosial dan Indikator produk dengan 91 checklist item.

Perhitungan *Corporate social responsibility* menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CSRI = \frac{\sum Xi}{n}$$

Keterangan :

CSRI : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan.

$\sum Xi$: Total angka atau skor yang diperoleh masing – masing perusahaan.

n : Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan.

Variabel dummy yang digunakan untuk perhitungan CSR yaitu :

Score 0 = perusahaan tidak melakukan pengungkapan CSR pada daftar pertanyaan.

Score 1 = perusahaan melakukan pengungkapan CSR pada daftar pertanyaan.

3.2.1 Jenis Industri

Jenis industri merupakan suatu perusahaan yang memiliki karakteristik dalam bidang usaha, risiko usaha, karyawan yang dimiliki, dan lingkungan perusahaan. Jenis industri dapat dibedakan menjadi dua jenis, antara lain industri *high profile* dan *low profile*. Jenis industri diukur dengan menggunakan dummy variabel yaitu diberi nilai 1 apabila perusahaan termasuk dalam industri *high profile* dan nilai 0 apabila perusahaan termasuk dalam industri *low profile*.

3.2.2 Ukuran Perusahaan (size)

Ukuran perusahaan menurut Machfoedz (2016) adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasi besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain total aktiva, log size, nilai pasar saham dan lain-lain. Instrumen penelitian ini menggunakan total aset. Cara menghitung ukuran perusahaan menggunakan rumus :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln (\text{Total Assets})$$

3.2.3 Leverage

Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen dan Meckling, 1976). Rasio *leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan. Semakin rendah rasio hutang maka semakin bagus perusahaan itu. Sebab artinya sebagian kecil aset perusahaan yang dibiayai dengan hutang. Begitu juga sebaliknya, semakin besar rasio ini berarti makin besar pula *leverage* perusahaan. Dalam penelitian ini, rasio *leverage* yang dipakai adalah *Debt to Equity Ratio* (Dewi dan Sari, 2019). Berikut adalah rumus *Debt to Equity Ratio* :

$$\text{to Equity Ratio} : \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Equity}}$$

3.3 Metode Analisis Data

Pengujian pada penelitian menggunakan model analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu pengaruh Jenis Industri, ukuran dan Leverage terhadap Corporate Social Responsibility (CSR). Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah hubungan antar variabel berpengaruh positif/ negatif dan dipergunakan memprediksi nilai variabel terikat jika nilai variabel bebas mengalami penurunan atau kenaikan. Rumus yang dipakai, yaitu :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_n X_n + e$$

$$CSR = \alpha + \beta_1 JENIS + \beta_2 UP + \beta_3 LEV + e$$

Keterangan :

CSR : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)
 α : Konstanta (*intercept*)
 $\beta_1 - \beta_3$: Koefisien regresi
JENIS : Jenis Industri
UP : Ukuran perusahaan
LEV : Leverage
e : Variabel error (pengganggu)

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Normalitas

Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas

		Jen. Indus	UP	LEV	CSR
N		255	255	255	255
Normal Parameters(a,b)	Mean	,69412	28,54485	1,64030	,57669
	Std. Deviation	,461686	1,481579	2,180107	,033945
Most Extreme Differences	Absolute	,266	,184	,195	,172
	Positive	,266	,101	,195	,136
	Negative	-,235	-,184	-,178	-,172
Kolmogorov-Smirnov Z		1,030	1,009	1,070	,944
Asymp. Sig. (2-tailed)		,239	,260	,203	,334

Sumber : Output SPSS, 2021

Pengujian normalitas data pada tabel 4.1 yaitu :

1. Variabel jenis Industrial memiliki *kolmogorov-smirnov* yaitu 1,030 yang signifikan 0,239. nilai sig 0,239 > α (0,05) diputuskan berdistribusi normal.
2. Variabel Ukuran perusahaan memiliki *kolmogorov-smirnov* yaitu 1,009 yang signifikan 0,260. Hal ini dapat dilihat bahwa nilai sig 0,260 > α (0,05) diputuskan berdistribusi normal.
3. Variabel *leverage* didapatkan *kolmogorov-smirnov* yaitu 1,070 yang signifikan 0,203. Hal ini dapat dilihat bahwa nilai sig 0,203 > α (0,05) diputuskan berdistribusi normal.
4. Variabel CSR memiliki *kolmogorov-smirnov* yaitu 0,944 yang signifikan 0,344. Hal ini bahwa pada nilai sig 0,344 > α (0,05) dan dapat disimpulkan berdistribusi normal.

