



Pengaruh *Size*, Ukuran Dewan Komisaris, ROA dan *Sales Growth* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Indea Dewanti¹, Ahmad Sururi Afif²

^{1,2}Universitas Esa Unggul Jakarta, Indonesia

E-mail: indeadewanti@student.esaunggul.ac.id, ahmad.afif@esaunggul.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2022-08-11 Revised: 2022-09-22 Published: 2022-10-01 Keywords: <i>Size;</i> <i>Board of Commissioners;</i> <i>Size;</i> <i>ROA;</i> <i>Sales Growth.</i>	CSR is a very important element, especially in corporate financial reporting. When disclosed, CSR disclosure has a positive impact on the company, especially in the eyes of the stakeholders. This study aims to determine whether there is an effect of size, size of the board of commissioners, profitability, and sales growth on CSR disclosure. The research model uses a causal design and quantitative data in the form of an annual report. In this study, the property and real estate sub-sectors for 2018-2021 are listed on the Indonesia Stock Exchange. The research sample was selected using the purposive sampling method, namely the selection of samples according to special criteria. The samples obtained during the study amounted to 64 companies. Data analysis used multiple linear regression. The results of this study indicate that there is a simultaneous effect of size, size of the board of commissioners, profitability, and sales growth on CSR disclosure. Then partially size has a positive effect on CSR disclosure, then ROA has a negative effect on CSR disclosure, and the board of commissioners and sales growth variables have no effect on CSR disclosure.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2022-08-11 Direvisi: 2022-09-22 Dipublikasi: 2022-10-01 Kata kunci: <i>Size;</i> <i>Ukuran Dewan Komisaris;</i> <i>ROA;</i> <i>Sales Growth.</i>	CSR merupakan elemen yang sangat penting, terutama dalam pelaporan keuangan perusahaan. Ketika diungkapkan, Pengungkapan CSR berdampak positif bagi perusahaan, terutama di mata para pemangku kepentingan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh <i>size</i> , ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan <i>sales growth</i> terhadap pengungkapan CSR. Model penelitian menggunakan desain kausalitas dan data kuantitatif berupa laporan tahunan. Dalam penelitian ini menggunakan subsektor property dan real estate tahun 2018-2021 yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Sampel penelitian dipilih dengan menggunakan metode <i>purposive sampling</i> yaitu pemilihan sampel menurut kriteria khusus, sampel yang diperoleh selama penelitian berjumlah 64 perusahaan. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh simultan <i>size</i> , ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan <i>sales growth</i> terhadap pengungkapan CSR. Kemudian secara parsial <i>size</i> berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, lalu ROA berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, dan variabel dewan komisaris serta <i>sales growth</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

I. PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) sudah diketahui menjadi isu penting hingga cukup banyak diminati oleh para korporat, praktisi, maupun akademisi. Tanggung jawab sosial dianggap sebagai sebuah keharusan yang perlu diterapkan dalam setiap perusahaan agar dapat menjalankan aktivitas bisnisnya dengan maksimal, selain meningkatkan citra perusahaan dan menjadi acuan bagi para investor dalam melihat kinerja perusahaan, CSR menjadi sebuah tolak ukur penentu kesuksesan pembangunan ekonomi suatu bangsa (Pradnyani & Sisdyani, 2015). Dalam proses bisnis, diperlukan pertanggungjawaban terhadap pihak yang berkepentingan (*stakeholder*), pemegang saham (*shareholder*)

maupun masyarakat sekitar. Perusahaan dalam mencari keuntungan harus disertai timbal balik dengan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat, terutama melihat kondisi keberlangsungan hidup masyarakat yang sangat dipertaruhkan dengan berbagai dampak pembangunan yang ada. Menurut Oktariani (2013), Dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial masih banyak terdapat perseroan yang tidak mencantumkan laporan pertanggungjawaban sosial. Dengan begitu, diharapkan perusahaan agar lebih peduli bukan hanya dari segi ekonomi, melainkan menunjukkan antusias yang baik pula terhadap lingkungan sekitar dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial sebagai bentuk sebuah kepedulian akan lingkungan sosial.

