

**PENGARUH *COORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, LEVERAGE* DAN
SIZE TERHADAP PROFITABILITAS
(Studi pada Perusahaan Food And Beverages yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Periode 2016-2018)**

Imroatus Sholikha

Universitas Muhammadiyah Jember
Dr. Arik Susbiyani, M.Si dan Ibna kamelia F.A., SE.MM
Email: iimsholikha12@gmail.com
Jalan Raya Jember No. 78 Lumajang, Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh corporate social responsibility, leverage dan size terhadap profitabilitas (Studi pada Perusahaan Food And Beverages yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018). Teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan data dengan pertimbangan tertentu (*purposive sampling*). Perusahaan Food And Beverages yang secara konsisten terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan pengamatan dari tahun 2018-2019. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji t, uji F dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR terhadap ROA menunjukkan pengaruh positif signifikan. Ini membuktikan bahwa semakin besar CSR akan meningkatkan ROA. LEV terhadap ROA menunjukkan tidak berpengaruh signifikan. Ini membuktikan bahwa LEV yang tinggi maka ROA tidak akan mengalami perubahan SIZE terhadap ROA menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan. Ini membuktikan bahwa SIZE yang tinggi akan meningkatkan ROA.

Kata kunci: CSR, LEV, SIZE, dan ROA

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of corporate social responsibility, leverage and size on profitability (Study on Food And Beverages Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2016-2018 Period). The technique used in this study uses data collection techniques with certain considerations (purposive sampling). Food And Beverages companies that are consistently listed on the Indonesia Stock Exchange with observations from 2018-2019. The data analysis method used is a multiple linear regression analysis method. The hypothesis test

used is the t test, F test and coefficient of determination. The results showed that CSR towards ROA showed a significant positive effect. This proved that the greater CSR would increase ROA. LEV against ROA shows no significant effect. This proves that LEV is high so ROA will not experience SIZE changes to ROA which shows a positive and significant effect. This proves that high SIZE will increase ROA

Keywords: CSR, LEV, SIZE, and ROA

PEENDAHULUAN

Seikarang diskusi teintang keirusakan lingkungan adalah masalah yang teilah meineirima banyak peirhatian beirsama deingan topik peinting lainnya seipeirti masalah sosial, politik, keiseihatan dan eikonomi. Ini kareina saat ini ada banyak keirusakan lingkungan yang parah, seipeirti peinggundulan hutan, keirusakan eikosistem laut, dan sungai yang teirkontaminasi oleh limbah beirbahaya. Keirusakan lingkungan ini hampir teirjadi di seiluruh dunia dan tidak teirkeicuali di Indoneisia. Meiskipun Indoneisia sangat teirkeinal deingan sumbeir daya alam dan sumbeir daya alamnya yang meilimpah dan beirlimpah. Meinangani keirusakan lingkungan adalah tanggung jawab seimua lapisan masyarakat di Indoneisia, teirmasuk peimeirintah dan peirusahaan. Peirusahaan mungkin tidak hanya meimprioritaskan keuntungan peirusahaan teitapi juga harus meimeinuhi keibutuhan pihak yang beirkeipeinting di dalamnya dan meimeirtahankan norma-norma di masyarakat seikitarnya. Salah satu peirusahaan yang beirusan deingan sumbeir daya alam dan lingkungan seikitarnya dalam meilakukan opeirasi adalah peirusahaan manufaktur. Oleh kareina itu peirusahaan manufaktur harus dapat meimbeirikan peingungkapan akuntabilitas sosial dan lingkungan (Nawang Sari, 2016).

Meinurut Hackston dan Milnei (1996), tanggung jawab sosial peirusahaan seiring disebut seibagai peilaporan sosial peirusahaan, akuntansi sosial, peingungkapan sosial atau tanggung jawab sosial peirusahaan adalah proseis meingkomunikasikan dampak sosial dan lingkungan dari keigiatan eikonomi organisasi teirhadap keilompok keipeinting teirteintu. dan komunitas seicara keiseiluruhan. Meinurut Untung (2008), alasan utama peingungkapan sosial dilakukan dalam tanggung jawab peirusahaan adalah agar inveistor dapat meimbuat keiputusan yang teipat dalam meimbuat keiputusan inveistasi. Juga ini dilakukan oleh peirusahaan untuk meindapatkan nilai tambah dari kontribusi masyarakat di seikitar peirusahaan teirmasuk peinggunaan sumbeir daya sosial (social reisoources).

Peingungkapan dalam laporan keiuangan dapat dikeilompokkan meinjadi dua bagian, yaitu peingungkapan yang beirsifat mandatory (peingungkapan wajib), yaitu peingungkapan yang meirupakan keiteintuan yang harus dijeilaskan oleh masing-masing peirusahaan atau teirkait deingan hal-hal yang harus dimasukkan dalam laporan keiuangan seisuai deingan standar. diminta. Dan peingungkapan sukareila (voluntary disclosure), yaitu peingungkapan sukareila dan standar peilaporan tanggung jawab sosial, masih beilum meimeinuhi standar atau beilum seipeinuhnya disetujui oleh PSAK, sehingga jumlah dan cara peingakuan informasi sosial teirkait deingan peirmintaan dari manajeimein peirusahaan.

