

PENGARUH SALES GROWTH, UKURAN KOMITE AUDIT DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DENGAN KINERJA KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN DI BEI PERIODE 2016-2021

Febriani Tri Setyaning Tyas¹, Dr. Ana Sopanah², Khojanah Hasan³

¹Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widyagama Malang, Email :
febrianitst@gmail.com

²Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widyagama Malang, Email :
anasopanah@gmail.com

³Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widyagama Malang, Email :
janahasan71@gmail.com

Presenting Author: febrianitst@gmail.com;

*Corresponding Author: febrianitst@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini berguna agar dapat memahami dan menganalisa dampak sales growth, ukuran komite audit dan ukuran perusahaan kepada corporate social responsibility dan kinerja keuangan di variabel moderasi. Jenis Riset ini memakai pendekatan kuantitatif. Populasi pada riset ini yaitu perusahaan makanan serta minuman yang berada pada Bursa Efek Indonesia periode 2016-2021 dan dilihat pada www.idx.com. Sampel penelitian menggunakan teknik purposive sampling diperoleh sampel 18 perusahaan. Dari penelitian menunjukkan jika: (1) sales growth tidak berdampak terhadap CSR, dengan nilai signifikansi sebesar $0,370 > 0,05$. (2) ukuran komite audit tidak berdampak terhadap CSR dengan nilai signifikansi sebesar $0,420 > 0,05$. (3) ukuran perusahaan tidak berdampak terhadap CSR, nilai signifikansi sebesar $0,524 > 0,05$. (4) Dengan simultan sales growth, ukuran komite audit dan ukuran perusahaan tidak berdampak terhadap CSR, hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,139 > 0,05$. (5) kinerja keuangan mampu memperkuat pengaruh sales growth terhadap CSR dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. (6) kinerja keuangan dapat memperkuat pengaruh ukuran komite audit terhadap CSR, bersama nilai signifikansi $0,025 < 0,05$. (7) kinerja keuangan dapat memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap CSR, dengan nilai signifikansi $0,030 < 0,05$. (8) Secara simultan kinerja keuangan dapat memperkuat pengaruh sales growth, ukuran komite audit dan ukuran perusahaan terhadap CSR dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Sales Growth, Ukuran Komite Audit, Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan, Corporate Social Responsibility

Abstract

This study aims to determine and analyze the effect of sales growth, audit committee size and company size on corporate social responsibility with financial performance as a moderating variable. This type of research uses a quantitative approach. The population in this study are food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2016-2021 period accessed through www.idx.com. The research sample using purposive sampling technique obtained a sample of 18 companies. The results showed that: (1) sales growth had no effect on CSR, with a significance value of $0.370 > 0.05$. (2) the size of the audit committee has no effect on CSR with a significance value of $0.420 > 0.05$. (3) firm size has no effect on CSR, the significance value is $0.524 > 0.05$. (4) Simultaneously sales growth, audit committee size and company size have no effect on CSR, this can be shown by a significance value of $0.139 > 0.05$. (5) financial performance can strengthen the influence of sales growth on CSR with a significance value of $0.000 < 0.05$. (6) financial performance can strengthen the effect of audit committee size on CSR, with a significance value of $0.025 < 0.05$. (7) financial performance can strengthen the effect of firm size on CSR, with a significance value of $0.030 < 0.05$. (8) Simultaneously financial performance can strengthen the influence of sales growth, audit committee size and company size on CSR with a significance value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Sales Growth, Audit Committee Size, Company Size, Financial Performance, Corporate Social Responsibility.

PENDAHULUAN

Peraturan terkait dengan CSR sudah diatur pada Undang-Undang No. 40 tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas. Perusahaan melihat CSR hanya sebatas disaat aktivitas sukarela ataupun charity menggunakan cara memberikan sembako (<https://investor.id/business/217384/> diakses 12 November 2021). Mengingat salah satu tujuan dibentuknya peraturan terkait dengan CSR agar perusahaan dapat berfokus pada tanggapan terhadap musibah alam, pendidikan serta pelatihan, kelestarian lingkungan, perbagusan fasilitas publik serta pemberdayaan masyarakat sekitar perusahaan. Fenomena lain yang terjadi di Indonesia yaitu maraknya penyelewengan dana CSR perusahaan untuk penanganan pandemik oleh pihak-pihak yang tidak bertanggungjawab. Seperti penyelewengan dana CSR PDAM Kota Tegal yang dimanfaatkan untuk kepentingan pribadi, dan kerusakan lingkungan pada tahun 2016 oleh PT SSP dan PT WSSI yang menjadi terdakwa diduga sengaja melaksanakan pembakaran serta lalai saat pencegahan kebakaran.