CSR telah diatur dalam Undang-Undang No.40 Tahun 2007 Pasal 74 serta Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 mengenai kewajiban yang perlu dilakukan perusahaan tentang tanggung jawab sosial terutama dalam melaksanakan aktivitas usaha yang berhubungan langsung dengan segala sesuatu yang bersumber dari alam. Dalam hal ini terkadang masih sering didapati kelalaian akan kewajiban yang perlu diterapkan oleh perusahaan. Kasus yang terjadi melihat dari perusahaan anak Alam Sutra Group yaitu PT Alfa Goldland Realty yang mendirikan proyek ayodhya dikawasan Cikokol, Kota Tangerang, proyek ini didapati adanya kesalahan prosedur dalam membangun fondasi hingga melampaui ketinggian seharusnya yang mengelilingi hunian warga dan RSUD Kota Tangerang. Menurut Koordinator LSM Juhri, Kelalaian akan pembangunan tersebut tentu memberikan dampak yang buruk bagi warga sekitar terutama saat hujan menyebabkan banjir (Kabar6.com). Perusahaan mendapat laba yang lebih meningkat, namun dalam mengoperasikan pembangunan menyebabkan pencemaran dari segi polusi udara, air hingga mengakibatkan tingkat kesehatan warga menurun (Wulandari & Zulhaimi, 2017). Dengan demikian, Perusahaan perlu memahami berbagai dampak yang timbul karena tidak adanya CSR, selain kerugian yang diterima tentu citra perusahaan akan menurun. Sehingga penting untuk mengungkapkan tanggungjawab sosial sebagai strategi agar lebih unggul dalam bersaing dengan perusahaan lain (Simionescu & Gherghina, 2014). CSR juga mencakup pengembangan bidang pendidikan kesehatan, dan kemasyarakatan, seperti pada perusahaan PT Kawasan Industri Jababeka Tbk dimana memberikan beasiswa baik berupa peralatan dan perlengkapan sekolah maupun memberikan beasiswa kepada 15 anak yatim piatu. Lalu memberikan bantuan untuk renovasi ruang sekolah serta memberikan pembinaan kesehatan melalui program posyandu, dalam penerapannya masih terdapat perusahaan yang melakukan program CSR hanya di bidang lingkungan dan tidak mencakup bidang lainnya.

Size mempengaruhi eksposur CSR, semakin besar organisasi, semakin menarik perhatiannya dan semakin relevan dengan akuntabilitas CSR, oleh karena itu organisasi bertanggung jawab untuk mengungkapkan CSRnya pada mitra (internal maupun eksternal), lebih jauh jelas terlihat bahwa organisasi besar tidak lepas dari persyaratan pertimbangan sosial dan kewajiban sosial (Handayani & Maharani, 2021). Penelitian

Giannarakis (2014), Putri & Yuliandhari (2020), Animah et al. (2020) serta Yanti & Budiasih (2016), mendapati bahwa *size* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Menurut Oktariani (2013), dewan komisaris dapat mengungkapkan lebih banyak informasi tentang CSR apabila mempunyai lebih banyak dewan komisaris yang dapat mengawasi manajemen. Pengungkapan informasi tentang CSR akan memudahkan pencapaian tujuan perusahaan. Penelitian Oktariani (2013) dan mendapati bahwa ukuran dewan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Profitabilitas menjadi tolak ukur bagi perusahaan, terutama ketika mengevaluasi kinerja perusahaan berdasarkan keuntungan, tingkat ROA menjadi tolak ukur yang memungkinkan untuk melihat sejauh mana pengaruh peran manajemen dalam pengelolaan perusahaan, semakin menguntungkan perusahaan, semakin baik tanggung jawab sosialnya terungkap, profitabilitas yang tinggi membantu manajemen perusahaan untuk mengungkapkan CSR dan menjaga hubungan baik dengan pemangku kepentingan (Putri & Yuliandhari, 2020). Dalam penelitian Giannarakis (2014), Abbas et al. (2019) dan Oktariani (2013), menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Pertumbuhan perseroan dapat diukur menggunakan *sales growth* dari tahun ke tahun untuk melihat perkembangannya, semakin besar pertumbuhan suatu perseroan maka menunjukkan produk dipersepsikan atau diterima baik di pasar. Perseroan cenderung melaporkan lebih banyak Corporate Social Responsibility (CSR) untuk menarik perhatian pemangku kepentingan ke perusahaan dengan margin tinggi (Putri & Yuliandhari, 2020). Penelitian oleh Ayem et al. (2021), menunjukkan *sales growth* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berbeda dari Putri & Yuliandhari (2020), menunjukkan *sales growth* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Penelitian terdahulu mengenai pengungkapan CSR masih menunjukkan hasil yang beragam, oleh sebab itu peneliti ingin mengkaji lebih lanjut tentang pengaruh *size*, ukuran dewan komisaris, ROA, dan *sales growth* terhadap pengungkapan CSR. Tujuan penelitian yaitu untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh *size*, ukuran dewan komisaris, ROA dan *sales growth* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021.