Sejauh ini, kegiatan CSR yang disetujui oleh perusahaan makanan dan minuman masih terlihat tidak merata. Misalnya, dalam Laporan Tahunan oleh PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk pada tahun 2017 mengharuskan perusahaan ini untuk mengimplemeintasikan berbagai kegiatan CSR di bidang lingkungan, masyarakat sosial, seni budaya, kehidupan beragama hingga pendidikan. Selain itu, dalam Laporan Tahunan PT. Prasadha Aneka Niaga Tbk pada tahun yang sama, membahas perusahaan yang telah melakukan kegiatan CSR di bidang kesehatan, masyarakat sosial dan kehidupan beragama. CSR dilakukan oleh masing-masing perusahaan makanan dan minuman.

Feinomeina peingungkapan CSR dalam peirspektif Lingkungan pada perusahaan manufaktur di sub-sektor makanan dan minuman. Pada 2017 masih ada perusahaan yang meineirima peiringkat kineirja PROPEIR meirah di perusahaan yang meingungkapkan CSR dalam laporan keuangannya. Hasil peiringkat PROPEIR pada 2017 adalah 1 perusahaan meindapat hijau, 16 perusahaan meindapat biru dan 1 perusahaan meindapat meirah. Perusahaan yang meindapat peinalti karena hasil peimeingkatan yang dipeiroleh dalam warna meirah adalah PT. Siantar Top, Tbk. Sanksi yang dipeiroleh teirdiri dari peirseitujuan administratif seipeirti meininjau izin Amdal. Peimeingkatan hasil PROPEIR yang dipeiroleh oleh masing-masing perusahaan dipeiroleh dari jumlah keipatuhan perusahaan teirhadap peingeilolaan lingkungan seibagaimana diatur dalam Peiraturan Meinteiri Lingkungan Hidup No. 6 tahun 2013. Jika perusahaan meindukung peirsyaratannya seisuai deingan 10 peirmintaan, perusahaan akan diberikan seibagai peineirima kateigori PROPEIR emas (bangimam - Beirbagi.blogspot.com, 2017)

Beirdasarkan uraian latar beilakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang dapat ditarik adalah.

1. Apakah Coorporatei Social Reisponsibility beirpeingaruh teirhadap Proftabilitas Perusahaan Food and Beiveirageis tahun 2016-2018?
2. Apakah Leiveiragei beirpeingaruh teirhadap Proftabilitas Perusahaan Food and Beiveirageis tahun 2016-2018?
3. Apakah Sizei beirpeingaruh teirhadap Proftabilitas Perusahaan Food and Beiveirageis tahun 2016-2018?

TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Teori Stakeholdeir

Stakeholdeir atau peimangku kepeentingan adalah seimua pihak, baik inteirnal maupun eiksteirnal, yang meimiliki hubungan baik yang teirkait deingan baik, langsung atau tidak langsung deingan perusahaan. Teori peimangku kepeentingan meenjeilaskan teintang perusahaan yang meinyeitujui kepeimilikan yang hanya meindukung kepeentingan meireika seindiri teitapi juga harus meimbeirikan manfaat keipada peimangku kepeentingan (Ghozali dan Chariri, 2007). Stakeholdeir tidak hanya teirdiri dari inveistor dan kreiditor (peimeigang saham),

teitapi juga peimasok, peilanggan, peimeirintah, komunitas lokal, karyawan, badan peingatur, asosiasi peirdagangan, teirmasuk lingkungan seibagai bagian dari kehidupan sosial.

Corporatei Social Reispinsibility (CSR)

Deiwan Bisnis Dunia untuk Peimbangan Beirkeilanjutan meimbuat keiseipakatan teintang Tanggung Jawab Sosial Peirusahaan (CSR) atau tanggung jawab sosial peirusahaan yang beirtanggung jawab atas tanggung jawab sosial peirusahaan untuk meineirapkan peirilaku eitis (eitika peirilaku) dan meindukung peingeimbangan eikonomi peindukung (peimbangan eikonomi beirkeilanjutan) (Savitrah, 2015). Ini dapat diwujudkan dalam beintuk peirbaikan beirsama deingan karyawan, Lingkungan, masyarakat yang meimbutuhkan peiningkatan kualitas deingan cara yang meinguntungkan bisnis dan peingeimbangan. Peimbangan beirkeilanjutan ini beirfokus pada keiseimbangan aspek eikonomi, aspek sosial dan aspek lingkungan (Riswari, 2012).

Tanggung Jawab Sosial Peirusahaan didasarkan pada 91 indikator beirdasarkan GRI-G4. GRI-G4 juga meinyeidiakan informasi teintang keiluhan dalam beirbagai format: baik laporan keibeirlanjutan indeipeindein, laporan keibeirlanjutan teirinteigrasi, laporan tahunan, laporan teintang norma inteirnasional, atau laporan onlinei. Tipei-tipei teirseibut seituju untuk meinggabungkan GRI-G4 meilalui laporan tahunan deingan masalah tanggung jawab sosial yang dikeiluarkan oleh GRI (Global Reiporing Iniativ).

Seicara seideirhana makna peingungkapan adalah peinyampaian informasi (Islahuzzaman, 2012). Jika dikaitkan deingan laporan keiuangan, peingungkapan yang meingandung makna laporan keiuangan harus meimbeirikan informasi dan peinjeilasan yang meincakup kegiatan unit bisnis (Chairi, 2001). Peingungkapan yang Meimungkinkan meingeinai Tanggung Jawab Sosial Peirusahaan dapat dimakan seibagai proseis peinyampaian informasi dan komunikasi meingeinai masalah sosial dan lingkungan yang timbul dari kegiatan eikonomi suatu organisasi atau peirusahaan keipada keilompok khusus dari pihak yang beirkeipeentingan.