Adanya kerugian yang besar serta permasalahan timbul akibat pengaturan lingkungan dengan tidak mempunyai tanggung jawab mendorong pemerintah, para pembisnis dunia usaha, pecinta lingkungan serta warga untuk melakukan perluasan CSR. Pada sektor makanan dan minuman, terjadi penurunan rata-rata pengungkapan CSR periode 2016 sampai 2017 pada aspek ekonomi (Anggraini, 2019). Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi CSR yaitu umur perusahaan, macam industri, besar perusahaan, permintaan karyawan, kebijakan aturan pemerintah, budaya pada organisasi, permintaan para pelanggan, sales growth, besaran komite audit, serta kinerja keuangan (Ningrum, Purnama, Oktaviana, Calista, Perwira dan Nasim, 2019 ; Rivandi dan Putra, 2019 ; Munsaidah, Andini dan Supriyanto, 2016 ; Yovana dan Kadir, 2020 ; Indriyani dan Yuliandhari, 2020).

Dan ini berpengaruh pada situasi serta kondisi saat di lingkungannya. Riset terkait bersama sales growth, besaran komite audit, besaran perusahaan serta kinerja keuangan bersama CSR sudah dilaksanakan para peneliti terdahulu serta terdapat inkonsistensi hasil riset. Dengan permasalahan serta inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya, mendorong peneliti untuk menambahkan kinerja keuangan guna variabel moderasi dan disangka dapat memiliki peran menjelaskan pengaruh sales growth, besaran komite audit, besaran perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility.

Kinerja Keuangan dipilih guna variabel moderasi karena kinerja keuangan menggambarkan keadaan financial perusahaan dalam periode yang berhubungan dengan aspek pengumpulan dana ataupun penyaluran dana, yang dapat ditentukan dengan indikator kecukupan modal, likuiditas, serta profitabilitas (Jumingan, 2006:239). Tingkat profitabilitas yang tinggi perusahaan dianggap mampu dalam membiayai kegiatan tanggung jawab sosialnya, dengan demikian pengungkapan kegiatan sosialnya semakin banyak (Febrianti, 2016). Oleh sebab itu penelitian terkait pengaruh sales growth, ukuran komite audit, dan ukuran perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility dengan kinerja keuangan sebagai variabel moderasi dilakukan.

KAJIAN PUSTAKA

Sales Growth

Berdasarkan pendapat Leisching et al (2016), sales growth merupakan peningkatan jumlah penjualan dari periode sebelumnya. Penjualan perusahaan yang meningkat mencerminkan kemampuan manajemen dalam menentukan strategi yang tepat, sehingga mampu mempertahankan dan memperluas pangsa pasar. Penjualan yang meningkat juga akan berdampak pada perolehan laba perusahaan. Kenaikan pertumbuhan penjualan dapat dinilai atas dasar rasio berikut :

$$\text{Pertumbuhan perusahaan} = \frac{\text{Total penjualan}_t - \text{Total penjualan}_{t-1}}{\text{Total penjualan}_{t-1}} \times 100\%$$

Komite Audit

Komite audit ialah tangan kanan dari dewan komisaris yang memiliki peran dalam melakukan pengawasan atas kerja perusahaan, termasuk kinerja sosial perusahaan (Rivandi dan Putra, 2021). Ukuran komite audit bisa dirumus:

$$\text{Komite Audit} = \text{Jumlah anggota komite audit}$$

Ukuran Perusahaan

Berdasarkan Wati (2019:31), ukuran perusahaan sebagai klasifikasi perusahaan yang bisa membedakan besar maupun kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan adanya perbedaan risiko usaha. Ukuran perusahaan mencerminkan besar maupun kecilnya perusahaan dan bisa dilihat melalui total aktiva, total penjualan, rata-rata total aktiva serta rata-rata tingkat penjualan. Ukuran perusahaan diukur bisa menggunakan logaritma natural melalui total aset, ataupun dirumuskan

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Log total aset}$$

Kinerja Keuangan

Berdasarkan Fauziah (2017:33) kinerja keuangan ialah suatu kondisi keuangan perusahaan yang dapat dihitung melalui analisis keuangan, sehingga dipahami periode tertentu. Alat ukur prestasi maupun pencapaian perusahaan dan bisa mempengaruhi keuangan secara fundamental, sehingga bisa dipahami baik atau buruknya kinerja manajemen serta pengambilan keputusannya ialah kinerja keuangan. Ada beberapa rasio yang bisa dipakai guna mengukur kinerja keuangan, yaitu Return On Assets (ROA) (Fauziah, 2017:34). Rumusannya:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}}$$

Corporate Social Responsibility (CSR)

Berdasarkan Budiasni dan Darma (2020:11), Corporate Social responsibility adalah bagian dari komitmen perusahaan dalam mengoperasikan perusahaan sesuai dengan etika berbisnis. Maksud dari etika bisnis, yaitu perusahaan tidak mengabaikan aspek lingkungan sekitarnya. Perusahaan yang dapat merealisasikan Corporate Social responsibility yang telah direncanakan, maka keseimbangan lingkungan akan tetap terjaga. Penilaian CSR dapat dilakukan dengan mengasi skor 1 serta 0, skor 1 guna item yang diungkapkan dan skor 0 guna item yang tidak diungkapkan. Berikut rumusan CSRD yang dipakai (Indriyani dan Yuliandhari, 2020):

