

DETERMINAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN LEVERAGE SEBAGAI PEMODERASI

* Syerli Novita¹, Syahril Djaddang²

^{1,2} Magister Akuntansi, Universitas Pancasila, Jakarta Pusat

* hidayah.syerli@gmail.com

Informasi Artikel

Draft awal: 14 Desember 2022
Revisi : 17 Desember 2022
Diterima : 12 Januari 2023
Available online: 15 Januari 2023

Keywords: *Financial Ratio, Audit Committee, Media Exposure, Leverage, Corporate Social Responsibility*

Tipe Artikel : Research paper



Diterbitkan oleh Universitas
Muhammadiyah Surabaya

ABSTRACT

This study aims to determine whether the financial ratio, audit committee and media exposure have an effect on CSR. This research is also to find out whether leverage can moderate the influence of media exposure on CSR. The research method used is quantitative, with the data collection technique used is documentation through the official IDX website. Meanwhile, the population used in this study is manufacturing companies in the consumer goods sector from 2015-2020. Based on sampling techniques with purpose sampling, 132 samples were used. The results of this study are financial ratio, audit committee, and media exposure both simultaneously and partially affecting CSR. Meanwhile, leverage can strengthen the influence of media exposure on CSR.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah financial ratio, audit committee dan media exposure apakah berpengaruh terhadap CSR. Penelitian ini juga untuk mengetahui apakah leverage dapat memoderasi pengaruh media exposure terhadap CSR. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi melalui situs resmi BEI. Sedangkan populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi dari tahun 2015-2020. Berdasarkan teknik pengambilan sampel dengan purpose sampling, 132 sampel yang digunakan. Hasil dari penelitian ini adalah financial ratio, komite audit, dan media exposure baik secara simultan maupun parsial berpengaruh terhadap CSR. Sedangkan leverage dapat memperkuat pengaruh media exposure terhadap CSR.

PENDAHULUAN

CSR merupakan teori yang membahas tentang pentingnya suatu perubahan pada perusahaan, dengan cara membentuk hubungan yang selaras dan seimbang antara masyarakat dengan lingkungan sekitar. (Marthin et al., 2017) mengatakan bahwa suatu perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab hanya untuk memperoleh laba atau hanya mengejar keuntungan saja, tetapi perusahaan juga harus memiliki tanggung jawab social dan lingkungan sekitar. Sehingga secara teori CSR adalah suatu tanggungjawab bagi perusahaan baik secara moral terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar tempat perusahaan. CSR dalam perusahaan harus dijalankan dengan baik, karena CSR bagi perusahaan dapat digunakan sebagai parameter keberhasilan suatu perusahaan dari berbagai sudut pandang. Dimana dapat dilihat pada prinsip moral dan etis, menghasilkan

sesuatu yang terbaik tanpa harus memberikan dampak yang buruk bagi masyarakat sekitar.

Tarrek (2019) dalam (Vidarani & Budiasih, 2020) mengatakan bahwa CSR adalah sebuah komitmen dalam bisnis agar perusahaan berjalan secara legal, etis dan ikut berpartisipasi dalam perekonomian masyarakat sekitar. *Corporate Social Responsibility* (CSR) terjadi karena masyarakat sudah mulai menyadari bahwa kegiatan perusahaan yang seringkali memberikan dampak yang kurang baik terhadap lingkungan sekitar. *Corporate Social Responsibility* (CSR) ingin mempertahankan kesinambungan laba yang diperoleh perusahaan dengan cara menciptakan standar yang lebih tinggi. Selain itu manfaat yang diperoleh perusahaan dari pengungkapan CSR adalah produk yang dimiliki oleh perusahaan semakin diminati oleh konsumen, dan investor akan memburu saham perusahaan. Sedangkan manfaat lain yang akan didapatkan oleh perusahaan adalah meningkatnya jumlah