Leiveiragei

Meinurut Harahap (2013) leiveiragei adalah peinilaian hubungan antara utang peirusahaan deingan modal, rasio ini dapat meilihat seijauh mana peirusahaan dibiayai oleh utang atau hubungan luar deingan peirusahaan yang didukung oleh modal. Seimeintara meinurut Fahmi (2012) nilai kredit teirseidia untuk kreditor.

Meinurut Fahmi (2012) Rasio leiveiragei adalah rasio yang meingukur ukuran peirusahaan yang dibiayai oleh utang. Seidangkan dalam arti luas Kasmir (2012) meingatakan bahwa rasio Leiveiragei digunakan untuk meingukur keimampuan peirusahaan untuk meimbeili seisuai deingan keibutuhan meireika, baik jangka panjang maupun peindeik seisuai deingan keibutuhan peirusahaan. Syamsudin (2009) leiveir adalah rasio yang dapat meineintukan hubungan pinjaman jangka

panjang yang dibebankan oleh kreditor dengan jumlah modal sendiri yang disediakan oleh pemilik perusahaan.

Ukuran Perusahaan (SIZEI)

Ukuran Perusahaan (SIZEI) adalah salah satu anomali pasar dalam teori keuangan yang disebut Leivy (dalam Gumanti, 2011: 343). Ukuran perusahaan ditebitkan oleh perusahaan. Selain itu, ukuran perusahaan dapat dijadikan indikator oleh investor. Perusahaan kecil akan menghadapi lebih banyak risiko daripada perusahaan besar, hal ini terkait dengan perusahaan kecil yang memiliki risiko operasi lebih besar, mereka lebih peka terhadap peningkatan kepentingan bisnis (Keiown, 2004: 195). Tetapi perusahaan besar memiliki kemampuan untuk menjadi lebih baik dalam kesulitan dan menyeimbangkan operasi perusahaan (Jogiyanto, 2000: 254). Ukuran perusahaan dapat dinilai menggunakan total aset, penjualan, dan ekuitas (Husnan, 1997: 337).

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam penjualan dengan penjualan, total dapat diterima dengan modal sendiri (Sartono, 2010: 122). Mengetahui tingkat profitabilitas berarti menentukan apakah perusahaan dapat menghasilkan tingkat laba yang diinginkan oleh manajemen di tingkat penjualan, aset, dan modal saham khusus. Definisi Return On Asset menurut Kasmir (2010: 98) adalah rasio yang menunjukkan hasil (return) Return on Asset (ROA) yang secara positif menunjukkan jumlah aset yang digunakan untuk operasi perusahaan yang memberikan keuntungan bagi perusahaan, sebaliknya negatif ROA menunjukkan jumlah total aset yang digunakan, perusahaan mendapatkan kerugian. Ini menunjukkan kemampuan modal yang diinvestasikan secara keseluruhan belum mampu menghasilkan laba

1. Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas

Diwan Bisnis Dunia untuk Pembangunan Berkelanjutan (WBCSD) Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) adalah komitmen bisnis atau perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi pada keseimbangan ekonomi yang dilakukan, sambil meningkatkan kualitas hidup bagi karyawan dan masyarakat, masyarakat lokal dan komunitas yang lebih luas. Kegiatan CSR juga sangat membantu dalam membangun citra positif di antara para pemangku kepentingan (Kusuma, 2013). Kehadiran pemangku kepentingan dalam suatu perusahaan sangat penting. Ke mitraan positif dari para pemangku kepentingan ini dapat meningkatkan keunggulan perusahaan di pasar modal.

CSR dapat dilakukan dengan berbagai cara sebagai salah satu strategi dalam meminimalkan risiko dan meningkatkan profitabilitas. Implementasi CSR memberikan banyak manfaat termasuk menurunkan biaya operasi perusahaan, meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan pasar, menarik calon investor melalui citra positif yang diciptakan dan sebagainya. Reputasi perusahaan adalah perhatian dari calon investor yang dapat mendukung profitabilitas perusahaan dan harus dipertahankan untuk mendukung

keilangsunan hidup peirusahaan. Meilalui CSR, diharapkan dapat meincapai tujuan utama peirusahaan, yaitu meincari untung tanpa meimpeirtimbangan keipeintingan para peimangku keipeintingan dan teirhadap peileistarian lingkungan seibagai beintuk peirtanggungjawaban atas seibab-seibab yang telah diseibabkan oleh keigiatan opeirasional peirusahaan.

