

**DETERMINANTS OF SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE IN BANKING
SECTOR COMPANIES LISTED ON THE INDONESIAN STOCK EXCHANGE
(BEI)**

**DETERMINAN PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PADA
PERUSAHAAN SEKTOR PERBANKAN YANG TERCATAT DI BURSA EFEK
INDONESIA (BEI)**

Ryan Aprianto¹, Gita Desyana², Helisa Noviarty³

Universitas Tanjungpura, Indonesia^{1,2,3}

ryanaprianto104@gmail.com¹, gita.desyana@ekonomi.untan.ac.id², helisanoviar@gmail.com³

ABSTRACT

A study was conducted to examine how profitability, leverage, firm size, and firm age can influence the disclosure of corporate social responsibility. The study employed a quantitative design, utilizing secondary data sourced from the annual report and sustainability reports of companies via the official website of the Indonesia Stock Exchange. The population of the study comprised banking sector companies listed on the IDX for the period of 2020-2023. A random sampling method was employed with purposive sampling, resulting in a size of 30 companies. Panel data regression analysis techniques will be used, along with Chow test and Hausman test to determine the regression analysis processed with the Eviews 12 software. The study found that profitability, leverage, and firm age did not significantly effect CSR disclosure. Conversely, firm size showed a positive and significant influence on CSR disclosure.

Keyword: profitability, leverage, firm size, firm age, corporate social responsibility disclosure.

ABSTRAK

Penelitian dilakukan untuk menguji seberapa mampu profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan dapat mempengaruhi informasi pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian merupakan *desain* kuantitatif, menggunakan data sekunder yang bersumber dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan melalui situs resmi BEI. Populasi dalam penelitian merupakan perusahaan yang bergerak di sektor perbankan yang tercatat di BEI periode 2020-2023. Metode penarikan sampel acak dengan kriteria, diperoleh sampel penelitian 30 perusahaan. Teknik analisis regresi data panel akan dilakukan uji Chow serta uji Hausman dalam menentukan analisis regresi diolah dengan aplikasi Eviews 12. Penelitian memperoleh hasil profitabilitas, *leverage*, dan umur perusahaan tidak berpengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Disisi lain, ukuran perusahaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Kata kunci: profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan umur perusahaan, pengungkapan tanggung jawab sosial

PENDAHULUAN

Pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan saat ini menjadi topik yang menarik di dunia bahkan di Indonesia dalam rangka menghadapi persaingan yang cukup ketat dalam lingkungan bisnis. Seringkali perusahaan mengabaikan masalah pengungkapan informasi tanggung jawab sosial seperti kesejahteraan karyawan, kepedulian terhadap lingkungan masyarakat dan masalah lingkungan sosial diluar maupun didalam perusahaan dan perusahaan hanya berfokus pada

memperoleh keuntungan bagi perusahaan dan *stakeholder*. Perusahaan dituntut untuk dapat mengungkapkan informasi pertanggungjawaban sosial sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sosial (Hotria & Afriyenti, 2017).

Praktik pengungkapan informasi tanggung jawab sosial sudah cukup banyak diterapkan oleh perusahaan publik di Indonesia, khususnya perusahaan sektor perbankan. Tanggung jawab sosial didefinisikan sebagai bentuk perusahaan yang meliputi ekonomi, hukum, etika, dan

kebijaksanaan yang dimiliki perusahaan untuk masyarakat (Saputra et al., 2022).

Menurut Rachman, Efendi, & Wicaksana dalam penelitian (Wulandari & Zulhaimi, 2017) mencetuskan bahwa upaya suatu entitas bisnis untuk mengurangi pengaruh negatif serta mengusahakan pengaruh positif operasinya terhadap semua *stakeholder* adalah *corporate social responsibility* (CSR). CSR merupakan bagian dari konsep transparansi dari prinsip *good corporate governance* (GCG). CSR juga mencerminkan akuntabilitas perusahaan di dunia bisnis modern dan sebagai komitmen untuk membuka informasi tentang dampak lingkungan sosial yang dilakukan perusahaan terhadap masyarakat sekitar (Fadhilah & Nazar, 2023).

