

Pengaruh likuiditas, leverage dan *sales growth* terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi

Sri Ayem^{1*}, Rosalina To Wea Nuwa²

Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta.

*Email: sriayemfeust@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris bahwa likuiditas, leverage dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas dalam memoderasi hubungan ketiga variabel dependen pemoderasi pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019 Titik. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling, sehingga diperoleh 12 perusahaan yang memenuhi kriteria dengan pengamatan selama 4 tahun. Data yang digunakan berupa data sekunder yang berasal dari laporan keuangan dan laporan tahunan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, dan analisis regresi termoderasi (MRA).

Kata Kunci: Likuiditas; leverage; pertumbuhan penjualan; profitabilitas; tanggung jawab sosial perusahaan

Effect of liquidity, leverage and sales growth on the disclosure of corporate social responsibility with profitability as a moderating variable

Abstract

This study purpose to provide empirical evidence that liquidity, leverage and sales growth affect the disclosure of corporate social responsibility and profitability in moderating the relationship of the three moderating dependent variables in consumer goods industrial sector companies listed on the Indonesian stock exchange for the 2016-2019 period. This research is a quantitative research. Sample selection was done by purposive sampling method, in order to obtain 12 companies that meet the criteria with 4 years of observation. The data used in the form of secondary data derived from financial reports and annual reports. The data analysis techniques used in this study were descriptive statistical analysis, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, and moderated regression analysis (MRA).

Keywords: Liquidity; leverage; sales growth; profitability; corporate social responsibility

PENDAHULUAN

Dalam sebuah perusahaan atau badan usaha, kegiatan bisnis menjadi perilaku utama dari para pelaku bisnis. Selama ini perusahaan dianggap sebagai lembaga yang memberikan keuntungan bagi masyarakat, dimana menurut pendekatan akuntansi tradisional, perusahaan harus dapat memaksimalkan labanya agar dapat memberikan sumbangan yang maksimum kepada masyarakat. Namun, kegiatan bisnis tersebut tetap berorientasi pada keuntungan tanpa dibatasi oleh perbedaan sistem hukum. Kegiatan bisnis tersebut terutama yang bergerak di bidang pemanfaatan sumber daya alam baik secara langsung maupun yang tidak langsung tentu memberikan dampak pada lingkungan sekitarnya seperti masalah-masalah polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja.

Sejarah Akuntansi yang berkembang pesat menyebabkan pelaporan akuntansi lebih banyak digunakan sebagai alat pertanggungjawaban kepada pemilik modal sehingga orientasi perusahaan lebih berfokus kepada para pemilik modal. Perkembangan pembangunan dan teknologi saat ini berdampak pada semakin maju dan kompleksnya aktivitas operasional serta tanggungjawab social perusahaan. Pada umumnya sifat dan jenis pengungkapan yang digunakan perusahaan untuk memberikan informasi kepada pemakai laporan keuangan yaitu pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) dan pengungkapan wajib (*discretionary disclosure*). Pengungkapan wajib dilakukann dengan tujuan untuk melindungi, informatif atau melayani kebutuhan khusus (*differential*).

Awal mula perkembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah adanya ketidakpercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Belakangan ini, aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah berkembang menjadi bagian dari strategi bisnis perusahaan terutama terkait dengan fungsi pemasaran, *publik reation*, dan pengambilan kebijakan investasi. Dari segi ekonomi tujuan utama perusahaan adalah memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya sehingga seringkali perusahaan mengabaikan dampak sosial dan lingkungan yang terjadi atas tindakan ekonomi yang dilakukan dimana tindakan tersebut dapat menimbulkan kerusakan lingkungan, misalnya polusi udara, pencemaran air, penggundulan hutan, dan sebagainya. Melalui kegiatan tanggung jawab sosial dapat diharapkan perusahaan tidak saja hanya berfokus pada masalah finansial perusahaan itu sendir tetapi juga tetap memperhatikan keadaan sosial dan lingkungan sekitarnya.

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan bentuk pertanggungjawaban perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan yang semakin luas. Bagi perusahaan, bentuk tanggung jawab dalam penerapan tanggung jawab sosial perusahaan membutuhkan biaya yang relative besar agar bisa berjalan dengan baik dan berkesinambungan. Dalam upaya meningkatkan daya saing antar perusahaan lewat peningkatan transparasi dan akuntabilitas maka Ikatan Indonesia Kompartemen Akuntan Manajemen pada tahun 2005 Indonesia Sustainability Report Award (ISRA). ISRA adalah jenis penghargaan yang diberikan untuk perusahaan-perusahaan yang telah melakukan dan membuat pelaporan atas kegiatan yang berkaitan dengan aspek lingkungan dan social disamping aspek ekonomi untuk keberlanjutan perusahaan itu sendiri.

Alasan perusahaan melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial diantaranya adalah untuk menaati peraturan pemerintah yang telah ada. Pemerintah menetapkan aturan pelaksanaan CSR dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perseroan yang dibidang usahanya di bidang atau terkait dengan bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang disahkan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan Peseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Peraturan lain yang menyinggung CSR adalah UU No. 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal. Dalam UU tersebut dinyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Prakteknya corporate social responsibility yang dalam ketentuan perundang-undangan tersebut telah ditentukan sebagai sebuah kewajiban hukum bagi setiap perseroan, tetapi dalam perjalannya corporae social responsibility belum dapat dijalankan sesuai dengan konsep corporate social responsibility itu sendiri. Komitmen perseroan untuk berkontribusi dalam

pembangunan bangsa dengan memperhatikan aspek finansial atau ekonomi, sosial, dan lingkungan itulah yang menjadi isu utama dari konsep corporate social responsibility

CSR menjadi penting untuk dijalankan diantaranya karena (Frynas dalam Raharjo ST, 2017) untuk memenuhi regulasi, hukum dan aturan, sebagai investasi sosial perusahaan untuk mendapatkan image yang positif, bagian dari strategi bisnis perusahaan; untuk memperoleh licence to operate dari masyarakat setempat, bagian dari risk management perusahaan untuk meredam dan menghindari konflik sosial. CSR dalam hal ini menunjukkan kepeduliannya terhadap keberlanjutan pembangunan tetapi tetap seimbang dalam ekonomi maupun lingkungan. Hal tersebut pun akan memberikan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan.