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Penelitian Terdahulu

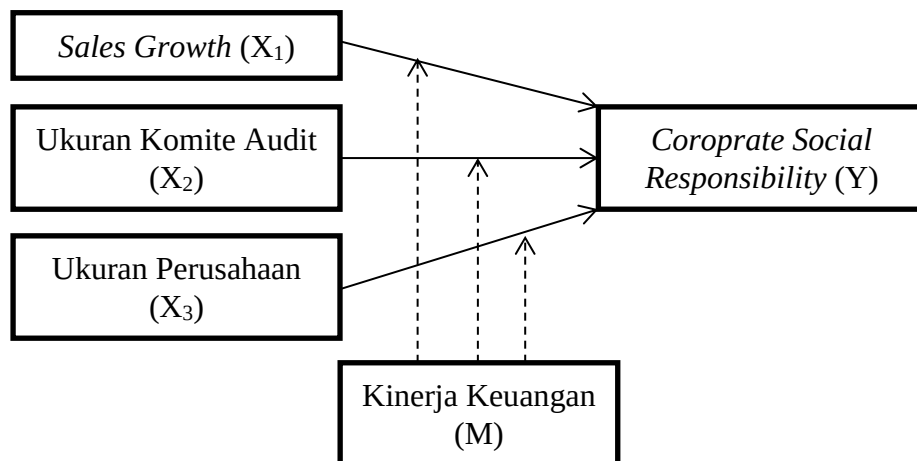
1. Rivandi dan Putra (2021) berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Komite Audit Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility”, Dalam riset yang ini terdapat persamaan yaitu sama-sama menganalisis pengaruh ukuran perusahaan dan komite audit terhadap pengungkapan CSR. Perbedaan dengan rencana penelitian yaitu tidak menggunakan variabel bebas profitabilitas, sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel bebas lain sales growth dengan variabel kinerja keuangan sebagai variabel moderasi.
2. Munsaidah, Andini serta Supriyanto (2016) berjudul “Analisis Pengaruh Firm Size, Age, Profitabilitas, Leverage Dan Growth Perusahaan Terhadap CSR Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di BEI Pada Tahun 2010-2014”. Dalam penelitian ini terdapat persamaannya sama-sama memakai teknik analisis linier berganda, dan sama-sama menganalisis pengaruh ukuran perusahaan serta pertumbuhan perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Perbedaannya, rencana penelitiannya tidak memakai variabel bebas

Age, Profitabilitas, dan Leverage, sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel bebas lain ukuran komite audit bersama variabel kinerja keuangan sebagai variabel moderasi.

3. Cho, Chung dan Young (2019) dengan judul “Study on the Relationship between CSR and Financial Performance”. Dalam penelitian ini terdapat persamaan yaitu sama menganalisis pengaruh kinerja keuangan dan pertumbuhan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Perbedaan penelitian terdahulu menggunakan variabel bebas lain nilai perusahaan.

Kerangka Konseptual

Dari latar belakang permasalahan, rumusan masalah, penelitian terdahulu dan teori-teori yang diungkapkan di atas yang telah dimuat, maka kerangka konseptual pada riset ini:



Hipotesis

Dari riset terdahulu serta kajian teoritis yang sudah dimuat di atas, hipotesis pada penelitian ini:

- H₁ : *sales growth* berpengaruh signifikan terhadap CSR.
- H₂ : ukuran komite audit berpengaruh signifikan terhadap CSR.
- H₃ : ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap CSR.
- H₄ : *sales growth*, ukuran komite audit dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap CSR.
- H₅ : kinerja keuangan memperkuat pengaruh *sales growth* terhadap CSR.
- H₆ : kinerja keuangan memperkuat pengaruh ukuran komite audit terhadap CSR.
- H₇ : kinerja keuangan memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap CSR
- H₈ : kinerja keuangan memperkuat pengaruh *sales growth*, ukuran komite audit dan ukuran perusahaan terhadap CSR.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan dengan kuantitatif ialah suatu analisis numerik serta prakteknya memakai uji statistik guna menguji teori (Yusuf, 2017:43). Penggunaan populasi pada riset ini ialah perusahaan makanan serta minuman yang berada pada Bursa Efek Indonesia dalam periode 2016 2021 banyak sampel yang didapat sejumlah 18 perusahaan dengan memakai teknik purposive sampling melalui website www.idx.co.id. Terdapat 4 variabel yang diteliti yaitu sales growth, ukuran komite audit dan ukuran perusahaan sebagai variabel bebas, kinerja keuangan sebagai variabel moderasi dan corporate social respobility sebagai variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 4.2
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	102	-.88	3.23	.0842	.40207
X2	102	2.00	4.00	3.000	.19901
X3	102	9.08	14.07	12.1316	.93962
M	102	-.55	4.16	.1241	.43255
Y	102	.13	.33	.2089	.04604
Valid N (listwise)	102				

Sumber: *Output SPSS (2022)*

Bersumber pada 102 data diamati, didapatkan nilai minimum sebanyak 0,13 nilai maximum sebanyak 0,33 nilai mean sebanyak 0,2089 serta nilai standart deviasi sebanyak 0,04604. Nilai minimum didapat dari perusahaan PT. Tri Banyan Tirta Tbk pada masa 2016 dan PT. Bumi Teknokultura Unggul Tbk pada masa 2020. Jikapun nilai maksimum didapat dari perusahaan PT. Multi Bintang Indonesia Tbk pada masa 2016.