penjualan dan meningkatnya kemampuan perusahaan dalam memotivasi karyawan untuk bekerja lebih baik lagi. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan seperti yang di beritakan oleh Bisnis.com mengatakan bahwa industri sector manufaktur mengalami penurunan ketaatan dalam pengelolaan lingkungannya karena dipengaruhi beberapa aspek yaitu terkait pencemaran air. M.R. Karliansyah (2020) selaku Dirjen Pengendalian pencemaran dan kerusakan lingkungan mengatakan bahwa salah satu penyebab yang paling dominan ketidaktaatan perusahaan manufaktur ini yang berkaitan dengan pencemaran air sebesar 34%, sedangkan aspek dalam pengelolaan limbah sebesar 30% dan diikuti oleh pencemaran udara sebesar 38%. Masih menurut Karliansyah di tahun 2019 masih sebesar 64%, dan di tahun 2020 malah mengalami kemerosotan lebih dari tahun lalu. Beberapa bentuk pelanggaran yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur adalah tentang pengendalian pencemaran air yang dilakukan oleh perusahaan ini belum mempunyai izin yang memadai dalam pembuangan air limbah sesuai dengan anjuran dari pemerintah, selain itu juga tidak adanya pemantauan parameter yang lengkap dan kualitas air limbah yang dibuang melebihi baku 5 mutu air limbah (www.bisnis.com 11/12/2015).

Begitu pentingnya pengungkapan CSR bagi suatu perusahaan karena memiliki dampak secara langsung baik bagi masyarakat sekitar maupun bagi lingkungan ini membuat banyak peneliti yang melakukan penelitiannya tentang pengungkapan CSR. Sijum & Dewi, (2021) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa rasio keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap CSR, hal ini karena Ketika suatu perusahaan mempunyai tingkat laba atau keuntungan yang tinggi, maka perusahaan itu jajaran manajemen juga harus aktif dalam mengungkapkan CSR. Dengan memiliki profitabilitas bagi sebuah perusahaan ini cukup tinggi, maka kesempatan bagi sebuah perusahaan dalam mengungkapkan dan menyalurkan program CSR yang dimilikinya pun akan tinggi. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Yanti et al., (2021) menjelaskan bahwa rasio keuangan memiliki pengaruh terhadap CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh (Basir et al., 2020) menjelaskan bahwa *audit commite* memiliki pengaruh terhadap CSR. Komite audit memiliki peran yang cukup sentral sebagai seorang pengawas dalam mengawasi sistem keuangan dan tingkat transparansi dalam

pelaporan keuangannya. Selain itu, tugas yang dimiliki oleh seorang komite audit adalah memberikan masukan kepada dewan komisaris. hasil penelitian diatas berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rivandi & Putra (2021) bertentangan dengan yang dilakukan riski, dimana dalam penelitian riski mengatakan bahwa *audit commite* tidak berpengaruh terhadap CSR.

Didalam penelitian ini tidak hanya menggunakan rasio keuangan dan audit commite, tetapi juga menggunakan variabel media exposure yang akan diteliti. Penelitian yang dilakukan oleh Mashuri & Ermaya (2020) menjelaskan bahwa media exposure berpengaruh terhadap CSR. Pengukuran yang digunakan pada media exposure adalah koefisien janer-fadner dengan melakukan penjumlahan total artikel positif, total dari artikel negative dan jumlah total artikel yang netral. Pengukuran yang digunakan adalah dengan menghirung jumlah pemberitaan yang terkait dengan perusahaan yang telah dijadikan dalam sampel penelitian tersebut. Dalam hal ini pemberitaan yang digunakan dapat berupa pemberitaan yang dilakukan dari *website* dan *media online* berupa laporan yang sudah dipublikasikan. Hasil dari penelitian *media exposure* ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Penggunaan media sampai dengan saat ini digunakan untuk mencari dukungan yang sangat luar biasa dari pemerintah untuk memenuhi kebutuhan teknologi di masa sekarang yang memasuki era digital 4.0. dengan adanya hubungan yang positif antara *Media Exposure* dan pengungkapan Corporate Social Responsibility ini dapat dikatakan bahwa perusahaan melalui jajaran manajemennya ini memanfaatkan media sebagai media komunikasi mengenai kegiatan perusahaan yang sudah dilakukan. Hal-hal yang dikomunikasikan oleh pihak perusahaan yang dipandang sebagai transparansi adalah laporan keuangan perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan kegiatan lainnya yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya. Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Melvin & Rachmawati, 2021), dimana penelitiannya menjelaskan bahwa media exposure tidak memiliki pengaruh terhadap CSR.