Pemerintah Indonesia mengesahkan regulasi perseroan terbatas No.40 Tahun 2007 yang telah berlaku pada 16 agustus 2007, bahwa aspek terpenting untuk melaksanakan aktivitas yang berdampak bagi lingkungan dan masyarakat sekitar yaitu dari luasnya informasi tanggung jawab sosial. Sifat pengungkapan pertanggung jawaban sosial ini bersifat sukarela dengan menyesuaikan pendapatan (*income*) perusahaan. Pengungkapan informasi tanggung jawab sosial tidak bertujuan untuk memberi keuntungan namun untuk memberikan dampak masyarakat dan lingkungan sekitar (Sijum & Rustia, 2021).

Indriyani & Yuliandhari (2020) dan menyatakan profitabilitas memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap pengungkapan CSR. Hal tersebut menunjukkan *Return On Asset* memiliki hubungan yang positif dengan luasnya pengungkapan CSR. Sedangkan hasil temuan Sijum & Rustia (2021) menunjukkan ukuran perusahaan memiliki hubungan positif dengan pengungkapan CSR.

Perbedaan pada penelitian yaitu variabel independen yang menjadi variabel penelitian. Kemudian data yang menjadi objek penelitian merupakan perusahaan bergerak pada sektor keuangan di BEI periode tahun 2020-2023. Adanya penelitian ini diharapkan memperoleh hasil penelitian yang signifikan terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial.

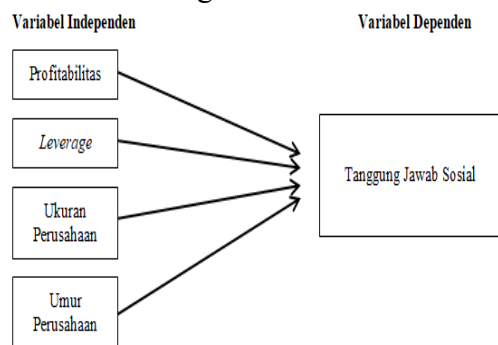
Dengan demikian, dapat disimpulkan masalah yang ditemukan untuk meneliti apakah profitabilitas (X_1), leverage (X_2), ukuran perusahaan (X_3), dan umur perusahaan (X_4) mempengaruhi pengungkapan informasi tanggung jawab sosial. Dari fenomena tersebut maka tujuan peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui apakah profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sektor keuangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2023. Hasil penelitian dapat dijadikan pandangan bagi sebuah perusahaan khususnya yang bergerak dibidang keuangan untuk dapat merencanakan dan meningkatkan informasi tanggung jawab sosial dimasa sekarang dan dimasa mendatang.

LANDASAN TEORI

Teori *stakeholder* menyatakan suatu entitas tidak hanya berfokus melakukan kegiatan bisnis guna memperoleh laba namun juga harus memiliki nilai guna bagi para pemangku kepentingan. Teori ini bertujuan untuk mempererat hubungan perusahaan dengan pihak eksternal (Indriyani & Yuliandhari, 2020). Teori *stakeholder* menyatakan setiap entitas perlu memperhatikan seluruh pihak *stakeholdernya* dengan informasi tanggung jawab sosial, agar perusahaan mampu berkembang dan berkelanjutan (Siregar & Tampubolon, 2019). Oleh

karena itu, tanggung jawab sosial entitas dapat digunakan sebagai penyeimbang antar pihak perusahaan dan pihak terkait.

Teori legitimasi menyatakan suatu entitas yang melaporkan secara sukarela dalam mengelola berbagai ancaman legitimasi yang akan dihadapi perusahaan (Saragih & Sembiring, 2019). Teori legitimasi menfokuskan pada hubungan timbal balik entitas dengan masyarakat sekitar. Entitas akan berusaha mendapatkan persetujuan dan penerimaan masyarakat dengan menunjukkan bahwa aktivitas yang dilakukan oleh entitas sudah sesuai dengan aturan sosial yang berlaku dan valid bagi lingkungan sekitar (Sijum & Rustia, 2021). Selama keduanya selaras maka dapat perusahaan akan mendapatkan legitimasi sosial, yang berarti masyarakat dan perusahaan memiliki hubungan timbal balik.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini, variabel independen (X) yaitu profitabilitas (X_1) diwakili oleh kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan bersih, *leverage* (X_2) diwakili oleh tingkat penggunaan hutang terhadap ekuitas perusahaan, ukuran perusahaan (X_3) diwakili oleh total aset atau harta yang dimiliki perusahaan, dan umur perusahaan (X_4) diwakili oleh berapa lama perusahaan tersebut tercatat BEI. Variabel dependen (Y) yaitu tanggung jawab sosial (CSR) diwakili menggunakan standar *Global Reporting Initiative* G4 yang terdiri dari 91 indikator.