Tabel 4.3
Hasil Uji Normalitas

Model	Signifikansi	Keterangan
Persamaan 1	0,154	Normal
Persamaan 2	0,079	Normal

Sumber: Hasil *Output SPSS, 2022*

Bersumber pada tabel di atas, untuk persamaan 1 memndapat nilai signifikansi sebanyak 0,154 serta persamaan 2 mendapat nilai signifikansi sebanyak 0,079. Artinya kedua model regresi memperoleh nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov lebih dari 0,05 dan dinyatakan normal.

Tabel 4.4
Hasil Uji Linieritas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
<i>Sales growth</i> → CSR	0,002	Linier
Ukuran komite audit → CSR	0,024	Linier
Ukuran perusahaan → CSR	0,001	Linier
Kinerja keuangan → CSR	0,000	Linier
X1*M → CSR	0,000	Linier
X2*M → CSR	0,000	Linier
X3*M → CSR	0,005	Linier

Sumber: Hasil *Output SPSS* Diolah, 2022

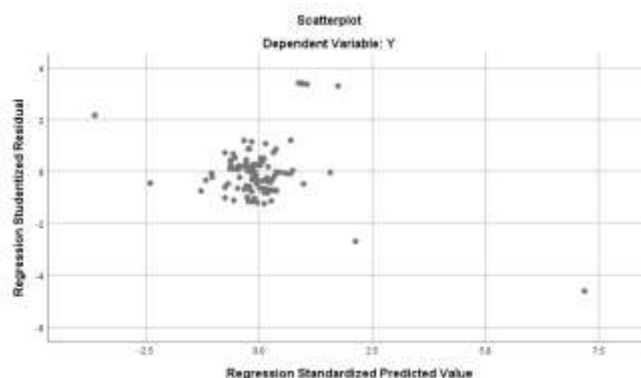
Bersumber pada tabel di atas, dapat didapati semua variabel memiliki nilai signifikansi < 0,05. Maksudnya ialah terdapat hubungan yang linier antara variabel bebas bersama variabel terikat.

Tabel 4.5
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Persamaan 1			
Sales growth	0,932	1,072	Tidak terjadi multikolinieritas
Ukuran komite audit	0,929	1,077	Tidak terjadi multikolinieritas
Ukuran perusahaan	0,977	1,024	Tidak terjadi multikolinieritas
Kinerja keuangan	0,981	1,019	Tidak terjadi multikolinieritas
Persamaan 2			
Sales growth	0,930	1,076	Tidak terjadi multikolinieritas
Ukuran komite audit	0,917	1,091	Tidak terjadi multikolinieritas
Ukuran perusahaan	0,689	1,452	Tidak terjadi multikolinieritas
X1*M	0,902	1,109	Tidak terjadi multikolinieritas
X2*M	0,925	1,173	Tidak terjadi multikolinieritas
X3*M	0,870	1,074	Tidak terjadi multikolinieritas

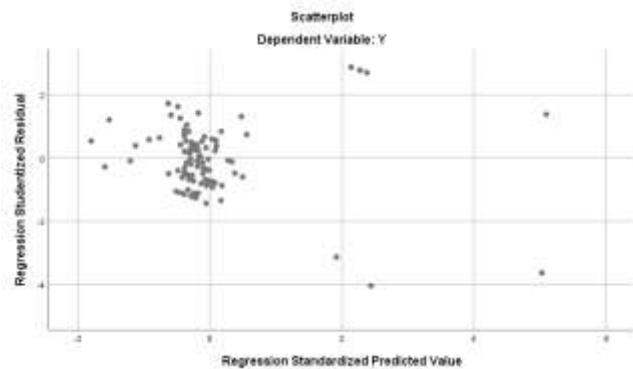
Sumber: Hasil *Output SPSS* Diolah, 2022

Bersumber pada tabel di atas, maka didapati jika pada persamaan satu dan dua masing-masing variabel memperoleh nilai VIF tidak lebih dari 10 serta nilai Tolerance tidak kurang dari 0,1. Maksudnya model regresi terhindar atas masalah multikolinieritas.



Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan 1

Sumber: Hasil *Output SPSS* (2022)



Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan 2

Sumber: Hasil *Output SPSS* (2022)

Berdasarkan gambar di atas, diperoleh kedua persamaan memiliki data yang menyebar di bagian atas maupun di bagian bawah pada sumbu 0. Terkait demikian, kedua model regresi dinyatakan terhindar dari masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4.6

Hasil Uji Autokorelasi

Model	<i>Durbin-Watson</i>	DU	4-DU	Keterangan
Persamaan 1	1,826	1,7596	2,240	Terhindar autokorelasi
Persamaan 2	1,943	1,8035	2,196	Terhindar autokorelasi

Sumber: Hasil *Output SPSS*, diolah

Nilai DU dapat diperoleh dari $N = 102$ dan $K = 4$ untuk persamaan 1 sedangkan persamaan 2 $N = 102$ dan $K = 6$. Bersumber pada tabel di atas, didapati hasil kedua model regresi sudah terhindar dari masalah autokorelasi serta dapat dibuat analisis lebih lanjut.

Tabel 4.7
Hasil Analisis MRA

Variabel	Koefisien	Konstanta
Persamaan 1		
<i>Sales growth</i>	0,017	0,099
Ukuran komite audit	0,018	
Ukuran perusahaan	0,005	
Kinerja keuangan	0,038	
Persamaan 2		
<i>Sales growth</i>	0,018	0,023
Ukuran komite audit	0,007	
Ukuran perusahaan	0,014	
X1*M	0,438	
X2*M	0,227	
X3*M	-0.057	

Sumber: Hasil *Output SPSS* Diolah, 2022

Hasil analisis menunjukkan setiap pertumbuhan kenaikan satu satuan variabel sales growth berefek di pertumbuhan kenaikan variabel CSR senilai 0,017 satuan, setiap pertumbuhan kenaikan satu satuan variabel ukuran komite audit berefek di kenaikan variabel CSR senilai 0,018 satuan, setiap pertumbuhan kenaikan satu satuan variabel ukuran perusahaan berefek di pertumbuhan kenaikan variabel CSR senilai 0,005 satuan, setiap pertumbuhan kenaikan satu satuan variabel kinerja keuangan berefek di pertumbuhan kenaikan variabel CSR senilai 0,038 satuan, setiap kenaikan satu satuan variabel sales growth yang dimoderasi kinerja keuangan berefek di pertumbuhan kenaikan variabel CSR senilai 0,438 satuan, setiap kenaikan satu satuan variabel ukuran komite audit yang dimoderasi kinerja keuangan berefek di pertumbuhan kenaikan variabel CSR senilai 0,227 satuan, setiap kenaikan satu satuan variabel ukuran perusahaan yang dimoderasi kinerja keuangan berefek di penurunan variabel CSR sebesar 0,057 satuan.

Tabel 4.8
Hasil Uji Parsial

Variabel	T hitung	Signifikansi	Keterangan
Persamaan 1			
<i>Sales growth</i>	0,901	0,370	Tidak signifikan
Ukuran komite audit	0,810	0,420	Tidak signifikan
Ukuran perusahaan	0,639	0,524	Tidak signifikan
Kinerja keuangan	2,138	0,035	Signifikan
Persamaan 2			
<i>Sales growth</i>	1,106	0,271	Tidak signifikan
Ukuran komite audit	0,366	0,715	Tidak signifikan
Ukuran perusahaan	1,629	0,107	Tidak signifikan
X1*M	5,976	0,000	Signifikan
X2*M	2,284	0,025	Signifikan
X3*M	-2,198	0,030	Signifikan

Sumber: Hasil *Output SPSS* Diolah, 2022

Tabel 4.9
Hasil Uji Simultan

Model	F hitung	Signifikansi
Persamaan 1	1,779	0,139
Persamaan 2	7,752	0,000

Sumber: Hasil *Output SPSS*, diolah

Bersumber pada tabel 4.9, guna persamaan 1 mendapat nilai signifikansi sebanyak $0,139 > 0,05$. Maksudnya secara simultan variabel sales growth, ukuran komite audit, ukuran perusahaan serta kinerja keuangan tidak berpengaruh terhadap variabel CSR. Persamaan 2 memperoleh nilai signifikansi sebanyak $0,000 < 0,05$. Maksudnya variabel sales growth, ukuran komite audit serta ukuran perusahaan dengan simultan berdampak signifikan kepada variabel CSR dengan variabel kinerja keuangan sebagai moderasi.

Tabel 4.10
Hasil Uji R²

Model	R Square
Persamaan 1	0,068
Persamaan 2	0,329

Sumber: Hasil *Output SPSS*, diolah

Bersumber pada tabel 4.10, untuk persamaan 1 memperoleh nilai R Square sebesar 0,068 atau sebesar 6,8%. Artinya naik turunnya variabel CSR dapat dijelaskan oleh variabel sales growth, ukuran komite audit serta ukuran perusahaan sebesar 6,8%. Adapun persamaan 2 memperoleh nilai R Square sebanyak 0,329 atau senilai 32,9%. Maksudnya naik turunnya variabel CSR dapat dijelaskan oleh variabel sales growth, ukuran komite audit serta ukuran perusahaan dengan kinerja keuangan divariabel moderasi sebesar 32,9%, dan sisanya bisa dijelaskan variabel lain diluar periset.