4.2 Uji Hipotesis

4.2.1 Uji Simultan (uji F)

Tabel 4.2 Hasil Uji Simultan

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,003	3	,001	8,153	,004(a)
	Residual	,290	251	,001		
	Total	,293	254			

Sumber : Output SPSS,2021

Tabel 4.2 didapatkan nilai F_{Hitung} (8,153) dengan signifikasi yaitu 0,004 lebih rendah dari α (0,05), karena H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga pada simultan, variabel independen adalah X_1 (jenis Industri), X_2 (ukuran perusahaan) dan X_3 (*Leverage*) memiliki pengaruh secara signifikan pada variabel Y (CSR).

4.2.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,831(a)	,690	,605	,020202

Sumber : Output SPSS, 2021

Berdasarkan tabel, nilai sebesar 0,831 di atas menunjukkan bahwa korelasi variabel dependen terhadap variabel lainnya cukup kuat karena berkisar pada angka 0,5. Nilai *R square* yang merupakan nilai determinasi pada persamaan yang telah diuji, besarnya *R Square* yaitu 0,690 atau 69,0% dan nilai *adjusted R Square* yang bernilai 0,605. variasi Pengungkapan CSR dijelaskan dengan variasi tiga variabel independen antara lain Ukuran Perusahaan, Jenis Industri, *Leverage*. Sedangkan 31,0% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak ada pada penelitian ini.

4.2.3 Uji t (Parsial)

Tabel 4.3 Hasil Uji Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,286	,114		2,505	,029
	Jen. Industr	,004	,002	,452	2,359	,038
	UP	,013	,004	,661	3,740	,003
	LEV	-,010	,009	-,210	-1,051	,316

Sumber : Output SPSS, 2021

1. Jenis Industri berpengaruh signifikan positif terhadap CSR

Variabel X_1 (Jenis Industrial) memiliki uji t yaitu 2,359 yang signifikan yaitu 0,038 atau kurang dari nilai α (0,05). Hal ini dapat dilihat bahwa H_0 ditolak dan H_{1a} diterima maka dapat diputuskan jika variabel X_1 (Jenis Industrial) berpengaruh signifikan yang positif pada variabel

CSR. pengaruh Jenis Industri terhadap pengungkapan CSR menunjukkan bahwa perusahaan *high profile* mendapat banyak perhatian dikarenakan berinteraksi dengan pemangku kepentingan, oleh karena itu keterbukaan informasi merupakan sarana komunikasi yang berhasil. Perusahaan *high profile* banyak berbicara tentang berbagai jenis kegiatan, terutama yang berkaitan dengan masalah sosial dan lingkungan. Perusahaan harus dapat memberikan nilai tambah kepada pemangku kepentingannya karena dukungan yang diberikan oleh pemangku kepentingan sangat mempengaruhi keberadaan perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan Widiastuti, Dkk (2018) dan Faidah (2020).

2. Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan yang positif pada CSR

Pada variabel X_2 (Ukuran Perusahaan) memiliki statistik uji t yaitu 3,740 dengan signifikan yaitu 0,003 atau kurang dari nilai α (0,05). Pengujian ini membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_{1b} diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_2 (Ukuran Perusahaan) berpengaruh signifikan positif terhadap variabel CSR. Semakin banyak aset yang dimiliki perusahaan, maka kinerja yang baik tentu dibutuhkan. Cara untuk menunjukkan hasil yang baik adalah dengan memprioritaskan keadaan lingkungan sosialnya yaitu mengungkapkan CSR secara luas supaya kepercayaan publik terhadap perusahaan berdampak pada citra yang baik di mata publik. Jika perusahaan secara konsisten melaksanakan praktik CSR, maka akan dapat beroperasi dengan lancar. Hasil penelitian ini sejalan dengan rofiqoh (2016) dan faidah (2020).

3. Leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR

Pada variabel X_3 (*Leverage*) memiliki uji t yaitu 1,051 yang signifikan yaitu 0,316 atau lebih tinggi dari nilai α (0,05). Uji ini membuktikan H_0 diterima dan H_{1c} ditolak maka dapat diputuskan jika variabel X_3 (*Leverage*) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel CSR. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *leverage* yang dimiliki perusahaan, semakin rendah CSR yang diungkapkan. “Hasil penelitian ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Sunaryo dan Mahfud (2016) yang juga menyatakan bahwa perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan berusaha untuk tidak melaporkan CSR, hal ini dilakukan agar perusahaan dapat menghemat biaya, karena dibutuhkan biaya yang besar untuk melakukan kegiatan dan pengungkapan CSR”. “Pradnyani dan Sisdyani (2015) tingkat *leverage* perusahaan yang tinggi menandakan bahwa pendanaan untuk aktivitas perusahaan lebih banyak berasal dari pihak eksternal, yang mana hal tersebut akan diperhatikan oleh *debtholders*. Oleh karena itu untuk mengurangi perhatian *debtholders* maka perusahaan memfokuskan pada peningkatan profit sehingga luas pengungkapan tanggung jawab sosial dikurangi”.