Profitabilitas merupakan kemampuan entitas dalam menghasilkan *profit* atas pemanfaatan aset yang dimiliki. Profitabilitas berkaitan dengan teori legitimasi dimana apabila perusahaan memperoleh keuntungan maka perusahaan lebih cenderung memberikan informasi aktivitas sosial secara luas untuk menghasilkan laba atau keuntungan yang besar berupa dukungan yang penuh dari masyarakat. Penelitian sebelumnya menghasilkan temuan yang beragam. Beberapa penelitian seperti Sularsih & As'adi (2022), Indriyani & Yuliandhari (2020), dan Wulandari & Zulhaimi (2017), menunjukkan profitabilitas memberikan pengaruh signifikan pada pengungkapan informasi tanggung jawab sosial. Disisi lain, Ulla et al. (2023), Sijum & Rustia (2021), Rivandi & Putra (2021), Hitipeuw et al. (2020), Siregar & Tampubolon, (2019), (Saragih & Sembiring, 2019), Susilowati et al. (2018), dan Pare et al. (2017) menunjukkan tidak memberi pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial.

H_1 : Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial.

Leverage, atau tingkat hutang, memrepresentasikan proporsi modal perusahaan yang berasal dari kewajiban dibandingkan dengan ekuitas dalam komponen struktur modal entitas (Subramanyam, 2014:565). Berdasarkan teori *stakeholder* agar terlihat baik di mata kreditur bahwa pemegang saham dan manajemen perusahaan mampu melunasi hutang. Oleh sebab itu, entitas dengan tingkat leverage tinggi akan menghindari tekanan dari *debtholder* dengan cara mengurangi pengungkapan aktivitas sosial. Penelitian sebelumnya oleh Saragih & Sembiring (2019) dan Sularsih & As'adi (2022) menunjukkan bahwa tidak memberi pengaruh

signifikan pada pengungkapan informasi tanggung jawab sosial.

H₂: *Leverage* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial.

Ukuran perusahaan sebagai indikator dalam menentukan kecil atau besarnya suatu entitas, yang diprediksi dapat memberi pengaruh tingkat pengungkapan informasi tanggung jawab sosial. Teori legitimasi menjelaskan ketika entitas dengan tingkat visibilitas tinggi cenderung terdorong untuk mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial sebagai legitimasi kepada *stakeholder*. Semakin besar, maka semakin luas juga informasi tanggung jawab sosial yang diungkapkan. Hasil temuan sebelumnya memperoleh hasil yang beragam. Siregar & Tampubolon (2019) dan Sijum & Rustia (2021) menunjukkan bahwa memberi pengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial. Sebaliknya Saragih & Sembiring (2019) dan Indriyani & Yuliandhari (2020) menunjukkan bahwa tidak memberi pengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial.

H₃: Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial.

Umur perusahaan menunjukkan kemampuan dan ketahanan bersaing dalam jangka panjang. Menurut teori *stakeholder*, perusahaan yang berumur panjang akan cenderung memiliki kesadaran yang lebih tinggi untuk melaksanakan tanggung jawab sosial agar memperoleh kepercayaan dari pihak eksternal dan lingkungan masyarakat. Penelitian sebelumnya oleh Hanna et al. (2023) menunjukkan adanya hubungan positif antara umur perusahaan dengan tanggung jawab sosial. namun Hasanah & Rudyanto

(2020), Indriyani & Yuliandhari (2020) dan Wijayana & Kurniawati (2018) menunjukkan tidak adanya hubungan positif dengan tanggung jawab sosial. Berdasarkan hasil tersebut, diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₄: Umur perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis data yang digunakan yaitu data panel, karena data panel memberikan informasi yang lebih informatif dan kompleks mengenai hubungan antar variabel dalam model penelitian, sehingga tidak perlu dilakukan uji asumsi klasik. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang bersumber dari *annual report* dan *sustainability report* perusahaan sektor keuangan periode 2020-2023. Data tersebut diperoleh dari situs resmi BEI (www.idx.co.id).