Bagi sebuah perusahaan yang memiliki tingkat rasio *leverage* yang tinggi, maka perusahaan tersebut akan mengungkapkan tanggung jawab social terhadap masyarakat sekitar dan lingkungannya secara lebih juga. Hal

ini dikarenakan untuk memenuhi tingkat tanggungjawab perusahaan kepada para krediturnya dalam hal memenuhi kebutuhan informasi. Hal ini dapat dihubungkan dengan teori stakeholder, yaitu perusahaan akan mengungkapkan lebih banyak lagi tentang berbagai informasi perusahaan kepada para stakeholdernya dalam rangka menjawab tentang keraguan dan menarik kepercayaan stakeholder untuk memberikan dukungannya terhadap perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dapat memberikan informasi mengenai CSR didalam laman website perusahaan resminya secara luas dan akan dinilai bahwa perusahaan dipandang lebih transparan oleh masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan. Dalam hal ini akan dianggap jika perusahaan mampu memberikan informasi yang luas, maka perusahaan juga dianggap dapat memberikan informasi yang cukup detail dan mendalam didalam laporan tahunan perusahaannya.

Dengan adanya berbagai perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti diatas, maka memberikan dasar untuk dilakukannya penelitian dengan mengambil judul “Determinan *Corporate Social Responsibility* dan leverage sebagai Pemoderasi”

LANDASAN TEORI

CSR (*Corporate Social Responsibility*)

Menurut Famiola(2013) mengartikan bahwa CSR adalah suatu bentuk mekanisme yang dimiliki oleh sebuah organisasi yang dengan sukarela mengintegrasikan banyak perhatian bagi masyarakat dan lingkungan sosial sekitar operasi perusahaan dan sebagai interaksi dengan para pemangku kepentingan.

CSR adalah suatu konsep yang terintegrasi dalam hal menggabungkan sebuah aspek bisnis dan social dengan seimbang untuk meningkatkan kesejahteraan bagi para pemangku kepentingan di perusahaan dengan cara mendapatkan keuntungan yang tinggi untuk meningkatkan harga saham perusahaan (Resturiyani, 2012).

Komite edit

Menurut KNKG (2006) yang terdapat dalam pedoman GCG Indonesia yang dimaksud dengan komite audit adalah sekelompok orang yang dipilih oleh kelompok yang lebih besar,

untuk membantu mengerjakan sebuah pekerjaan (pekerjaan khusus) yang bertanggung jawab untuk membantu auditor dalam membantu mempertahankan independensinya. Komite audit bertugas untuk memberikan pendapatnya tentang permasalahan akuntansi, laporan keuangan, dan pejelasaanya juga, bertindak sebagai pengawas internal dan sebagai auditor yang independent (FCGI, 2000). Maka peran dan tanggungjawab yang dimiliki oleh komite audit akan berbeda dan bergantung dari kondisi dimana perusahaan itu berada. Akan tetapi pada dasarnya tugas dari komite audit adalah memberikan bantuannya kepada dewan komisaris untuk melakukan pengendalian internal perusahaan, pelaporan keuangan dan manajemen.

Media

Media memiliki sebuah peran yang sangat penting dalam pergerakan mobilisasi social, seperti beberapa kelompok tertarik pada permasalahan lingkungan (Reverte, 2009). Didalam penelitian ini media yang digunakan adalah pengungkapan media, dimana dalam hal penggunaan media atau biasa disebut sebagai *website*. Hal ini biasanya sering digunakan oleh perusahaan dalam hal mempublikasikan sebuah informasi pengungkapan berbagai macam kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Dengan perkembangan dalam penggunaan teknologi seperti era sekarang dalam menjalin sebuah komunikasi, maka dipilih lah *website* atau internet karena semakin mudah dalam pengaksesannya oleh banyak orang, maka media ini dianggap lebih memberikan sebuah informasi yang lebih lengkap jika dibandingkan dengan media lainnya seperti TV.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu perusahaan yang memiliki peningkatan dalam hal kapitalisasi pasar yang besar dan memiliki laba yang tinggi, juga mempunyai nilai buku perusahaan yang besar juga. Dengan kata lain, perusahaan akan dikatakab sebagai sebuah perusahaan yang besar karena memiliki kekayaan atau asset yang besar juga. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan dapat dilihat dari jumlah *asset* yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Dalam hal ini,

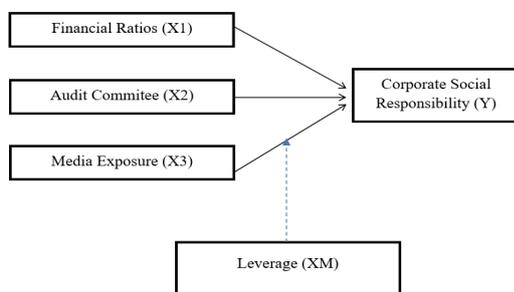
(Suwardjono, 2015) berpendapat bahwa yang dimaksud dengan asset atau harta adalah manfaat ekonomi yang diperoleh dimasa yang akan datang oleh suatu perusahaan yang diakibatkan karena adanya transaksi dimasa lalu.