5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini berupaya untuk mengetahui pengaruh Jenis Industri, Ukuran Perusahaan dan *leverage* terhadap *Corporate sosial respncibility* (CSR) yang terjadi di perusahaan Manufaktur. Kesimpulan dari penelitian dan pembahasan yaitu :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Jenis Industri, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* berpengaruh terhadap *Corporate sosial respncibility* (CSR).
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jenis Industrial berpengaruh signifikan yang positif pada *Corporate sosial respncibility* (CSR).
3. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Ukuran perusahaan terdapat pengaruh signifikan yang positif pada *Corporate sosial respncibility* (CSR).

4. Hasil dari penelitian dapat dilihat bahwa *Leverage* tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada *Corporate sosial responcibility* (CSR).

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

1. Perusahaan yang diambil dalam penelitian ini perusahaan manufaktur dengan jumlah sampel 85.
2. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Jenis Industrial, ukuran perusahaan dan *Leverage* dengan *Corporate sosial responcibility* (CSR).

5.3 Saran

Berdasarkan simpulan dan keterbatasan dalam penelitian ini, maka dapat dijadikan sebagai acuan untuk memberikan saran guna meningkatkan kualifikasi penelitian selanjutnya.

1. Bagi peneliti yang melakukan penelitian sejenis, disarankan melakukan penelitian lebih lanjut dalam waktu yang lebih lama untuk mengetahui seberapa besar dampak yang dipengaruhi oleh Jenis industri, ukuran perusahaan dan *Leverage* terhadap *corporate social responsibility*.
2. Dalam penelitian ini hanya menggunakan variabel apakah jenis industri, ukuran perusahaan dan *leverage* untuk menjelaskan variabel *corporate social responsibility* sehingga peneliti selanjutnya sebaiknya menambah variabel lain dalam penelitiannya (misalnya profitabilitas dan kepemilikan manajemen) sebagai varaiabel yang dapat mempengaruhi *coporate social responsibility*.

DAFTAR PUSTAKA

- A Chariri dan Imam Ghozali. 2010. Teori Akuntansi. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Anggara dan Andriana. 2019. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Kepemilikan Saham Publik Pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. e-Jurnal Akuntansi Volume 29 e-ISSN 2302-8556 Denpasar : Oktober 2019.
- Faidah, Akhmada. 2020. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan yang Terdaftar Di Bei Tahun 2016-2018. E-JRA Volume 09 No. 06 Agustus 2020.
- Fitriyah LH, Laila. 2017. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (Studi Pada Sektor Pertambangan, Perbankan Dan Industri Semen). Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB-UB. Volume 5 No. 2.
- Kadir dan Yovana. 2020. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). JURNAL MANAJEMEN DAN AKUNTANSI Volume 21 No.1 April 2020.
- Kusuma, I Gede Adi. 2014. “ Pengaruh Kinerja Ekonomi dan Kinerja Lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility*”. Denpasar : Universitas Mahasaraswati Denpasar.

- Mertha dan Urmila. 2017. Tipe Perusahaan Memoderasi Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kepemilikan Asing Pada Pengungkapan CSR Perusahaan Manufaktur Di BEI. E-Jurnal Akuntansi Vol. 19 No.3 ISSN: 2302-8556 Juni 2017.
- Pratiwi dan Ismawati. 2019. Analisis Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014. Surakarta Accounting Review (SAREV) Volume 1 Juni 2019.
- Rofiqkoh dan Priyadi. 2016. Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi Vol. 5 No.5 ISSN : 2460-0585 Oktober 2016.
- Sedana dan Dewi. 2019. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. E-Jurnal Manajemen Volume 8 No. 11 ISSN : 2302-8912.
- UU 40 tahun 2007 Perseroan Terbatas.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dan Undang-Undang Republik Indonesia.
- Widiastuti, Utami dan Ridi Handoko. 2018. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, *Growth*, dan *Media Exposure* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2015). Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Wigrhayani, Ni Nyoman Sri Wira . 2019. Pengaruh Tipe Industri, *Growth*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi Volume 8. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- *) **Muhamad Salim** adalah Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang
) **Anik Malikah adalah Dosen tetap Universitas Islam Malang
***) **M Afifudin** adalah Dosen tetap Universitas Islam Malang