Penelitian ini menyatakan hasil bahwa sales growth terbukti tidak berdampak signifikan kepada CSR, sehingga hipotesis ditolak. Artinya naik turunnya nilai sales growth tidak berdampak pada besarnya pelaksanaan pertanggung jawaban sosial perusahaan makanan serta minuman pada BEI. Hal ini dapat disebabkan karena naik turunnya pertumbuhan penjualan jauh lebih besar dari pada nilai fluktuatif pemaparan CSR perusahaan. Penelitian ini memiliki hasil yang selaras yang dibuat Yovana & Kadir (2020), bahwa besar kecilnya pertumbuhan penjualan tidak menentukan pada peningkatan CSR. Bertolak belakang dengan studi yang dikerjakan Munsaidah, Andini dan Supriyanto (2016), dimana pertumbuhan perusahaan memiliki kepentingan guna mendorong manajemen perusahaan saat mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.

Hasil penelitian menunjukan bahwa besaran komite audit tidak berdampak signifikan terhadap pertanggung jawaban sosial perusahaan, sehingga H2 ditolak. Maksudnya besar kecilnya ukuran komite audit pada perusahaan tidak memiliki dampak pada luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dan ini bisa menyebabkan karna keberadaan komite audit dalam perusahaan hanya terbatas dipemenuhan regulasi saja, sehingga masih belum memiliki peran signifikan terhadap CSR. Diketahui bahwa sebagian besar perusahaan hanya memiliki 3 komite audit. Berdasarkan teori keagenan, besarnya ukuran komite audit memungkinkan adanya tambahan keahlian dan keragaman karena perbedaan latar belakang dan pengalaman setiap anggota sehingga dapat memperluas wawasan komite audit dalam menemukan masalah. Selaras dengan studi yang dilakukan Rivandi & Putra (2021), yang memperoleh hasil bahwa ukuran komite audit dalam perusahaan tidak memiliki yang berarti pada pengungkapan CSR. Keberadaan komite audit sebatas pada fungsi saat pengawasan terhadap kinerja pada perusahaan terkait review serta pengendalian intern dan serta kualitas laporan pada keuangan,

dan belum memperhatikan luas pengungkapan CSR. Bertolak belakang dengan riset yang dilaksanakan Rivandi serta Putra (2019), yang membuktikan jika ukuran komite audit berpengaruh signifikan pada pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan.

Penelitian menunjukkan hasil jika ukuran perusahaan tidak berdampak signifikan pada CSR, sehingga H3 ditolak. Artinya besar kecilnya ukuran perusahaan, masih belum berdampak pada luas pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan pada perusahaan makanan serta minuman yang di BEI. Bisa disebabkan karena perusahaan hanya dilihat dari jumlah aset perusahaan saja, dimana praktik tanggung jawab sosial akan senantiasa dilakukan perusahaan jika mereka mendapati kinerja yang positif atau laba yang baik. Selaras bersama riset saat dilakukan Indriyani serta Yuliandhari (2020), yang memperoleh hasil bahwa besaran perusahaan tidak berkontribusi signifikan pada luas pengungkapan CSR. Luas pengungkapan CSR tidak bergantung pada besar ataupun kecilnya besaran perusahaan, ini bisa disebabkan karena peraturan yang menuntut setiap perusahaan agar mengungkapkan aktivitas CSR yang telah dilakukan. Hal ini berbeda dengan teori stakeholder yang telah mengatakan bahwa semakin tingginya nilai besaran perusahaan akan mendorong manajemen mengungkapkan CSR lebih luas guna memenuhi keinginan pemangku kepentingan atau stakeholder. Sehingga perlu menginformasikan keuangan lebih lengkap guna menambah dukungan pemangku kepentingan. Semakin besar bentuk ukuran perusahaan maka akan semakin banyak perhatian melalui lingkungan eksternal, bisa dari masyarakat ataupun calon investor (Setianingrum, 2020).

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa sales growth, besaran komite audit serta ukuran perusahaan tidak berdampak signifikan kepada pengungkapan pertanggung jawaban sosial, sehingga H4 ditolak. Dan dengan adanya pertumbuhan kenaikan penjualan, total komite audit sesuai pada keinginan perusahaan serta ukuran perusahaan yang relative lebih besar, tidak menjamin perusahaan melakukan aktivitas pertanggung jawaban sosial dengan maksimal. ini dikarenakan pertanggung jawaban sosial menjadi keharusan bagi setiap Perseroan Terbatas, yang diatur dalam Peraturan Pemerintah atau PP No. 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Perseroan Terbatas. Pada Pasal 2 dan 3 PP ini, dinyatakan jika setiap perseroan selaku subjek hukum memiliki pertanggung jawaban sosial serta pertanggung jawaban lingkungan. Sehingga adanya sales growth, ukuran komite audit dan besar kecilnya ukuran perusahaan, tidak berkontribusi signifikan pada pertanggung jawaban sosial.