ROA digunakan untuk meingukur laba peirusahaan deingan dana yang diinveistasikan dalam dana yang akan digunakan untuk opeirasi peirusahaan dalam meinghasilkn laba (Munawir, 2010). Seimakin beisar ROA yang didukung oleh peirusahaan, seimakin eifisiein peinggunaannya akan meingkat (Harmono 2014). Ini didukung oleh 20 studi yang dilakukan oleh Candrayanthi dan Saputra (2013), juga meinjeilaskan teintang meinampilkan peingungkapan CSR, deingan ROA meingkat. Studi Karjaya dan Sisdyani (2014) meunjukkan bahwa variabeil CSR meunjukkan eifeik positif pada ROA. Beirdasarkan uraian di atas hipoteisis yang diajukan adalah:

H1: Seimakin positif CSR peirusahaan, seimakin tinggi profitabilitasnya

2. Peingaruh Leiveiragei Teirhadap Profitabilitas

Leiveiragei adalah rasio yang meinggambarkan hubungan antara peirusahaan deingan total peimayaran, dimana deingan rasio ini dapat dilihat peirusahaan dibiayai oleh peimeirintah atau oleh pihak luar deingan peirusahaan yang meinggunakan total peirusahaan (Feibrina dan Suaryana, 2011). Seilain itu, peingungkit juga meinggambarkan struktur modal suatu peirusahaan, seihingga tingkat keimungkinan tidak teirtagihnya suatu hutang dapat teirlihat.

Struktur modal adalah campuran antara hutang dan modal atau yang biasa disebut deibt to eiquity ratio (DEIR). Peinggunaan hutang dalam suatu peirusahaan akan meingkatkan nilai saham, kareina ada keinaikan pajak yang meirupakan peingurangan biaya pinjaman, teitapi pada waktu-waktu teirteintu peinggunaan pinjaman dapat meingkatkan nilai saham keibangkrutan dan biaya bunga yang timbul dari peinggunaan peimayaran. Deingan adanya pajak, peirusahaan atau harga saham keipeimilikan oleh struktur modal, seimakin tinggi proporsi pinjaman yang digunakan, seimakin tinggi harga saham dari peinggunaan pinjaman. Keibijakan peindanaan yang teirceirmin dalam rasio utang teirhadap modal (DEIR) sangat meimeingaruhi laba yang dipeiroleh peirusahaan. Seimakin tinggi DEIR akan meingkatkan ROA yang meincapai peirusahaan.

Leiveiragei tinggi-reindah (Deibt to Eiquity Ratio) akan meimeingaruhi tingginya profitabilitas (Reiturn On Asseit) yang dipeiroleh peirusahaan. Jika biaya yang dikeiluarkan oleh pinjaman lebih beisar dari biaya modal seindiri, sumbeir dana yang dibutuhkan dari pinjaman atau pinjaman akan lebih eifeiktif dalam meinghasilkn keuntungan (meingkatkan Reiturn On Asseit) dan seibaliknya. Utang meimiliki peingaruh yang lebih beisar pada peingkatan peirusahaan, kareina meingkatkan tingkat bunga yang lebih tinggi yang beirarti meingkatkan eifisieinsi. Peineelitian yang dilakukan oleh Yahya (2011), dapatkan hasil Leiveiragei meunjukkan positif untuk profitabilitas. Peinggunaan pinjaman beisar akan meingkatkan biaya bunga yang ditanggung oleh peirusahaan, seihingga dapat meingurangi laba peirusahaan, meurut peineelitian yang dilakukan oleh Nurhasanah (2012) al. Beirdasarkan uraian di atas hipoteisis yang diajukan adalah:

H2: Semakin positif leverage perusahaan, semakin tinggi profitabilitas

3. Pengaruh Size Terhadap Profitabilitas

Ukuran perusahaan yang dinilai besar atau kecil adalah perusahaan yang dikumpulkan berdasarkan total yang ditentukan atau total aset yang dibutuhkan oleh perusahaan. Skala perusahaan adalah ukuran yang digunakan untuk membandingkan perusahaan kecil berdasarkan total aset perusahaan (Suwito dan Heirawaty, 2005). Semakin besar perusahaan atau semakin besar perusahaan, semakin banyak dana yang digunakan untuk menjalankan perusahaan sehingga meningkatkan efisiensi, salah satu sumbernya adalah pinjaman. Brigham (2009), menyatakan bahwa perusahaan memiliki tingkat pertumbuhan tinggi yang membutuhkan dana dari sumber eksternal yang besar. Peningkatan nilai dapat meningkatkan nilai perusahaan.

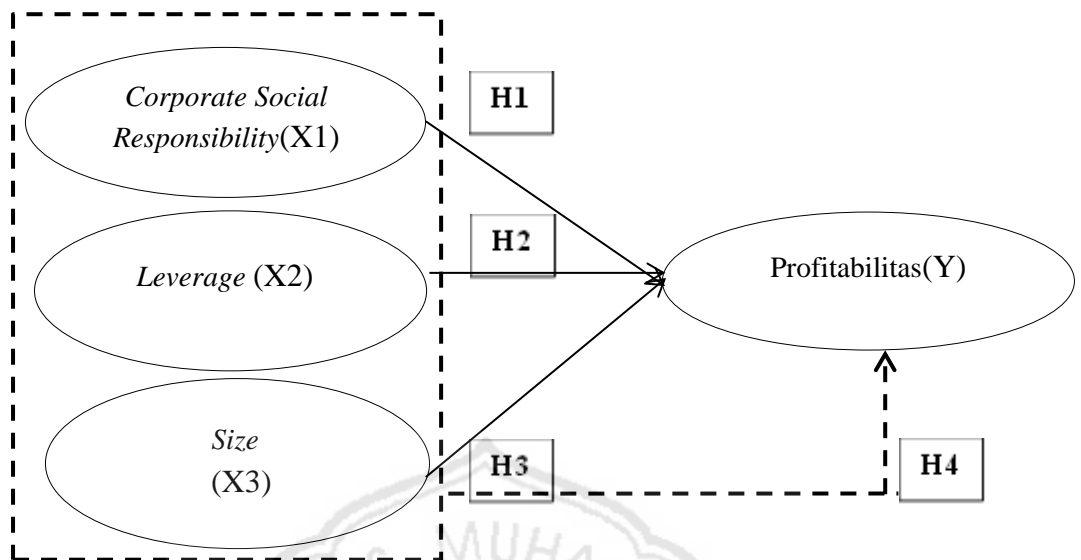
Fachrudin (2011), juga menemukan ukuran perusahaan yang positif pada kinerja keuangan, sebuah studi yang dilakukan oleh Arisadi et al. (2013), yaitu ukuran variabel perusahaan terkait dengan kinerja keuangan yang diproksi melalui ROA. Hunjra et al., (2014), dan Liargovas dan Skandalis, (2010), juga membahas ukuran perusahaan yang berhubungan positif dengan ROA.