Penelitian ini melibatkan semua perusahaan sektor keuangan yang tercatat di BEI sebagai populasinya. Untuk mendapatkan sampel yang dapat mewakili populasi atau representatif sesuai dengan kebutuhan penelitian maka akan dilakukan teknik *purposive sampling* dengan kriteria tertentu sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Seleksi Pemilihan Sampel

Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan	Jumlah Sampel
Perusahaan sektor perbankan yang tercatat di BEI periode tahun 2020 – 2023	47	188
Perusahaan yang tidak memperoleh laba selama tahun 2020 – 2023 secara berturut-turut	(14)	(56)

Perusahaan yang tidak melaporkan keberlanjutan (<i>sustainability report</i>) di <i>website</i> BEI maupun <i>website</i> perusahaan secara lengkap	(1)	(4)
Perusahaan yang baru tercatat di BEI ditahun 2019 (kurang dari 5 tahun)	(2)	(8)
Total Sampel	30	120

Sumber: <https://www.idxchannel.com>

Tabel 2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Pengukuran Variabel	Sumber
Tanggung Jawab Sosial (Y)	Perusahaan memenuhi tanggung jawab sosial dengan melakukan berbagai macam aktivitas lingkungan, sosial, dan ekonomi yang bermanfaat bagi masyarakat, tidak dilakukan semata untuk mencari keuntungan atau laba namun memberikan dampak dan kontribusi yang memberi dampak positif kepada masyarakat.	$CSRD = \frac{\sum X}{n}$ Keterangan: - CSRD : <i>Corporate social responsibility Disclosure Index</i> $\sum X$: Total skor pengungkapan (1 = item diungkapkan; 0 = item yang tidak diungkapkan) - n : Jumlah item (91 item)	(Indriyani & Yuliandhari, 2020)
Profitabilitas (X ₁)	Rasio profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan selama periode tertentu.	$ROA = \frac{\text{laba bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$	(Rivandi & Putra, 2021)
Leverage (X ₂)	Leverage merupakan aspek penting dalam menilai kinerja perusahaan dari tingkat hutang yang dimiliki untuk membiayai aktivitas operasional perusahaan.	$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$	(Hasanah & Rudyanto, 2020)
Ukuran Perusahaan (X ₃)	Ukuran perusahaan mengacu pada skala atau besaran suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diukur berdasarkan beberapa indikator seperti total aset, total penjualan, jumlah karyawan, dan kapitalisasi pasar.	$\text{Size} = \ln(\text{Total Aset})$ Keterangan: - Size : Ukuran Perusahaan - Ln : Logaritma Natural	(Saragih & Sembiring, 2019)

Umur Perusahaan (X ₄)	Umur perusahaan menggambarkan berapa lamanya beroperasi sebuah perusahaan dalam usahanya, semakin lama perusahaan beroperasi, maka dikaitkan dengan kinerjanya.	Umur = Ln (tahun pendirian - tahun first issue di BEI)	(Hanna et al., 2023)
Keterangan: Ln : Logaritma Natural			

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi data panel, yang terdiri beberapa model regresi yang dapat digunakan, yaitu *Fixed Effect Model* (FEM), *Common Effect Model* (CEM), dan *Random Effect Model* (REM). Pemilihan model yang tepat dilakukan melalui Uji Chow (*Chow Test*) dan Uji Hausman (*Hausman Test*).

Chow test digunakan untuk menentukan apakah model regresi yang tepat adalah FEM atau CEM. Jika hasil uji > 0.05, maka yang dipilih CEM. Namun, jika hasil uji < 0.05 maka yang dipilih FEM

Hausman test digunakan untuk menentukan apakah model regresi yang tepat adalah FEM atau REM. Jika hasil uji > 0.05, maka model yang dipilih REM. Namun, jika hasil uji < 0.05, maka model yang dipilih FEM.

Langrage Multiplier (LM) test untuk mengetahui apakah model regresi yang tepat adalah CEM atau REM. Jika nilai LM > 0.05, maka H₀ diterima, artinya model yang tepat CEM, namun jika nilai LM < 0.05, maka H₀ ditolak, artinya model yang tepat REM.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Tabel 3. Uji Statistik Deskriptif

	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	Y
Mean	1.832083	529.9438	18.26600	19.46667	34.83450
Median	1.415000	506.2300	18.63500	17.50000	34.07000
Maximum	11.43000	1607.860	21.72000	42.00000	54.95000
Minimum	0.040000	31.19000	14.77000	6.000000	24.18000
Std. Dev.	1.803543	293.0746	1.700805	9.858608	6.612179
Skewness	2.681917	1.044464	0.089418	0.571776	0.515354
Kurtosis	13.21638	4.874637	2.016084	2.263611	2.633085
Jarque-Bera Probability	665.7257 0.000000	39.38943 0.000000	5.000359 0.082070	9.249897 0.009804	5.984918 0.050164
Sum	219.8500	63593.25	2191.920	2336.000	4180.140
Sum Sq. Dev.	387.0794	10221237	344.2359	11565.87	5202.789
Observations	120	120	120	120	120