Penelitian memberikan hasil bahwa kinerja keuangan mampu memperkuat pengaruh sales growth terhadap CSR, sehingga H5 diterima. Artinya besar kecilnya tingkat pertumbuhan perusahaan dan baik buruknya kinerja keuangan pada perusahaan makanan dan minuman berdampak pada semakin luasnya pengungkapan CSR. Berdasarkan teori sinyal, mempertimbangkan rasio profitabilitas sebagai indikator dari kualitas investasi. Perusahaan akan lebih aktif dalam mengungkapkan tanggung jawabnya jika mereka memiliki kinerja keuangan yang baik dan stabil. Hal ini dilakukan agar perusahaan tetap memiliki kepercayaan di masyarakat terutama investor. Semakin naik tinggi profitabilitas yang dicapai perusahaan maka berefek juga semakin tingginya sales growth perusahaan (Ayem dan Nuwa, 2021). Berlawanan dari riset yang dilaksanakan Siagian, Leon dengan Purba (2022), yang telah memvalidasi bahwa kinerja keuangan tidak bisa memperkuat ataupun memperlemah pengaruh pertumbuhan perusahaan pada CSR

Pada penelitian menunjukkan hasil bahwa kinerja keuangan mampu memperkuat pengaruh ukuran komite audit terhadap CSR, sehingga H6 diterima. Artinya besar kecilnya ukuran komite audit perusahaan dan baik buruknya kinerja keuangan, mampu mencerminkan pada tindakan aktivitas CSR perusahaan. Keberadaan komite audit dalam suatu perusahaan yang didukung dengan kinerja keuangan yang baik, maka aktivitas pertanggung jawaban sosial perusahaan lebih tinggi. Selain itu, intensitas perusahaan untuk mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosial akan meningkat, dengan harapan dapat memberikan respon yang positif

bagi investor. Didukung dengan teori keagenan besarnya ukuran komite audit dengan beragam keahlian, latar belakang dan pengalaman yang berbeda sehingga dapat menemukan masalah lebih cepat, pengawasan dan pengendalian akan lebih efektif untuk meningkatkan kinerja manajemen dan pengungkapan CSR akan lebih luas serta dapat mengurangi biaya agensi (Pudjianti dan Ghozali, 2021). Berdasarkan teori sinyal, mempertimbangkan rasio profitabilitas di indikator dari kualitas pada investasi. Untuk mengurangi efek penilai negatif pasar pada kualitas investasi, menolong perusahaan pada saat memperoleh dana dengan nilai biaya yang rendah serta menghindari terjadinya penurunan harga saham sehingga mendorong pihak manajemen untuk mengungkapkan informasi sebagai bentuk pertanggung jawaban sosial perusahaan.

Di penelitian ini menunjukkan hasil bahwa kinerja keuangan mampu memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap CSR, sehingga H7 diterima. Maksudnya semakin besar ukuran perusahaan serta perusahaan tersebut mempunyai kinerja keuangan yang baik serta stabil, maka luas pengungkap tanggung jawab sosial akan lebih besar. Aktivitas sosial perusahaan dilakukan guna meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan. Perusahaan yang besar akan senantiasa melakukan CSR dengan berkolaborasi dengan lembaga-lembaga pemerintahan, dengan tujuan agar perusahaan mendapatkan nilai lebih dimasyarakat. Didukung dengan studi yang dilakukan Siagian, Leon dan Purba (2022), yang memperoleh hasil bahwa ukuran perusahaan yang besar dapat mendorong kegiatan CSR dengan memperhatikan kinerja keuangan yang dapat memperkuat pengaruh terhadap CSR. Belawan dengan riset yang dilaksanakan Arif dengan Wawo (2016), yang mendapatkan hasil jika profitabilitas tidak memoderasi ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan makanan serta minuman yang ada di BEI.

Di penelitian ini menunjukkan hasil bahwa kinerja keuangan mampu memperkuat pengaruh sales growth, ukuran komite audit dan ukuran perusahaan pada CSR dengan perusahaan makanan serta minuman yang ada di BEI pada masa 2016-2021. Ini menyatakan jika perusahaan kinerja keuangan yang baik, mampu mendorong perusahaan dengan memiliki sales growth yang baik, jumlah komite audit yang sesuai dengan kapasitas perusahaan dan ukuran perusahaan yang besar akan membuat manajemen lebih aktif dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial. Kinerja keuangan menggambarkan keadaan keuangan perusahaan dalam satu masa tertentu berkaitan dengan aspek penghimpunan dana ataupun penyaluran dana, yang umumnya dimuat bersama indikator kecukupan modal, likuiditas, serta profitabilitas (Jumingan, 2006:239). Tingkat profitabilitas yang tinggi perusahaan dianggap mampu dalam membiayai kegiatan tanggung jawab sosialnya, dengan demikian pengungkapan kegiatan sosialnya semakin banyak (Febrianti, 2016).