Lebih lanjut mengatakan bahwa asset memiliki 3 karakteristik yang harus dipenuhi, yaitu manfaat ekonomi, di kuasai oleh perusahaan dan muncul yang diakibatkan adanya transaksi dimasa yang lalu.

Leverage Ratio

Rasio leverage adalah sebuah rasio yang digunakan untuk mengukur kekayaan perusahaan yang dibiayai oleh utang. Lebih lanjut, rasio ini menekankan bahwa berapa jumlah utang yang akan dibiayai oleh sebuah perusahaan dan dibandingkan dengan jumlah harta yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. (Kasmir, 2017, p. 151) mengatakan bahwa rasio leverage ini digunakan dalam hal kemampuan sebuah perusahaan dalam membayar semua hutang yang dimiliki termasuk utang jangka pendek dan utang jangka panjangnya. Ketika perusahaan tersebut yang nantinya akan dibubarkan (bangkrut). Bagi sebuah perusahaan dibutuhkan sebuah pengaturan rasio leverage ini untuk menghadapi setiap kemungkinan yang nantinya akan dihadapi oleh perusahaan.

Dalam hal ini, sebuah model penelitian yang digunakan dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1.1 Model Penelitian

Berdasarkan gambar dari model penelitian diatas, maka hipotesis yang ada dalam penelitian ini adalah:

H₁ : Financial ratio berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*

Menurut Mutmainah (2020), hasil penelitiannya mengatakan bahwa komite audit memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini diakibatkan karena peran dari seorang komite audit yang besar bila dibandingkan dengan dewan komisaris. Peran besar dari komite audit ini dalam hal mengontrol independensi nya di sebuah perusahaan agar jajaran manajemen lebih

transparans dan luas dalam hal pengungkapan tanggungjawab social perusahaan terhadap masyarakat maupun lingkungan sekitarnya. Perusahaan akan meningkatkan pengawasan terhadap berbagai kegiatan social yaitu dengan mengefektifkan peran dari komite audit yang dimiliki perusahaan tersebut. Untuk meningkatkan pengawasan dari kinerja perusahaan baik itu dari segi internal maupun dari segi eksternal maka dewan komisaris perusahaan akan memanfaatkan dari keberadaan komite audit ini.

H₂: *Audit Commitee* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*

Dengan menggunakan media akan memungkinkan terjadinya sebuah dialog langsung antara semua pihak yang memiliki hubungan dengan perusahaan. Hal ini juga dipandang oleh perusahaan untuk meningkatkan sebuah keterbukaan informasi berupa keuangan perusahaan, berita dan info kegiatan yang sudah dilakukan oleh perusahaan, info karir perusahaan dan juga sebuah pengungkapan CSR terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Beberapa penelitian yang dilakukan oleh Mashuri & Ermaya (2020) dan (Hasibuan et al., 2020) mengatakan bahwa *Media Exposure* memiliki pengaruh terhadap sebuah pengungkapan CSR.

H₃ : *Media Exposure* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*

Untuk mendapatkan laba yang tinggi bagi perusahaan, hal yang perlu dilakukan oleh seorang manajer perusahaan harus mampu mengelola biaya, termasuk didalamnya adalah biaya yang digunakan untuk pengungkapan informasi social. Untuk melakukan pengelolaan terhadap biaya-biaya tersebut maka perusahaan bisa menggunakan sebuah media seperti *website* dalam hal menyebarluaskan informasi untuk pengungkapan CSR. Dari beberapa media yang digunakan, maka penggunaan media seperti *website* inilah yang dinilai paling efektif dan juga efisien dalam menekan biaya (Sparta & Rheadanti, 2021) dan (Marwati & Yulianti, 2015).