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian menggunakan jenis data kuantitatif serta data yang diambil berdasarkan laporan keuangan tahunan 2018-2021 yang dimuat pada situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI), yaitu www.idx.co.id, serta website masing-masing perusahaan. Populasi menggunakan sub-sektor properti dan real estate dengan jumlah 80 perusahaan, dalam penelitian ini, pengambilan sampel memakai metode *purposive sampling*, dimana memiliki kriteria tertentu yaitu: perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2021, lalu perusahaan yang terus tercatat dan secara konsisten mempublikasikan laporan keuangan antara tahun 2018 sampai dengan tahun 2021, selanjutnya perusahaan yang menghasilkan keuntungan dari 2018 hingga 2021 secara berturut-turut. Dengan demikian, antara tahun 2018 hingga 2021, sebanyak 16 perusahaan dengan total sampel 64 digunakan sebagai sampel penelitian, dibantu dengan aplikasi pengolahan data, analisis dalam penelitian menggunakan regresi linier berganda, yang berguna untuk menguji pengaruh suatu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Persamaan untuk model regresi ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Pengungkapan CSR

α = Konstanta persamaan regresi

$\beta_1 - \beta_4$ = Koefisien variabel-variabel independent

X_1 = Size

X_2 = Ukuran dewan komisaris

X_3 = ROA

X_4 = Sales growth

ε = Error

Dalam penelitian ini, variabel terikatnya yaitu pengungkapan CSR:

$$CSRI_i = \frac{\sum X_{yi}}{ni}$$

Variabel bebasnya yaitu size diukur dengan log natural dari total aset:

$$Size = \ln Total Assets$$

Ukuran dewan ditentukan oleh jumlah komisaris:

$$DK = \sum Dewan Komisaris Perusahaan$$

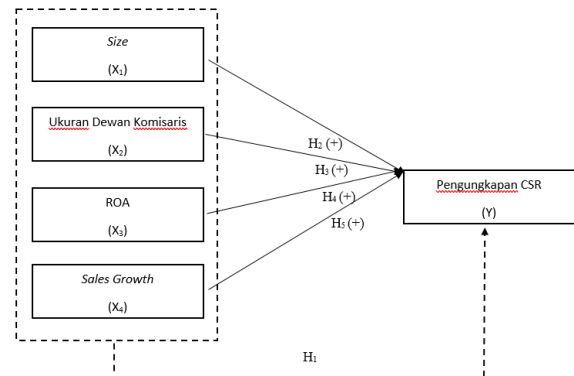
Profitabilitas dengan menggunakan ROA, sebagai berikut:

$$ROA = \frac{Net Profit After Tax}{Total Aset}$$

Sales growth yang ditentukan dengan penjualan tahun ini dikurangi penjualan tahun lalu dengan membagi penjualan tahun lalu.

$$SG = \frac{Penjualan\ tahun\ ini - penjualan\ tahun\ lalu}{Penjualan\ tahun\ lalu}$$

1. Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

2. Hubungan Antar Variabel

a) Pengaruh Size, Ukuran Dewan Komisaris, ROA, dan Sales Growth Terhadap CSR

Size digunakan untuk menentukan seberapa besar perusahaan. Perusahaan besar tentu menghadapi risiko yang besar pula dan oleh sebab itu mempunyai tanggungjawab lebih besar untuk melaporkan CSR, dewan komisaris berperan untuk mengawasi praktik tata kelola perusahaan, termasuk pelaksanaan CSR terhadap berbagai pemangku kepentingan, perusahaan harus melaksanakan CSR, karena implementasi CSR merupakan prinsip penerapan tata kelola perusahaan (Rivandi & Putri, 2019). Semakin menguntungkan suatu perusahaan, berpeluang besar untuk mengungkapkan CSR, besarnya pertumbuhan penjualan suatu perusahaan dapat mencerminkan bahwa produk perusahaan diterima dengan baik di pasar, dengan begitu perusahaan akan cenderung mengungkapkan lebih banyak informasi CSR (Putri & Yuliandhari, 2020).