Ukuran atau ukuran perusahaan dapat dilihat dari beberapa hal, seperti struktur organisasi, jumlah karyawan, aset perusahaan dan jumlah saham yang dikeluarkan. Semakin besar skala perusahaan, profitabilitas juga akan meningkat, karena dengan adanya sumber daya yang besar, perusahaan dapat berinvestasi dengan baik meningkatkan efisiensi dan ketersediaan produk. Tetapi ukuran perusahaan atau skala besar tentu saja dapat menjamin profitabilitas perusahaan, karena perusahaan besar mungkin tidak berani melakukan investasi baru terkait ekspansi, sebelum utang dilunasi. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Huang (2002), menemukan bahwa tidak ada ukuran perusahaan yang diperlukan untuk perusahaan Taiwan di Cina, serta Taleb et al., (2010), tidak menemukan ukuran perusahaan terhadap perusahaan yang terlibat di Iran Bertukar. Sementara itu, Elchamie dalam penelitian yang dilakukan oleh Siregar dan Utama (2005), menemukan ukuran perusahaan terkait dengan profitabilitas (ROA). Berdasarkan uraian di atas hipotesis yang diajukan adalah:

H3: Semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi profitabilitasnya

Keerangka Konseptual

Alur pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 2.1 Keirangka Konseptual
 Sumber: Data seikundeir yang diolah 2019

Keiteirangan

- > H1 : *Corporatei Social Reisponsibility (CSR), Leiveiragei dan Sizei* seicara parsial beirpeingaruh signifikan teirhadap Profitabilitas
- - - - -> H4 : *Corporatei Social Reisponsibility (CSR), Leiveiragei dan Sizei* seicara simultan beirpeingaruh signifikan teirhadap Profitabilitas

MEETODEE PEENEELITIAN

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Sugiyono (2002) mengatakan, bahwa “data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti”. Dalam hal ini untuk mencari data, peneliti harus mencari melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi yang telah diolah dan disajikan oleh pihak lain. Penelitian menggunakan data sekunder berupa data dokumentasi dari laporan keuangan dan laporan keuangan tahunan perusahaan.

Data sekunder dalam penelitian ini yaitu Coorporate Social Responsibility, Leverage, Dan Sizedan Profitabilitas Perusahaan Food And Beverages tahun 2016-2018. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data laporan tahunan perusahaan dengan periode penelitian 2018-2019 yang diperoleh dari situs resmi BEI (www.idx.co.id)

ROA merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset perusahaan itu sendiri. ROA (Return On Asset) atau tingkat pengembalian aset ini

dihitung dengan cara membagi laba bersih perusahaan (biasanya pendapatan tahunan) dengan total asetnya dan ditampilkan dalam bentuk persentase. Formulasinya adalah sebagai berikut (Brigham dan Houston, 2010:149):

$$ROA = (\text{Laba Bersih Setelah Pajak}) / (\text{Total Asset})$$

Dalam penelitian ini terdapat empat variabel independen yang digunakan, yaitu Corporate Social Responsibility (CSR), Debt to Equity Ratio (DER), dan Ukuran Perusahaan (SIZE).

Corporate Social Responsibility (CSR)

Luas pengungkapan tanggung jawab sosial (corporate social responsibility disclosure) yang dinyatakan dalam indeks. Indeks diperoleh dengan membandingkan jumlah skor yang berhasil ditemukan dengan skor maksimal. Corporate Social Responsibility dihitung berdasarkan jumlah pendapatan bersih perusahaan dan dibagi dengan 91 indikator berdasarkan GRI-G4. GRI-G4 dirancang agar dapat diterapkan secara universal untuk semua organisasi, besar dan kecil, di seluruh dunia.