H₄ : Leverage dapat memoderasi pengaruh *Media Exposure* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah menggunakan kuantitatif, dimana penelitian ini dimulai dari pengumpulan data

berupa angka-angka yang diolah dalam bentuk tabel, grafik, bagan dan gambar ataupun dalam bentuk tampilan lain yang diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS. Teknik yang dipakai dalam penentuan sampel penelitian ini adalah menggunakan metode *purposive sampling* yaitu dengan menggunakan pertimbangan tertentu. Sampel yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah perusahaan yang memiliki kriteria tertentu sebagai berikut :

Tabel 1. Kriteria dalam Pengambilan Sampel penelitian

No	Kriteria Sampel Penelitian	Jumlah
1.	Perusahaan manufaktur dengan sub sektor Industri Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	26 Perusahaan
	Perusahaan manufaktur Sub Sektor Industri Makanan dan Minuman yang tidak menerbitkan secara lengkap laporan keuangan tahunan selama tahun 2015-2020	
Total Perusahaan yang digunakan		22
Sampel Penelitian yaitu 22 perusahaan x 6 tahun		132 sampel penelitian

Sumber : Bursa Efek Indonesia (2021)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		132
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.58785201
Most Extreme Differences	Absolute	.193
	Positive	.193
	Negative	-.183
Test Statistic		.193

Asymp. Sig. (2-tailed)

.200^c

Nilai test *statistics* Kolmogorov – Smirnov menunjukkan bahwa *Asymp. Sig.* dengan nilai 0.200 dengan tingkat signifikan 0.05 (karena $p = 0.200 > 0.05$), maka dari hasil penghitungan diatas dapat diketahui bahwa variable dependen terdistribusi secara normal dan H_0 ditolak

Uji Autokorelasi

Tabel 2. Hasil Uji Autokorelasi

Tolak H_0 , berarti ada autokorelasi positif	Tidak Dapat Diputuskan	Tidak menolak H_0 , berarti tidak ada autokorelasi	Tidak Dapat Diputuskan	Tolak H_0 , berarti ada autokorelasi negative
0	dL 1.670	dU 1.762	4-dU 2.238	4-dL 2.330
1,811				

Dari table 2 diatas didapatkan nilai DW (Durbin Watson) sebesar 1.811. dengan membandingkan dengan nilai t_{tabel} dengan tingkat signifikan sebesar 5% yang menggunakan sampel 132 dengan jumlah variable independennya ada 3 maka didapatkan nilai dL sebesar 1.670 dan dU sebesar 1.762. nilai Durbin Watson yang didapatkan sebesar 1.811 menunjukkan bahwa nilai DW yang didapatkan lebih besar dari nilai dL dan dU nya dan kurang dari (4-dU) yaitu 2.238 dan dapat dikatakan bahwa tidak terjadi autokorelasi dalam penelitian ini.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	PROF (X1)	1.000	1.000
	AC (X2)	.119	8.411
	ME (X3)	.119	8.411
	ME_LEV (X3*XM)	.954	1.049

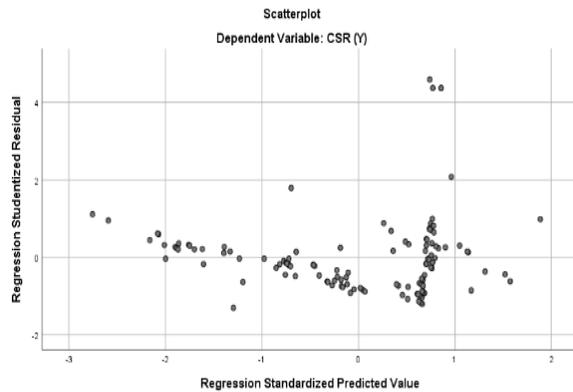
a. Dependent Variable: CSR (Y)

Sumber: data diolah melalui SPSS

Dari table 3 diatas maka bisa disimpulkan bahwa nilai *tolerance* yang

diperoleh oleh dari variabel financial ratio, audit commite dan media exposure ini lebih besar dari 0.1 dan nilai VIF yang diperoleh kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

Heteroskedastisitas



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Data primer penelitian yang diolah

Dari grafik uji scatterplots yang tampak pada *Corporate Social Responsibility* diatas maka terlihat pancaran yang tidak menunjukkan adanya suatu pola tertentu. Dari gambar diatas didapatkan sebuah pancaran pada titik-titik ini terlihat tersebar diatas dan menyebar secara acak, serta dibawah angka 0 pada sumbu Y. dari sini dapat disimpulkan bahwa tidak adanya heteroskedastisitas pada penelitian ini.