Sumber: *output Eviews versi 12* (Data diolah oleh penulis, 2024)

Statistik deskriptif memberikan gambaran suatu data dengan melihat nilai *mean* (rata-rata), nilai standar deviasi, nilai minimum dan maksimum. Hasil *output* diatas, variabel X₁ didapatkan nilai *mean* 1.832083 artinya

perusahaan perbankan dalam sampel penelitian rata-rata sebesar 1.83%. Nilai ROA minimum 0.040000 yang berarti tingkat profitabilitas paling rendah sebesar 4%. Nilai ROA maksimum 11.43000 yang berarti tingkat profitabilitas paling tinggi sebesar 11.43%. Nilai Std. Dev. 1.803543 berarti X_1 dalam penelitian ini tidak bervariasi.

Variabel X_2 menunjukkan nilai *mean* sebesar 529.9448 yang artinya rata-rata DER sebesar 529.94% memiliki utang lebih besar dibandingkan ekuitas untuk kegiatan operasional perusahaan. Nilai DER minimum 31.19000 yang berarti utang perusahaan sebesar 31.19% dari ekuitas. Nilai DER maksimum 1607.860 yang berarti utang perusahaan sebesar 1.607,86% dari ekuitas. Nilai Std. Dev. 293.0746 yang artinya data X_2 dalam penelitian ini tidak terlalu bervariasi.

Variabel X_3 menunjukkan nilai *mean* 18.26600 yang artinya rata-rata total aset sebesar Rp 83 Miliar. Nilai minimum 14.77000 yang berarti total aset paling rendah sebesar Rp 2 miliar. Nilai maksimum 21.72000 yang berarti total aset paling besar Rp 2.714 miliar Tbk. Nilai standar deviasi 1.700805 yang artinya data X_3 dalam penelitian ini tidak terlalu bervariasi.

Variabel X_4 menunjukkan nilai *mean* 19.46667 yang artinya rata-rata perusahaan berusia 19 tahun. Nilai minimum 6.00000 yang berarti perusahaan umur terendah selama 6 tahun. Nilai maksimum 42.00000 yang berarti perusahaan tertinggi selama 42 tahun. Nilai Std. Dev. 9.858608 yang artinya data X_4 dalam penelitian ini tidak terlalu bervariasi.

Variabel Y menunjukkan nilai *mean* 34,83450 yang artinya perusahaan telah mengungkapkan tanggung jawab sosial dengan nilai rata-rata pengungkapan item GRI G4 sebesar 35%. Nilai minimum 24,18000 yang

berarti paling rendah sebesar 24% yaitu PT Bank Danamon Indonesia Tbk pada tahun 2020. Nilai maksimum 54,95000 yang berarti paling tinggi sebesar 55% yaitu PT Bank Maspion Indonesia Tbk pada tahun 2023. Nilai standar deviasi 6,612179 yang artinya data Y dalam penelitian ini tidak bervariasi dan relatif sama.

Tabel 4. Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	71.149575	(29,86)	0.0000
Cross-section Chi-square	386.228127	29	0.0000

Sumber: *output Eviews versi 12* (Data diolah oleh penulis, 2024)

Hasil Tabel. 4 diperoleh Prob. $0.0000 < 0.05$. Hal ini merepresentasikan bahwa FEM model yang tepat.

Tabel 5. Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	7.523013	3	0.0570

Sumber: *output Eviews versi 12* (Data diolah oleh penulis, 2024)

Hasil Tabel. 5 diperoleh Prob. $0.0570 > 0.05$. Hal ini merepresentasikan bahwa REM model yang tepat.

Tabel 6. Uji Lagrange Multiplier (LM)

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	153.2659 (0.0000)	1.494785 (0.2215)	154.7607 (0.0000)
Honda	12.38006 (0.0000)	-1.222614 (0.8893)	7.889505 (0.0000)
King-Wu	12.38006 (0.0000)	-1.222614 (0.8893)	2.626710 (0.0043)
Standardized Honda	13.41569 (0.0000)	-1.007745 (0.8432)	4.877395 (0.0000)
Standardized King-Wu	13.41569 (0.0000)	-1.007745 (0.8432)	0.421498 (0.3367)
Gourieroux, et al.	—	—	153.2659 (0.0000)

Sumber: *output Eviews versi 12* (Data diolah oleh penulis, 2024)

Hasil Tabel. 6 diperoleh Prob. $0.000 < 0.05$ artinya H_0 ditolak. Hal ini

merepresentasikan REM model yang tepat.