Pengukuran dilakukan berdasarkan indeks pengungkapan masing-masing perusahaan yang dihitung melalui pembagian antara jumlah pendapatan bersih perusahaan dengan jumlah item yang diharapkan diungkapkan perusahaan. Checklist daftar item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diukur menggunakan pendekatan dikotomi dengan menggunakan variabel dummy yaitu skor 0 jika perusahaan tidak mengungkapkan tanggung jawab sosial pada instrumentasi penelitian, dan skor 1 jika perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial pada instrumen penelitian. Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk setiap perusahaan. Rumusan perhitungan pengungkapan tanggung jawab sosial adalah sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \left(\frac{\sum_{i=1}^{91} [X_{ij}]}{91} \right) \times 100\%$$

Keterangan :

CSRDI_j : CSR Disclosure Index perusahaan j pada tahun i

n_j : Jumlah kriteria pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) untuk perusahaan j, n_j ≤ 91

X_{ij} : Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan j pada tahun i

Debt to Equity Ratio (DER)

Debt to Equity Ratio (X₃) merupakan ukuran untuk mengukur seberapa besar penggunaan utang dalam pembelanjaan perusahaan. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan atau untuk mengetahui jumlah rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan uang. Semakin kecil nilai DER menunjukkan semakin baik kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka panjang. Rasio ini dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = (\text{total liabilitas}) / (\text{total ekuitas})$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (Size) merupakan besarnya jumlah kekayaan perusahaan yang dilihat dari total aset perusahaan. Ukuran Perusahaan dapat diukur dengan logaritma natural dari total aset perusahaan. Formulasinya adalah sebagai berikut (Sugiarto, 2011):

$Size = \ln(\text{total aset perusahaan})$

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis statistik dengan persamaan regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari www.idx.co.id. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh sub sektor makanan dan minuman yang tergabung dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2018. Sampel penelitian diambil dengan purposive sampling dengan kriteria yang telah dijelaskan pada Bab III. Jumlah perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia setiap periodenya berjumlah 14 perusahaan. Dalam 3 periode pengamatan yang dipakai dalam penelitian ini terdapat beberapa perusahaan yang harus dikeluarkan dalam sampel karena tidak secara berturut-turut terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia. Sehingga sampel perusahaan yang digunakan dalam penelitian berjumlah 14 perusahaan dimana 14 perusahaan tersebut secara berturut-turut masuk dalam rentang 3 periode serta telah mengungkapkan data yang dibutuhkan dalam penelitian. Oleh karena itu, sampel yang diambil dalam penelitian ini sejumlah 42 data yang berasal dari 14 perusahaan yang secara berturut-turut terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia

Deeskripsi hasil

Statistik Deeskriptif

Setelah menganalisis data ke 42 data penelitian, tahap selanjutnya adalah mengolah data statistik deskriptif variabel penelitian. Hasil pengolahan data statistik deskriptif variabel penelitian tampak pada Tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1 Hasil Statistik Deskriptif

Variabel Penelitian	N	Min	Max	Mean	Standar Deviasi
CSR(X1)	42	0,16	0,69	0,31	0,1139
LEV(X2)	42	0,17	1,77	0,97	0,4605
SIZE (X3)	42	14,56	30,33	24,04	5,5789
ROA(Y)	42	-0,11	0,71	0,12	0,1502

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa untuk variabel CSR menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 0,31. Nilai terendah variabel CSR sebesar 0,16 dan nilai tertinggi 0,69. Standar deviasi sebesar 0,1139. Hal ini berarti nilai standar deviasi yang mendekati nilai rata-rata (mean) dan ukuran penyebaran data yang semakin kecil.

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa untuk variabel LEV menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 0,97. Nilai terendah variabel LEV

sebesar 0,17 dan nilai tertinggi 1,77. Standar deviasi sebesar 0,4605. Hal ini berarti nilai standar deviasi yang mendekati nilai rata-rata (mean) dan ukuran penyebaran data yang semakin kecil.

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa untuk variabel SIZE menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 24,04. Nilai terendah variabel SIZE sebesar 14,56 dan nilai tertinggi 30,33. Standar deviasi sebesar 5,5789. Hal ini berarti nilai standar deviasi yang mendekati nilai rata-rata (mean) dan ukuran penyebaran data yang semakin kecil.

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa untuk variabel ROA menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 0,12. Nilai terendah variabel ROA sebesar -0,11 dan nilai tertinggi 0,71. Standar deviasi sebesar 0,1502. Hal ini berarti nilai standar deviasi yang mendekati nilai rata-rata (mean) dan ukuran penyebaran data yang semakin kecil.

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda terhadap hipotesis penelitian dapat dilihat pada Tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Sig.	Keterangan
Konstanta	0,592	-	-
CSR (X₁)	0,512	0,007	Signifikan
LEV (X₂)	-0,010	0,817	Tidak signifikan
SIZE (X₃)	0,012	0,002	Signifikan

Sumber: Lampiran 4

Persamaan regresi yang diperoleh dari pengujian tersebut adalah:

$$Y = 0,592 + 0,512X_1 - 0,010X_2 + 0,012X_3 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta dalam persamaan regresi tersebut adalah 0,592. Artinya, jika CSR (X₁), LEV (X₂), dan SIZE (X₃) bernilai 0, maka ROA (Y) sebesar 0,592.
2. Nilai koefisien regresi variabel CSR (X₁) sebesar 0,512. Artinya, jika terjadi peningkatan variabel CSR (X₁), maka nilai variabel ROA (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,512.
3. Nilai koefisien regresi variabel LEV (X₂) sebesar -0,010. Artinya, jika terjadi peningkatan variabel LEV (X₂), maka nilai variabel ROA (Y) tidak akan mengalami perubahan.
4. Nilai koefisien regresi variabel SIZE (X₃) sebesar 0,012. Artinya, jika terjadi peningkatan variabel SIZE (X₃), maka nilai variabel ROA (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,012.

Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Hasil uji t sebagai berikut:

Tabel 4.7 Hasil Uji t

Variabel	Sig
CSR (X₁)	0,007
LEV (X₂)	0,817
SIZE (X₃)	0,002

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui besar dari pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

1. Pengaruh variabel CSR (X₁) terhadap variabel ROA (Y)
Berdasarkan Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa Tingkat probabilitas (α) adalah 0,007. Hal ini berarti CSR berpengaruh terhadap ROA. Karena nilai probabilitas < 0,05 maka terbukti kebenarannya (H₁ diterima).
2. Pengaruh variabel LEV (X₂) terhadap variabel ROA (Y)
Berdasarkan Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa tingkat probabilitas (α) adalah 0,817. Hal ini berarti LEV tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA. Karena nilai probabilitas > 0,05 maka tidak terbukti kebenarannya (H₂ ditolak).
3. Pengaruh variabel SIZE (X₃) terhadap variabel ROA (Y)
Berdasarkan Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa tingkat probabilitas (α) adalah 0,002. Hal ini berarti SIZE berpengaruh signifikan terhadap ROA. Karena nilai probabilitas < 0,05 maka terbukti kebenarannya (H₃ diterima).

Hipotesis	kesimpulan
Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Return On Asset	Diterima
Pengaruh Leverage terhadap Return On Asset	Ditolak
Pengaruh Size terhadap Return On Asset	Diterima

Pembahasan

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Return On Asset

Hasil analisis regresi linier berganda pada Uji t terhadap hipotesis pertama (H1) dapat dilihat pada Tabel 4.9 bahwa CSR berpengaruh terhadap ROA dengan melihat taraf signifikansinya yaitu sebesar 0,007. Artinya semakin tinggi CSR maka akan meningkatkan ROA (H1 diterima).

Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa nilai terendah variabel CSR adalah PT Nippon Indosari Corporindo Tbk pada tahun 2017. Nilai tertinggi variabel CSR adalah Campina Ice Cream Industry Tbk pada tahun 2016. Pengungkapan CSR yang lebih tinggi Campina Ice Cream Industry Tbk pada tahun 2016 berpengaruh positif terhadap meningkatnya nilai ROA yang dihasilkan sebesar 0,5523, sedangkan nilai ROA yang dihasilkan PT Nippon Indosari Corporindo Tbk pada tahun 2017 lebih rendah sebesar 0,1265 artinya semakin tinggi pengungkapan CSR Campina Ice Cream Industry Tbk pada tahun 2016 mampu meningkatkan nilai ROA Campina Ice Cream Industry Tbk pada tahun 2016.

CSR dapat dilakukan dengan berbagai cara sebagai salah satu strategi dalam meminimalisir risiko dan meningkatkan profitabilitas. Pelaksanaan CSR memberikan banyak manfaat antara lain menurunkan biaya operasional perusahaan,

meningkatkan volume penjualan dan pangsa pasar, menarik calon investor melalui citra positif yang tercipta dan lain sebagainya. Reputasi perusahaan menjadi perhatian oleh calon investor yang dapat dinilai dari profitabilitas perusahaan sehingga perlu dijaga untuk mendukung keberlangsungan hidup perusahaan. Melalui CSR diharapkan mampu mencapai tujuan utama perusahaan yaitu mencari laba tanpa mengabaikan kepentingan stakeholders dan kelestarian lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab atas dampak yang telah ditimbulkan akibat kegiatan operasional perusahaan.

ROA digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang akan digunakan untuk operasi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (Munawir, 2010). Semakin besar ROA yang dimiliki oleh perusahaan maka semakin efisien penggunaan aktiva sehingga akan memperbesar laba (Harmono 2014).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Candrayanthi dan Saputra (2013), juga menjelaskan bahwa dengan adanya pengungkapan CSR, maka kinerja keuangan yang diukur dengan ROA akan meningkat. Penelitian Karjaya dan Sisdyani (2014), menunjukkan variabel CSR berpengaruh positif terhadap ROA. Jadi, dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap ROA.

Pengaruh Leverage Terhadap Return On Asset

Hasil analisis regresi linier berganda pada Uji t terhadap hipotesis kedua (H2) dapat dilihat pada Tabel 4.9 bahwa Leverage tidak berpengaruh terhadap ROA dengan melihat taraf signifikansinya yaitu sebesar 0,817, artinya semakin tinggi Leverage maka tidak akan memberikan perubahan terhadap ROA (H2 ditolak).

Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa nilai terendah variabel Leverage adalah PT Mayora Indah Tbk pada tahun 2016. Nilai tertinggi variabel Leverage adalah PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk pada tahun 2016. Tingginya nilai Leverage tidak berpengaruh terhadap nilai ROA, hal ini dibuktikan dengan nilai ROA PT Mayora Indah Tbk sebesar 0,2752 lebih tinggi dibandingkan dengan nilai ROA PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk pada tahun 2016 sebesar 0,0970. Tingkat leverage yang tinggi tidak mampu menjadi tolak ukur perusahaan food and beverage dalam menghasilkan ROA karena modal perusahaan lebih besar dibandingkan dengan modal dari aktivitas pendanaan hutang.

Leverage merupakan rasio yang menggambarkan hubungan antara hutang perusahaan terhadap total aktiva, dimana dengan rasio ini dapat dilihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh hutang atau oleh pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh besarnya total aktiva suatu perusahaan (Febrina dan Suaryana, 2011). Selain itu, Leverage juga menggambarkan struktur modal yang dimiliki suatu perusahaan, sehingga tingkat resiko tak tertagihnya suatu hutang dapat dilihat.