Uji Moderated Regression Analysis

Tabel 4. Hasil Uji Moderated Regression Analysis

Coefficients^a			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	.536	.009
	PROF (X1)	-.006	.003
	AC (X2)	-.223	.035
	ME (X3)	.326	.064
	ME LEV (X3*XM)	1.446	.070

a. Dependent Variable: CSR (Y)

Sumber: data diolah melalui SPSS

Persamaan Moderasi Regresi

$$CSR = 0.536 - 0.006 X1 - 0.223X2 + 0.326 X3 + 1.446 X3*XM + e$$

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 5. Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.886 ^a	.784	.778

Sumber: data diolah melalui SPSS

Dari data diatas ditemukan nilai *R square* nya 0.268. maka dapat disimpulkan bahwa *financial ratio*, *audit commite* dan *media exposure* ini dapat menjelas sebesar 26.8% dari variasi CSR. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 73,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dilakukan dalam penelitian ini.

Uji F

Tabel 6. Uji F

ANOVA^a			
Model		F	Sig.
1	Regression	115.491	.000 ^b
	Residual		
	Total		

Dari tabel 6 diatas, maka nilai *f*_{hitung} yang diperoleh sebesar 115.491 dan nilai *f*_{tabel} sebesar 2.675. hal ini dapat disimpulkan bahwa nilai *f*_{hitung} ini menunjukkan lebih besar daripada nilai *f*_{tabel} nya dengan tingkat signifikan yang diperoleh sebesar 0.000 yang menunjukkan bahwa lebih kecil nilai batas yang ditolerir yaitu 0.05. hal ini dapat disimpulkan bahwa *financial ratio*, *audit commite* dan *media exposure* secara simultan berpengaruh terhadap CSR.

Uji Hipotesis

Tabel 6. Uji Hipotesis

Coefficients^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	61.436	.000
	PROF (X1)	-2.325	.022
	AC (X2)	-6.469	.000
	ME (X3)	5.083	.000
	ME LEV (X3*XM)	20.551	.000

a. Dependent Variable: CSR (Y)

Sumber: data diolah melalui SPSS

H₁ dalam peelitian ini adalah *financial ratio* berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Berdasarkan parameter

statistic bahwa nilai t_{hitung} sebesar $-2.325 >$ dari nilai t_{tabel} sebesar 1.979 . dengan nilai signifikansi sebesar 5% atau $(0,05)$ yang memiliki arti bahwa derajat tingkat kepercayaannya 95% dengan tingkat kesalahannya yang ditolerir hanya 5% , maka hal ini mengandung arti bahwa *financial ratio* memiliki pengaruh negative dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Dari hasil perhitungan diatas maka hipotesis pertama (H_1) diterima dan H_0 ditolak.

H_2 dalam penelitian ini adalah *audit commite* memiliki pengaruh signifikan terhadap CSR. Dari hasil uji statistic yang sudah dilakukan maka didapatkan nilai t_{hitung} sebesar -6.569 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1.979 dengan tingkat signifikansi sebesar 5% . Karena nilai t_{hitung} nya memiliki nilai negatif dan lebih kecil dari t_{tabel} nya maka dikatakan bahwa *audit commite* mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_2) ditolak dan H_0 diterima.

H_3 dalam penelitian ini adalah *audit commite* memiliki pengaruh signifikan terhadap CSR. Berdasarkan parameter statistic bahwa nilai t_{hitung} sebesar $5.083 > 1.979$ (t_{tabel}). Dengan tingkat derajat kesalahan yang ditolerir sebesar 5% ($0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa *media exposure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR. Maka dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima.

H_4 dari penelitian ini yang berbunyi leverage dapat memoderasi memiliki berpengaruh signifikan media exposure terhadap *Corporate Social Responsibility*. Dari hasil uji diatas yang sudah dilakukan maka didapat nilai parameter statistic nilai t_{hitung} sebesar 20.551 . sedangkan nilai t_{tabel} nya sebesar 1.979 . karena nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} nya dan tingkat derajat signifikan yang ditolerir sebesar 5% (0.05) maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh media exposure terhadap *Corporate Social Responsibility* yang dimoderasi oleh leverage berpengaruh signifikan, dan dapat ditarik kesimpulan bahwa H_4 diterima sedangkan H_0 ditolak.

Pembahasan

Financial Ratio Terhadap Corporate Social Responsibility.