Hasil uji yang dilakukan menunjukkan REM adalah model metode analisis regresi data panel.

Tabel 7. Regresi Data Panel Random Effect Model

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	14.12580	8.999132	1.569684	0.1192
X1	-0.155109	0.211426	-0.733631	0.4647
X2	-0.001680	0.001176	-1.428115	0.1560
X3	1.320302	0.527829	2.501380	0.0138
X4	-0.114728	0.122139	-0.939328	0.3495
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Cross-section random			5.930409	0.9508
Idiosyncratic random			1.348523	0.0492
Weighted Statistics				
R-squared	0.073582	Mean dependent var	3.935177	
Adjusted R-squared	0.041358	S.D. dependent var	1.404129	
S.E. of regression	1.374796	Sum squared resid	217.3543	
F-statistic	2.283493	Durbin-Watson stat	1.120260	
Prob(F-statistic)	0.064564			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.154466	Mean dependent var	34.83450	
Sum squared resid	4399.138	Durbin-Watson stat	0.055350	

Sumber: *output Eviews versi 12* (Data diolah oleh penulis, 2024)

Berdasarkan analisis yang tertera pada Tabel. 7, persamaan regresi data panel yang diperoleh yaitu:

$$Y = 14.12580 - 0.155109 (X_1) - 0.001680 (X_2) + 1.320302 (X_3) - 0.114728 (X_4)$$

Berdasarkan persamaan regresi data panel, diperoleh nilai konstanta sebesar 14.12580 menunjukkan semua variabel independen bernilai 0 (nol) atau tetap, artinya variabel dependen meningkat. *Coefficient* X_1 sebesar -0.155109 artinya jika X_1 bernilai 1 satuan, maka Y menurun. *Coefficient* X_2 sebesar -0.001680 artinya jika X_2 bernilai 1 satuan, maka Y meningkat. *Coefficient* X_3 sebesar 1.320302 artinya jika X_3 bernilai 1 satuan, maka Y meningkat. *Coefficient* X_4 sebesar -0.114728 artinya jika X_2 bernilai 1 satuan maka Y menurun.

Berdasarkan hasil uji statistik t menunjukkan bahwa X_1 tidak signifikan dan pengaruh negatif terhadap Y . Hal ini dibuktikan dari *t-Statistic* -0.733631 Prob. 0.4647 > 0.05. artinya H_1 ditolak. Besar atau kecilnya laba perusahaan tidak menjadi faktor yang menentukan

luasnya pengungkapan informasi tanggung jawab sosial. Hasil temuan ini sejalan dengan Ulla et al. (2023), Sijum & Rustia (2021), Rivandi & Putra (2021), Hitipeuw et al. (2020), Siregar & Tampubolon, (2019), (Saragih & Sembiring, 2019), Susilowati et al. (2018) dan Pare et al. (2017). Ketika memperoleh laba besar maka tingkat kemampuan memperoleh laba tanpa melaporkan tanggung jawab sosial nya pada laporan keberlanjutan sehingga tidak diungkapkan secara luas dan hanya sebagai formalitas untuk mematuhi peraturan. Dengan demikian, hasil temuan tidak mendukung teori legitimasi, apabila laba yang diperoleh perusahaan besar maka perusahaan tidak diwajibkan untuk melaporkan informasi diluar suksesnya kinerja perusahaan. Di sisi lain, ketika perusahaan memperoleh laba yang kecil, para pengguna laporan keuangan masih dapat melihat di kinerja perusahaan dari sisi “good news”. Hal tersebut menunjukkan profitabilitas, baik ketika naik maupun turun, tidak memberi pengaruh signifikan tingkat pengungkapan informasi tanggung jawab sosial. Namun hasil temuan tidak sejalan dengan Sularsih & As’adi (2022), Indriyani & Yuliandhari (2020) dan Wulandari & Zulhaimi (2017).