H1: Terdapat Pengaruh antara Size, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, dan Sales Growth secara simultan terhadap Pengungkapan CSR

b) Pengaruh Size terhadap Pengungkapan CSR

Size dipakai untuk menentukan besar kecilnya perusahaan. Perusahaan besar tentunya akan menghadapi risiko yang

lebih besar daripada yang kecil, sehingga memiliki tanggung jawab yang lebih besar terhadap pengungkapan CSR (Sekarwigati & Effendi, 2019). Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan besar digunakan sebagai cara mendapat citra yang baik dari investor, sebab hal tersebut dapat mengurangi konflik keagenan walaupun memicu peningkatan anggaran, akan tetapi manajemen dapat memperlihatkan penggunaan aset tidak digunakan untuk kepentingan sendiri, akan tetapi juga untuk investor melalui pengungkapan CSR.

H2: *Size* Berpengaruh Positif terhadap Pengungkapan CSR

- c) Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan CSR

Dewan Komisaris wajib memantau pelaksanaan tata kelola yang baik, termasuk pelaksanaan CSR terhadap berbagai pemangku kepentingan, pelaksanaan CSR merupakan prinsip penerapan corporate governance, sehingga perusahaan yang melaksanakannya harus melaksanakan CSR (Rivandi & Putri, 2019). Dewan Komisaris berperan dalam memantau dan mengkaji serta menyetujui keputusan manajemen atau komisaris, dengan bertambahnya komposisi Dewan akan lebih mudah untuk mengendalikan manajemen untuk mengungkapkan CSR sebagai kewajiban perusahaan (Pradnyani & Sisdyani, 2015).

H3: Ukuran Dewan Komisaris Berpengaruh Positif terhadap Pengungkapan CSR

- d) Pengaruh ROA Terhadap Pengungkapan CSR

ROA perusahaan dapat menggambarkan seberapa maksimal manajemen dalam mengelola perusahaan, dengan demikian, semakin besar ROA dapat meningkatkan keuntungan bagi perusahaan yang mendorong untuk mengungkapkan informasi CSR (Putri & Yuliandhari, 2020). Laba yang diperoleh sebagai tanda aktivitas agen akan menyeimbangkan hubungan pemangku kepentingan melalui pengungkapan CSR secara terbuka (Pradnyani & Sisdyani, 2015). Penelitian Giannarakis (2014) dan Oktariani (2013), menunjukkan bahwa profitabilitas mempengaruhi pengungkapan CSR.

H4: ROA Berpengaruh Positif terhadap Pengungkapan CSR

- e) Pengaruh *Sales Growth* terhadap Pengungkapan CSR

Pertumbuhan penjualan dapat menjadi tolak ukur untuk melihat pertumbuhan perusahaan dari tahun ke tahun, besarnya pertumbuhan penjualan suatu perusahaan dapat mencerminkan bahwa produk perusahaan diterima dengan baik di pasar, perusahaan cenderung mengungkapkan CSR untuk meningkatkan citra perusahaan sehingga dapat menarik perhatian pemangku kepentingan (Putri & Yuliandhari, 2020). Dalam sebuah studi oleh Ayem et al. (2021), menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan mempengaruhi pengungkapan CSR.

H5: *Sales Growth* Berpengaruh Positif terhadap Pengungkapan CSR

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Tabel 1. Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.009	4	.002	5.253	.001 ^b
	Residual	.022	49	.000		
	Total	.031	53			

a. Dependent Variable: Y_CS RD

b. Predictors: (Constant), X4_SG, X2_DK, X3_ROA, X1_SIZE

Uji F dapat ditentukan dengan membandingkan nilai signifikansinya, jika signifikansi yang dihasilkan $< 0,05$, maka model yang digunakan bersamaan memiliki pengaruh terhadap hubungan antara variabel independen dan dependen, sehingga dapat dikatakan hipotesis diterima. Dari uji F didapat signifikansi $0,001 < 0,05$, maka kesimpulannya yakni H1 diterima atau bermakna adanya pengaruh simultan antara *size*, ukuran Dewan komisaris, ROA, dan *sales growth*, terhadap pengungkapan CSR.