Jika perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi, hal ini dapat diapandang sebagai bahwa suatu perusahaan mampu menghasilkan laba (keuntungan) yang tinggi. Dengan tingkat keuntungan yang dimiliki perusahaan tinggi,

maka perusahaan juga akan mengungkapkan tanggungjawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya pun akan lebih besar yang tercantum dalam laporan keuangan perusahaan. Kinerja manajerial yang baik dan akan memiliki dampak dengan bertambahnya juga sumber daya yang dimiliki perusahaan, hal ini inilah yang diinginkan oleh setiap perusahaan. Keadaan ini hanya dapat dicapai apabila perusahaan mampu menghasilkan tingkat profitabilitas yang tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yanti et al., (2021), Purba & Candradewi (2019), Oktavianawati & Fajarrini Sri (2018) yang menjelaskan bahwa Profitabilitas berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Pengungkapan CSR.

Audit Commite Terhadap CSR

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mutmainah (2020) dimana komite audit memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Hal ini dapat terjadi karena komite audit dipandang memberikan pengaruh yang besar bila dibandingkan dengan dewan komisaris terhadap luas pengungkapan tanggung jawab social suatu perusahaan. Pengawasan kinerja dari perusahaan baik dari segi internal maupun segi eksternal ini dipengaruhi oleh komite audit. Komite audit ini memiliki peran dalam hal memberikan masukan kepada dewan komisaris dalam rangka menjalankan fungsi dari pengawasan yang dilakukan oleh komite audit dan dewan komisaris terhadap perusahaan. Selain itu, komite audit juga memiliki tugas sebagai fasilitator untuk membantu dewan komisaris. Tugas yang di emban sebagai komite audit ini adalah untuk menjalankan pengendalian internal di perusahaan agar berjalan dengan baik dan sesuai dengan rencana yang sudah diterapkan agar jajaran manajemen telah siap untuk menjalankan kegiatan operasional perusahaan dalam melakukan bisnis yang sesuai dengan prinsip kehati-hatian yang sudah diterapkan.

Media Exposure Terhadap Corporate Social Responsibility

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Mashuri & Ermaya (2020) dan (Hasibuan et al., 2020) bahwa media exposure ini adalah mencerminkan keadaan perusahaan dalam pengungkapan CSR. Jika investor ingin mengetahui seberapa jauh pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan maka bisa melalui media exposure

yang diakses oleh perusahaan melalui website resminya.

Leverage Memoderasi Pengaruh Media Exposure Terhadap Corporate Social Responsibility

Jika sebuah perusahaan menghasilkan leverage yang cukup tinggi, maka perusahaan juga akan diuntut oleh para stakeholder untuk menyebar luaskan informasi tentang perusahaan, termasuk didalamnya perihal pengungkapan CSR. Dengan semakin tingginya leverage yang dimiliki oleh perusahaan, kemungkinan besar perusahaan untuk melakukan pelanggaran seperti kontrak utang. Hal yang akan dilakukan oleh para manajer adalah berusaha untuk melaporkan laba yang dihasilkan perusahaan sekarang lebih tinggi daripada sebelumnya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sparta & Rheadanti, 2021) dan (Marwati & Yulianti, 2015) yang mengatakan bahwa dari beberapa media, yang dipandang paling efektif dan efisien adalah *website*.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian ini adalah *Financial ratio* berpengaruh terhadap CSR. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa jika sebuah perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi, maka kemampuan dari sebuah perusahaan tersebut juga tinggi dalam menghasilkan laba. Dengan tingkat laba yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan tinggi maka diharapkan juga perusahaan untuk meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar dalam pelaporan keuangannya juga tinggi. Dengan menggunakan media exposure maka perusahaan dianggap memiliki transparansi mengenai informasi perusahaan karena dianggap suatu perusahaan ini untuk mengkomunikasikan berbagai informasi dengan berbagai pihak tentang perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat leverage yang cukup tinggi juga harus mampu mengurangi berbagai biaya yang ada di perusahaan, termasuk biaya dalam mengungkapkan informasi sosial perusahaan terhadap lingkungan yang salah satunya menggunakan media berupa *website* dalam menyebar luaskan informasinya.