Hasil berikutnya menunjukkan X_2 memiliki *t-Statistic* -1.428115 Prob. 0.1560 > 0.05. artinya X_2 tidak signifikan dan berpengaruh negatif terhadap Y . Dengan demikian H_2 diterima dan mendukung teori *stakeholder*, yang berarti rendah atau tingginya nilai *leverage* sebuah perusahaan tidak menjadi faktor penentu luasnya pengungkapan aktivitas sosial. Perusahaan akan cenderung memilih kepeduliannya terhadap lingkungan perusahaan daripada aktivitas sosial. Hasil temuan ini sejalan dengan Hanna et al. (2023), Sularsih & As’adi (2022), Saragih & Sembiring (2019), dan

Susilowati et al. (2018), yang mengindikasikan bahwa tingkat kewajiban tinggi dari pada ekuitas, sehingga perusahaan akan memprioritaskan memenuhi kewajiban utangnya. Namun hasil temuan tidak sejalan dengan Ulla et al. (2023), Teng et al. (2022) dan Hasanah & Rudyanto (2020).

Variabel X_3 memiliki *t-Statistic* 2.501380 Prob. 0.0138 < 0.05. artinya variabel X_3 signifikan dan berpengaruh positif terhadap Y. Dengan demikian H_3 diterima, yang berarti perusahaan yang besar akan cenderung mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial dibandingkan dengan perusahaan yang kecil. Hasil temuan sejalan dengan penelitian sebelumnya Sijum & Rustia (2021), Hasanah & Rudyanto (2020), Siregar & Tampubolon (2019) dan Rindiyawati & Arifin (2018). Temuan ini mendukung teori legitimasi, yang menyatakan perusahaan yang besar akan lebih terdorong untuk melakukan program sosial agar menjadi sorotan lingkungan dan memiliki citra yang baik. Namun hasil temuan tidak sejalan dengan Teng et al. (2022), Rivandi & Putra (2021) dan Saragih & Sembiring (2019).

Variabel X_4 tidak signifikan dan berpengaruh negatif dan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini dibuktikan *t-Statistic* -0.939328 Prob. 0.3495 > 0.05. artinya H_4 ditolak. Hasil temuan sejalan dengan penelitian sebelumnya Hasanah & Rudyanto (2020), Indriyani & Yuliandhari (2020) dan Wijayana & Kurniawati (2018). Hasil temuan menunjukkan bahwa tidak mendukung teori legitimasi, artinya perusahaan akan peduli terhadap lingkungan sosial tidak dipengaruhi oleh lamanya perusahaan berdiri atau tercatat di BEI. Perusahaan lebih termotivasi dari faktor lain untuk meningkatkan citra yang baik dimata investor. Namun hasil

temuan tidak sejalan dengan Hanna et al. (2023).

Hasil pada Tabel. 8, nilai *F-statistic* 2.283493 Prob. 0.064564 > 0.05, artinya secara simultan variabel X tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel Y.

Hasil pada Tabel. 8, nilai *Adjusted R-Squared* 0.041358. artinya kemampuan variabel X dalam menjelaskan variabel Y hanya 4%. Artinya 96% sisanya direpresentasikan oleh variabel X lain yang tidak termasuk variabel independen penelitian.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini menguji pengaruh X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4 terhadap Y pada perusahaan perbankan di BEI periode 2020-2023. Hasil temuan menunjukkan bahwa X_1 , X_2 , dan X_4 berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Y. X_3 berpengaruh dan signifikan terhadap Y.

Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa perusahaan perbankan perlu fokus pada faktor lain untuk meningkatkan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial. Hasil temuan ini menjadi implikasi penting yaitu: menegaskan pentingnya pengungkapan informasi tanggung jawab sosial. Pengungkapan informasi yang transparan serta akuntabel dapat meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan dan meningkatkan reputasi perusahaan. Penelitian mengidentifikasi faktor yang mendorong dan menghambat luasnya informasi tanggung jawab sosial. Faktor-faktor dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan strategi perencanaan dan meningkatkan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial. Penelitian diharapkan bisa membantu perusahaan khususnya perbankan dalam meningkatkan serta memberikan

kontribusi yang baik bagi lingkungan masyarakat sekitar.