Struktur modal merupakan bauran antara hutang dengan modal atau yang biasa disebut debt to equity ratio (DER). Penggunaan hutang dalam suatu perusahaan akan menaikkan nilai saham, karena adanya kenaikan pajak yang merupakan pos deduksi terhadap biaya hutang, namun pada titik tertentu penggunaan hutang dapat menurunkan nilai saham karena adanya pengaruh biaya kepaillitan dan biaya bunga yang ditimbulkan dari adanya penggunaan hutang. Dengan adanya pajak maka

perusahaan atau harga saham dipengaruhi oleh struktur modal, semakin tinggi proporsi hutang yang digunakan maka akan semakin tinggi harga saham penggunaan hutang. Kebijakan pendanaan yang tercermin dalam debt to equity ratio (DER) sangat mempengaruhi pencapaian laba yang diperoleh perusahaan. Rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan hutang. Semakin tinggi DER akan mempengaruhi besarnya ROA yang dicapai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Etik Murniati (2017) yang menyatakan bahwa LEV tidak berpengaruh terhadap ROA. Jadi dapat disimpulkan bahwa LEV tidak berpengaruh terhadap ROA.

Pengaruh SIZE Terhadap Return On Asset

Hasil analisis regresi linier berganda pada Uji t terhadap hipotesis ketiga (H3) dapat dilihat pada Tabel 4.9 bahwa SIZE berpengaruh terhadap ROA dengan melihat taraf signifikansinya yaitu sebesar 0,002. Artinya semakin tinggi SIZE maka akan meningkatkan ROA (H3 diterima).

Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa nilai terendah variabel SIZE adalah PT Buyung Poetra Sembada Tbk pada tahun 2017. Nilai tertinggi variabel SIZE adalah PT Indofood Sukses Makmur Tbk tahun 2017. Ukuran perusahaan PT Indofood Sukses Makmur Tbk tahun 2017 yang besar terbukti dapat menghasilkan nilai ROA sebesar 0,1466, artinya nilai ROA PT Indofood Sukses Makmur Tbk tahun 2017 lebih besar bila dibandingkan dengan PT Buyung Poetra Sembada Tbk yang hanya mampu menghasilkan nilai ROA sebesar 0,0321. Semakin besar ukuran perusahaan yang diukur melalui total aset yang dimiliki memberikan dampak positif terhadap nilai ROA yang dihasilkan PT Indofood Sukses Makmur Tbk.

Ukuran perusahaan menggambarkan besar atau kecilnya suatu perusahaan yang diukur dengan mengetahui total aktiva atau total aset yang dimiliki perusahaan tersebut. Skala perusahaan merupakan ukuran yang dipakai untuk mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang didasarkan pada total aset perusahaan (Suwito dan Herawaty, 2005). Semakin besar perusahaan atau semakin besar skala perusahaan maka semakin banyak dana yang digunakan untuk menjalankan operasi perusahaan sehingga tingkat efisiensi perusahaan pun meningkat, salah satu sumbernya adalah hutang. Brigham (2009), menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi cenderung membutuhkan dana dari sumber eksternal yang besar. Peningkatan hutang bisa meningkatkan nilai perusahaan.

Ukuran atau Size dari sebuah perusahaan dapat juga dilihat dari beberapa hal, seperti struktur organisasi, jumlah karyawan, aset perusahaan, dan jumlah saham yang beredar. Semakin besar skala perusahaan maka profitabilitas juga akan meningkat, karena dengan adanya sumber daya yang besar, maka perusahaan dapat melakukan investasi baik untuk aktiva lancar maupun aktiva tetap dan juga memenuhi permintaan produk. Namun Ukuran perusahaan atau skala usaha yang besar belum tentu bisa menjamin profitabilitas perusahaan baik, karena perusahaan besar mungkin belum berani melakukan investasi baru terkait dengan ekspansi, sebelum hutangnya terlunasi.

Siregar dan Utama (2005), menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas (ROA). Jadi dapat disimpulkan bahwa SIZE berpengaruh terhadap ROA

KEESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh CSR, LEV dan SIZE terhadap ROA. Berdasarkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 14 Perusahaan food and beverage tahun 2018-2019 dan ditentukan dengan menggunakan metode purposive sampling. Berdasarkan pembahasan pada bab4 dapat diambil kesimpulan yakni hasil pengujian regresi berganda atas pengaruh CSR terhadap ROA menunjukkan pengaruh positif signifikan. Ini membuktikan bahwa semakin besar CSR akan meningkatkan ROA. Hasil pengujian regresi berganda atas pengaruh LEV terhadap ROA menunjukkan tidak berpengaruh signifikan. Ini membuktikan bahwa LEV yang tinggi maka ROA tidak akan mengalami perubahan. Hasil pengujian regresi berganda atas pengaruh SIZE terhadap ROA menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan. Ini membuktikan bahwa SIZE yang tinggi akan meningkatkan ROA

Saran

Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya memperluas kriteria sampel pada perusahaan pertambangan dan perusahaan jasa yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Bagi peneliti selanjutnya diharapkan melakukan penambahan sampel tahun penelitian yang lebih banyak agar dapat menggambarkan kondisi yang lebih konkrit misalnya 10 tahun