Saran

Improvement: Jurnal Manajemen dan Bisnis
Vol. 2 No. 2 September 2022

Dari simpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan untuk kedepannya agar menggunakan perusahaan lainnya terdaftar di BEI seperti perusahaan manufaktur secara keseluruhan, perusahaan pertambangan, perusahaan lainnya dan menggunakan variable bebas lainnya seperti laba, inventori turnover, umur perusahaan, total asset, pertumbuhan perusahaan, GCG, dewan komisaris, dewan komisaris asing, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, kepemilikan asing, kepemilikan saham public, struktur kepemilikan saham public, feminisme dewan direksi, feminisme dewan komisaris, komite audit/ size audit committee, kualitas audit, *media exposure*, kinerja lingkungan, tanggung jawab lingkungan, sustainability committee, dan diversitas Pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas, T., Desmiyawati, B., & Warda, L. (2015). Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure and Investor Reaction. *International Journal Of Economics and Financial Issues* ISSN: 2146-4138.
- Basir, K., Saleh, S., Madi, R. A., & Sujono. (2020). Pengaruh Environment Performance, Mekanisme Corporate Governance, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (Csr) Disclosure. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(2).
- Famiola Melia, Rudito, B. (2013). *CSR (Corporate Social Responsibility) (CSR)*. Rekayasa Sains.
- FCGI. (2000). *Peranan Dewan Komisaris dan Komite Audit Dalam Pelaksanaan Corporate Governance (Tata Kelola Perusahaan)* (Seri Tata). Citra Graha.
- Hasibuan, N. S., Fitriasia, F., & Wulan, M. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Growth dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *STATERA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(2), 167–180.
<https://doi.org/10.33510/statera.2020.2.2.167-180>
- Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. PT RajaGrafindo Persada.
- Marthin, Salinding, M. B., & Akim, I. (2017). Implementasi Prinsip Corporate Social Responsibility (Csr) Berdasarkan Undang-

- Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. *Journal Of Private and Commercial Law*, 1(1).
- Marwati, C. P., & Yulianti. (2015). Analisis Pengungkapan Sustainability Report Pada Perusahaan Non-Keuangan. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 7(2).
- Mashuri, A. A. S., & Ermaya, H. N. L. (2020). Pengaruh Agresivitas Pajak dan Media Exposure terhadap Pengungkapan Corporate Pengaruh Agresivitas Pajak dan Media Exposure terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal STEI Ekonomi*, 29(01), 35–50.
- Melvin, & Rachmawati, D. (2021). Pengaruh Slack Resources, Ukuran Perusahaan, Dewan Komisaris Dan Liputan Media Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Widya Akuntansi Dan Keuangan*, 4(2).
- Mutmainah, I. (2020). Apakah Classification Shifting Memoderasi Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI? *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI Dan MANAJEMEN BISNIS*, 8(2), 141–149. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v8i2.2060>
- Oktavianawati, L., & Fajarrini Sri, I. W. (2018). Accounting Analysis Journal The Factors that Influence the Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR). *Accounting Analysis Journal*, 7(2), 119–126. <https://doi.org/10.15294/aaj.v7i2.23738>
- Purba, I. A. P. L., & Candradewi, M. R. (2019). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Csr Perusahaan Manufaktur Di Bei. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(9), 5372. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i09.p02>
- Resturiyani, N. (2012). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan. *Skripsi, Universitas Pasundan, Bandung*.
- Reverte, C. (2009). Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms. *Journal of Business Ethics*, 88.
- Rivandi, M., & Putra, R. J. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Komite Audit Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Owner*, 5(2), 513–524. <https://doi.org/10.33395/owner.v5i2.468>
- Sijum, A. A., & Dewi, A. R. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Corporate Governance Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan*, 7(1), 62–71. <https://doi.org/10.26905/ap.v7i1.5767>
- Sparta, & Rheadanti, D. K. (2021). Pengaruh Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Manufaktur Terdaftar Di Bei. *EQUITY: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 22(1). <https://doi.org/DOI:http://dx.doi.org/10.34209/equ.v22i1>
- Suwardjono. (2015). *Teori Akuntansi Perekayasaan Pelaporan Keuangan*. BPEE-Yogyakarta.
- Vidarani, I. A. G. S., & Budiasih, G. A. N. (2020). Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Pemoderasi Pengaruh Leveragedan Kepemilikan Manajerial Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(1). <https://ojs.unud.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/53842/33183>
- Yanti, N. L. E. K., Made, E. D., & Pramesti, I. G. A. A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Leverage, Dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 3(1), 43.