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.004	.073		.057	.955
	X1_SIZE	.008	.003	.419	2.898	.006
	X2_DK	.000	.003	.024	.166	.868
	X3_ROA	-.239	.086	-.339	-2.787	.008
	X4_SG	.002	.013	.022	.176	.861

a. Dependent Variable: Y_CS RD

Selanjutnya uji t dilakukan dengan membandingkan signifikansinya, apabila ditemukan signifikansi $< 0,05$ berarti hipotesis dapat diterima. Setelah dilakukan uji data yang diperoleh pada variabel *size* nilai koefisien sebesar 0,008 yang menunjukkan nilai positif, dan nilai signifikansinya yaitu $0,006 < 0,05$, berarti kesimpulannya yaitu H2 diterima dalam artian *size* memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Dewan komisaris mempunyai nilai koefisien yaitu 0,000 berarti nilai positif, dan signifikansi yang diperoleh yaitu $0,868 > 0,05$. Maka kesimpulannya H3 ditolak atau variabel ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, variabel ROA dengan koefisien -0,239, menunjukkan nilai negatif, dengan sig $0,008 < 0,05$. Maka, kesimpulannya hipotesis keempat atau H4 diterima, sehingga ROA berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan variabel *sales growth* memiliki nilai koefisien 0,002 berarti nilai positif dan signifikansi $0,861 > 0,05$, berarti kesimpulan yang dapat diambil yaitu H5 ditolak atau variabel *sales growth* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Dari hasil pengujian, didapatkan persamaan regresi:

$$Y = 0,004 + 0,008X_1 + 0,000X_2 - 0,239X_3 + 0,002X_4 + \varepsilon$$

Hasil di atas menunjukan konstanta (α) sebesar 0,004 artinya jika variabel *size*, ukuran dewan komisaris, ROA, dan *sales growth* bernilai konstanta nol, hal ini akan memberikan nilai pengungkapan sosial perusahaan menjadi 0,004, pada variabel *size* mempunyai koefisien regresi 0,008 hal ini berarti jika *size* bertambah satu satuan, berarti nilai pengungkapan CSR juga meningkat 0,008. Ukuran dewan komisaris mempunyai koefisien regresi 0,000 yang artinya jika ukuran dewan komisaris bertambah satu satuan maka nilai pengungkapan CSR juga meningkat 0,000, lalu ROA mempunyai koefisien regresi -0,239 yang berarti bila ukuran dewan bertambah satu satuan pengungkapan CSR menurun sebesar -0,239, kemudian untuk *sales growth* mempunyai koefisien regresi 0,002 berarti apabila pertumbuhan penjualan meningkat satu satuan, nilai pengungkapan CSR juga meningkat sebesar 0,002.

B. Pembahasan

a) Pengaruh *Size*, Ukuran Dewan Komisaris, ROA, dan *Sales Growth* Terhadap CSR

Hasil uji F menunjukkan bahwa terdapat pengaruh simultan antara *size*, ukuran dewan komisaris, ROA dan *sales growth* terhadap pengungkapan CSR yang berarti H1 diterima yang dengan nilai $0,001 < 0,05$. *Size* memiliki pengaruh sebab perusahaan besar tentu akan menghadapi risiko yang lebih besar, sehingga pengungkapan CSR juga semakin besar. Variabel ukuran Dewan Komisaris mempengaruhi pengungkapan CSR, karena semakin banyak jumlah anggota dewan, akan lebih mudah dalam mengawasi dan mengendalikan CEO, yang membuatnya lebih mudah untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial, karena tekanan manajemen akan juga menjadi lebih besar. ROA berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, karena semakin menguntungkan perusahaan maka semakin baik pengungkapan informasi tentang tanggung jawab sosialnya. Selain itu, variabel *sales growth* mempengaruhi pengungkapan CSR, karena pertumbuhan perusahaan dapat mencerminkan bahwa produk perusahaan diterima dengan baik oleh pasar dan cenderung mengungkapkan lebih banyak informasi CSR.