KESIMPULAN DAN SARAN

Diambil dari hasil penelitian yang sudah dilaksanakan, dapat disimpulkan jika pada perusahaan makanan serta minuman di BEI pada masa 2016-2021 sales growth, ukuran komite audit serta ukuran perusahaan masing-masing tidak bisa berdampak signifikan pada pengungkapan pertanggung jawaban sosial. Namun dengan simultan *sales growth*, ukuran komite audit serta ukuran perusahaan juga tidak berdampak signifikan pada CSR. Kinerja keuangan mampu memperkuat pengaruh *sales growth* terhadap CSR. Kinerja keuangan mampu memperkuat pengaruh ukuran komite audit pada CSR. Kinerja keuangan mampu memperkuat pengaruh ukuran komite audit kepada CSR, ukuran perusahaan kepada CSR Secara simultan kinerja keuangan mampu memperkuat pengaruh *sales growth*, ukuran komite audit serta ukuran pada perusahaan juga tidak berdampak signifikan kepada CSR

Disini dari hasil pembahasan serta evaluasi, didapati masukan yang dapat disampaikan peneliti ialah bagi peneliti mendatang serta penelitian sejenis, dihimbaungkan agar menambah variabel-variabel lain yang terkait dengan corporate social responsibility perusahaan, peneliti

selanjutnya sebaiknya untuk pengukuran variabel menggunakan proksi yang berbeda agar memperoleh hasil yang lebih kredibel, untuk manajemen pada perusahaan alangkah baiknya lebih bisa melihat setiap keputusan yang akan dilaksanakan serta resiko, investor dan calon investor diharapkan selain mempelajari peluang profit yang dihasilkan, juga harus memiliki wawasan yang luas terkait dengan tata kelola perusahaan dan praktik-praktik manajemen yang tidak mentaati dari peraturan yang berlaku.

REFERENSI

- Arif, F. A., & Wawo, A. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Assets*, 6(2), 177–195.
- Ayem, S., & Nuwa, R. T. (2021). Pengaruh likuiditas, leverage dan sales growth terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. *Forum Ekonomi, Volume 23 Nomor 4*, 791-803.
- Budiasni, N. W., & Darma, G. S. (2020). *Corporate Social Responbility dalam Ekonomi Berbasis Kearifan Lokal di Bali (Kajian dan Penelitian Lembaga Perkreditan Desa)*. Lukluk: Nilacakra.
- Cho, S. J., Chung, C. Y., & Young, J. (2019). Study on the Relationship between CSR and Financial Performance. *Sustainability, Volume 11 Nomor 343*, 1-26.
- Fauziah, F. (2017). *Kesehatan Bank, Kebijakan Dividen, dan Nilai Perusahaan Teori dan Kajian Empiris*. Kalimantan Timur: RV Pustaka Horizon.
- Febrianti, Dwi. 2016. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Corporate Social Responsibility Expenditure dan Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015). Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- Jumingan, 2006. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Leischnig, A., Henneberg, S. C., & Thornton, S. C. (2016). Net versus combinatory effects offirm and industry antecedents of sales Growth. *Journal of Business Research*, 69, 3576–3583.
- Munsaidah, S., Andini, R., & Supriyanto, A. (2016). Analisis Pengaruh Firm Size, Age, Profitabilitas, Leverage, Dan Growth Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2014. *Journal Of Accounting, Volume 2 Nomor 2*, 1-11.
- Ningrum, H., Purnama, A. A., Oktaviana, A., Calista, G., Perwira I. F. A., & Nasim A. (2019). Faktor – faktor yang Mempengaruhi Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) di Perusahaan. *Journal of Business Management Education, Volume 4 Nomor 3*, 46-53.
- Indriyani, A. D., & Yuliandhari, W. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Indeks LQ 45 Non-Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018). *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi, Volume 6 Nomor 1*, 1559-1568.
- Pudjianti, F. N., & Ghozali, I. (2021). Pengaruh Karakteristik Komite Audit Terhadap Pengungkapan CSR Dengan Keberadaan Manajemen Risiko Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Accounting, Volume 10 Nomor 1*, 1-3.
- Rivandi, M., & Putra, 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, Volume 8 Nomor 1*, 128-141.

- Rivandi, M., & Putra, R. J. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Komite Audit Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi, Volume 5 Nomor 2*, 513-524.
- Setianingrum, V. A. K. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dengan Leverage sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur: *Basic Industry And Chemicals* yang terdaftar di BEI periode 2016 - 2018). Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang.
- Siagian, B. M., Leon, F. M., & Purba³, Y. E. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi corporate social responsibility dengan kinerja keuangan sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan, Volume 4 Nomor 10*, 4436-4442.
- Wati, L. N. (2019). *Model Corporate Social Responsibility (CSR); Dilengkapi Hasil Penelitian Mengenai Faktor-Faktor yang Menentukan CSR di Perusahaan Manufaktur Indonesia*. Jawa Timur: Myria Pubsher.
- Yovana, D. G., & Kadir, A. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Manajemen dan Akuntansi, Volume 21 Nomor 1*, 15-24.
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.