Dalam penelitian memiliki keterbatasan khususnya dalam sampel penelitian dikarenakan laporan tahunan yang terdapat di *website* BEI maupun perusahaan tidak dapat dibaca atau bahkan tidak dipublish oleh perusahaan sehingga sampel dieliminasi. Untuk peneliti berikutnya dapat mengembangkan variabel lain yang diduga dapat digunakan juga untuk menguji pengungkapan informasi tanggung jawab sosial seperti dewan komite audit atau komisaris, *corporate governance*, dan sebagainya. Peneliti juga dapat menggunakan metode pengukuran lain untuk melihat perbedaan hasil dengan metode pengukuran yang berbeda serta peneliti dapat menggunakan sampel perusahaan sektor lain agar sampel penelitian dapat lebih luas dan memberikan hasil yang merepresentasikan populasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadhilah, N., & Nazar, M. R. (2023). *Pengaruh Diversitas Dewan Komisaris, Ukuran Perusahaan, Dan Komite Audit Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks Kompas 100 Tahun 2018-2021*. 10(5), 3814–3828.
- Hanna, L. A., Prihatni, R., & Purwohedhi, U. (2023). Pengaruh Agresivitas Pajak, Leverage. dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 4(2), 325–341. <https://doi.org/10.21009/japa.0402.02>
- Hasanah, H., & Rudyanto, A. (2020). Determinan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan di Bursa Efek Indonesia. *Equity*, 22(2), 215–238. <https://doi.org/10.34209/equ.v22i2.932>
- Hitipeuw, S. D., Kuntari, Y., & Triani. (2020). Pengaruh Kepemilikan Saham Publik, Profitabilitas, dan Media terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Management & Accounting Expose*, 3(1), 40–51. <https://doi.org/10.36441/mae.v3i1.135>
- Hotria, & Afriyenti, M. (2017). *Pengaruh Agresivitas Pajak, Media Exposure, Profitabilitas, dan Sertifikat ISO 14001 terhadap Minat Pengungkapan CSR (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2017)*. 6(2), 1311–1330. <https://doi.org/10.24036/wra.v6i2.102514>
- Indriyani, A. D., & Yuliandhari, W. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 1559–1568. <https://doi.org/10.33197/jabe.vol6.iss1.2020.466>
- Pare, Y. K., Sondakh, J. J., & Morasa, J. (2017). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Perbankan Konvensional di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing "Goodwill,"* 8(2), 317–329. <https://doi.org/10.35800/jjs.v8i2.18631>
- Rindiyawati, A., & Arifin, J. (2018). Determinan Pengungkapan Corporate Social Responsibility

- pada Industri Perbankan. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 19(1), 48–60.
<https://doi.org/10.20961/jab.v19i1.244>
- Rivandi, M., & Putra, R. J. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan , Profitabilitas dan Komite Audit Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 5(2011), 513–524.
<https://doi.org/10.33395/owner.v5i2.468> Pengaruh
- Saputra, D., Dwi, R. C., & Yulita, R. H. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 6(1), 47.
<https://doi.org/10.52362/jisamar.v6i1.641>
- Saragih, A. E., & Sembiring, Y. C. B. (2019). Pengaruh Corporate Governance, Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 5(2), 139–164.
<https://doi.org/10.54367/jrak.v5i2.183>
- Sijum, A. A., & Rustia, A. (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>
- Siregar, D. A., & Tampubolon, E. G. (2019). Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Maneksi*, 8(2), 223–229.
<https://doi.org/10.31959/jm.v8i2.393>
- Subramanyam, K. R. (2014). Financial Statement Analysis 11th Edition. In *Financial Statement Analysis 11th Edition*. Mc Graw-Hill Education.
- Sularsih, H., & As'adi. (2022). Profitabilitas, likuiditas dan leverage terhadap corporate social responbility (CSR) pada perusahaan terdaftar di BEI Tahun 2017-2020. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(2), 451–460.
<https://doi.org/10.22437/jpe.v17i2.17905>
- Susilowati, F., Zulfa, K., & Hartono, A. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Tipe Industri, dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Perio. *Jurnal: Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 15–25.
<https://doi.org/10.24269/iso.v2i2.186>
- Teng, S. H., Cahyani, A., Isabella, S. O., & Aisyah, F. E. (2022). Pengaruh Profitablitas, Likuiditas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan SubSektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2017-2019. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(2), 1464–1474.
<https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.768> Pengaruh

- Ulla, A., Tanor, L. A. O., & Marunduh, A. (2023). Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Manado*, 4(1), 52–61. <https://doi.org/10.53682/jaim.vi.4033>
- Wijayana, E., & Kurniawati. (2018). Pengaruh Corporate Governance, Return On Asset dan Umur Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Sustainability Report. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 11(2), 157–171. <https://doi.org/10.30813/jab.v11i2.1388>
- 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. <https://doi.org/10.17509/jrak.v5i2.8515>