b) Pengaruh *Size* Terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil uji t didapatkan bahwa *size* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sehingga H2 diterima dengan koefisien 0,008 dan signifikansinya $0,006 < 0,05$. Berdasarkan uji statistik deskriptif rata-rata aset perusahaan mencapai 14 triliun dimana perusahaan *property* dan *real estate* tergolong perusahaan besar dan mampu untuk mendanai berbagai aktivitas perusahaan termasuk dalam menjalankan program CSR, sehingga semakin besar aset perusahaan *property* dan *real estate* harus jelas dalam penggunaannya. Dengan begitu adanya pengungkapan CSR secara luas dapat menghindari terjadinya konflik keagenan, sehingga semakin besar *size* pengungkapan CSR juga akan semakin luas. Penelitian ini sejalan dengan Giannarakis (2014), Putri & Yuliandhari (2020) dan Yanti & Budiasih (2016), bahwa *size* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

c) Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan CSR

Hasil uji t menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan informasi CSR, sehingga H3 ditolak dengan koefisien 0,000 dan signifikansi $0,868 > 0,05$. Besar kecilnya dewan komisaris tidak menjadi masalah, karena memiliki sedikit banyak anggota dewan komisaris tidak menjamin efektivitas pengungkapan CSR (Rivandi & Putri, 2019). Konsekuensinya, jumlah anggota dewan yang banyak tentunya akan berpeluang untuk memiliki kepentingan individu atau kelompok, sehingga tidak mengutamakan kepentingan perusahaan. Dengan demikian, jumlah anggota dewan sedikit atau lebih tidak menjamin bahwa pekerjaan yang dilakukan oleh dewan komisaris akan lebih efektif, terutama untuk kesadaran akan pengungkapan tanggungjawab perusahaan, sehingga penting untuk memperhatikan jumlah, dan kemampuan dalam pembentukan komisaris agar dapat menjalankan fungsi pengawasan dan pengendalian perusahaan menjadi lebih baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan Rivandi & Putri (2019) serta Afifah & Immanuela (2021), menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris tidak mempengaruhi pengungkapan CSR.

d) Pengaruh ROA terhadap Pengungkapan CSR

Hasil uji t menunjukkan bahwa ROA berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, sehingga H4 diterima dengan nilai koefisien -0,239 dan tingkat signifikansi $0,008 < 0,05$. Berdasarkan uji statistik deskriptif, rata-rata nilai ROA sebesar 0,0534 atau 5%, bisa dikatakan ROA cukup rendah yang berarti perusahaan belum efisien dalam memperoleh laba. Umumnya ROA yang rendah diikuti dengan rendahnya pengungkapan CSR, namun hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Abbas et al. (2019) yang menunjukkan pengaruh positif. Hasil uji t penelitian ini menunjukkan bahwa ROA pada perusahaan *property* dan *real estate* memiliki pengaruh negatif, karena peningkatan ROA perusahaan tidak menjamin pengungkapan CSR yang lebih besar, selain itu masih adanya perusahaan yang belum melaksanakan CSR secara maksimal, dan masing-masing perusahaan memiliki prioritas

program CSR yang berbeda-beda. Kendala yang ditemukan juga mempengaruhi perusahaan dalam implementasi CSR, seperti sosialisasi dan komunikasi yang kurang baik, kemudian implementasi yang tidak merata dan terencana, apalagi dengan adanya pembatasan sosial di era pandemi, sehingga ROA berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

e) Pengaruh *Sales Growth* terhadap Pengungkapan CSR

Hasil uji t menunjukkan bahwa *sales growth* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sehingga H5 ditolak dengan koefisien 0,002 dan signifikansinya $0,861 > 0,05$. Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif menunjukkan rata-rata -0,0084, yang berarti tidak adanya pertumbuhan penjualan. Maka dapat diketahui dengan ada atau tidaknya pertumbuhan penjualan tidak mempengaruhi pengungkapan CSR karena laporan CSR bersifat wajib yang dapat membantu perusahaan agar tetap menjalin hubungan baik dengan *stakeholder*, hal ini memaksa perusahaan untuk mengungkapkan CSRnya. Peningkatan penjualan yang besar tentunya menimbulkan reaksi yang besar dari masyarakat luas, sehingga dapat memberikan tekanan pada perusahaan namun tetap tidak menjamin perusahaan akan mengungkapkan lebih banyak informasi tentang CSRnya. Dalam pemenuhan program CSR diukur dengan item-item yang tercatat pada laporan laba/rugi perusahaan, sehingga hasil penelitian ini sejalan dengan Putri & Yuliandhari (2020), menunjukkan bahwa *sales growth* tidak mempengaruhi pengungkapan CSR.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh *size*, ukuran dewan komisaris, ROA, dan *sales growth* terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan hasil penelitian pada perusahaan *property* dan *real estate* dapat disimpulkan, yaitu: *Size*, ukuran dewan komisaris, ROA, dan *sales growth* secara simultan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. *Size* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, artinya semakin besar *size* maka akan mendorong semakin luas pengungkapan CSR. Ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan informasi CSR, ROA

berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, dan *Sales Growth* tidak mempengaruhi pengungkapan CSR.

B. Saran

Saran bagi investor dalam mengambil keputusan investasi harus mencari informasi terlebih dahulu dan memahami gambaran laporan keuangan perusahaan terutama dalam pengungkapan CSR perusahaannya dimana menjadi gambaran citra perusahaan yang akan dijadikan acuan. Untuk manajemen perusahaan diharapkan agar lebih terbuka dalam mengungkapkan segala kegiatan yang berhubungan dengan CSR dalam laporan tahunannya. Bagi penelitian berikutnya diharapkan agar temuan dalam penelitian ini dapat dijadikan referensi terutama bagi pihak lain yang mengambil topik serupa, dan diharapkan untuk lebih mempertimbangkan variabel lain dan sampel perusahaan yang lebih luas.

DAFTAR RUJUKAN

- Abbas, D. S., Hakim, M. Z., & Istianah, N. (2019). PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN KEPEMILIKAN SAHAM PUBLIK TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017). *COMPETITIVE Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2), 1. <https://doi.org/10.31000/c.v3i2.1824>
- Afifah, R. N., & Immanuela, I. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *JRMA / Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 9(2), 109-123. <https://doi.org/10.33508/jrma.v9i2.1013>
- Animah, Sasanti, E. E., & Bambang. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, ROE dan Size Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Tata Sejuta STIA MATARAM*, 6(1), 116-123.
- Ayem, S., To, R., & Nuwa, W. (2021). *Pengaruh likuiditas , leverage dan sales growth terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi Effect of liquidity , leverage and sales growth on the disclosure of corporate social responsibility with.* 23(4), 791-803.
- Giannarakis, G. (2014). Corporate governance and financial characteristic effects on the extent of corporate social responsibility disclosure. *Social Responsibility Journal*, 10(4), 569-590. <https://doi.org/10.1108/SRJ-02-2013-0008>
- Handayani, P., & Maharani, N. K. (2021). Effect of Environmental Performance, Company Size, and Profitability on Corporate Social Responsibility Disclosures. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik*, 4(1), 121-133. <https://doi.org/10.54783/japp.v4i1.446>
- Oktariani, W. (2013). Pengaruh Kepemilikan Publik, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi*, 8(2), 100-117.
- Pradnyani, I. G. A. A., & Sisdyani, E. A. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Dewan Komisaris pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 11(2), 384-397.
- Putri, Y. R., & Yuliandhari, W. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Sales Growth dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 4(1), 1-11.
- Rivandi, M., & Putri, A. H. (2019). Pengaruh Dewan Komisaris Dan Komite Audit Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Perusahaan High Profile Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 128-141. <https://doi.org/10.34006/jmbi.v8i1.77>
- Sekarwigati, M., & Effendi, B. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Likuiditas terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *STATERA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 16-33. <https://doi.org/10.33510/statera.2019.1.1.16-33>

- Simionescu, L. N., & Gherghina, Ștefan C. (2014). Corporate social responsibility and corporate performance: Empirical evidence from a panel of the bucharest stock exchange listed companies. *Management and Marketing*, 9(4), 439–458.
- Wulandari, S., & Zulhaimi, H. (2017). Pengaruh Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur dan Jasa yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 1477–1488.
- Yanti, N. K. A. G., & Budiasih, I. G. A. N. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.17.3. Desember (2016): 1752-1779 PENGARUH*, 17, 1752–1779.