Corporate social responsibility dilatarbelakangi masih rendahnya kualitas dan kuantitas pengungkapan informasi yang berkaitan dengan aktivitas/keadaan lingkungan perusahaan di Indonesia. Faktanya di Indonesia banyak kasus yang berhubungan dengan CSR. Berikut adalah fenomena yang terjadi di Indonesia yaitu fenomena CSR yang dilakukan oleh PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) yang memberikan dampak positif dengan memberikan dana riset kepada 63 mahasiswa yang berasal dari 33 perguruan tinggi negeri dan 12 perguruan tinggi swasta melalui program Indofood Riset Nugraha (IRN) periode 2019-2020 dengan tema Pengembangan Sistem Pangan Berkelanjutan Berbasis Potensi dan Kearifan Lokal untuk Peningkatan Kecerdasan, Kesehatan, dan Potensi Bangsa. Total dana yang dihabiskan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk mencapai Rp. 2,2 miliar. Selanjutnya mahasiswa yang mendapatkan dana riset tersebut mengikuti serangkaian pelatihan serta dibimbing dan di dampingi oleh pakar-pakar yang sudah dikenal baik di Indonesia maupun di tingkat dunia. Program ini sangat bermanfaat dan dapat memotivasi mahasiswa untuk menciptakan inovasi melalui riset yang dapat memberikan kontribusi bagi ketahanan pangan dan nutrisi di Indonesia. Adapun fenomena lainnya yaitu pada pabrik rokok PT Sumatera Tobacco Trading Company (STTC) ternyata tidak memberikan kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat sekitar. Pabrik yang berada pada jalan Pdt. Justin Sihombing, Kel. Siopat Suhu, Kec. Siantar Timur, Kota Pematangsiantar, Prov. Sumatera Utara itu tidak patuh dalam memberikan CSR kepada warga sekitar. CSR yang seharusnya merupakan bantuan PT. STTC yang berasal dari keuntungan perusahaan tidak pernah dialurkan sejak 2015-2017 (diakses pada 28 Februari 2018).

Tinjauan pustaka

Pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Teori legitimasi menetapkan persepsi dan menetapkan pengakuan public sebagai dorongan utama dalam melakukan pengungkapan informasi di laporan keuangan. Semakin perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan maka semakin tinggi masyarakat mengakui public terhadap perusahaan tersebut. Jika pengakuan public terhadap perusahaan tinggi maka akan berdampak pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi hutang jangka pendeknya. Perusahaan dengan likuiditas tinggi akan memberikan sinyal kepada perusahaan yang lain bahwa mereka lebih baik dari perusahaan lain dengan melakukan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan sosial. Sinyal tersebut dilakukan dengan cara memberikan informasi yang lebih luas tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan. Perusahaan dengan rasio likuiditas yang tinggi akan memberikan informasi sosial guna memberikan *good news* kepada para pembaca untuk menaikkan citra dan menarik investor (Rahmawati, 2010)

Teori legitimasi tidak mampu didukung apabila semakin tinggi likuiditas perusahaan maka semakin rendah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dikarenakan dengan likuiditas yang tinggi membuat perusahaan lebih memikirkan hutang daripada melakukan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian Arif & Wawo (2016) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang dilakukan Wahyuningsih (2018) menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan uraian teori dan peneliti terdahulu diatas maka diajukan hipotesis pertama sebagai berikut:

H₁: Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Pengaruh leverage terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Tingkat *leverage* merupakan kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan semua kewajibannya kepada pihak lain. Ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio leverage yang lebih tinggi akan lebih banyak mengungkapkan informasi dikarenakan biaya keagenan perusahaan dengan struktur nodal seperti itu lebih tinggi (Jensen & Meckling, 1976). Informasi tambahan diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur (Schipper, 1981 dan Meek, et al, 1995). Oleh karena itu perusahaan dengan rasio leverage yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan ungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio leverage yang lebih rendah.

Perusahaan yang mempunyai *leverage* tinggi mempunyai kewajiban yang lebih untuk memenuhi kebutuhan informasi krediturnya termasuk pengungkapan tanggung jawab sosial. Semakin tinggi tingkat *leverage* semakin besar kemungkinan akan melanggar perjanjian kredit. Hal tersebut didukung oleh Belkaoui dan Karpik (1989) yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat leverage maka semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan melaporkan laba sekarang lebih cepat. Pelaporan laba yang tinggi akan mencerminkan kondisi keuangan perusahaan yang kuat sehingga meyakinkan perusahaan dalam memperoleh pinjaman dari para stakeholder perusahaan tersebut. Berdasarkan hasil penelitian Wahyuningsih & Mahdar (2018) dan Arif dan Wawo (2016) menyatakan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR sedangkan menurut Robiah & Erawati (2017) menyatakan bahwa leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

Dari uraian diatas dapat diajukan hipotesis kedua sebagai berikut:

H₂: Leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan

Pengaruh sales growth terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Sales growth adalah kemampuan perusahaan dalam pertumbuhan penjualan dari waktu ke waktu. Pertumbuhan perusahaan dapat diukur menggunakan tingkat pertumbuhan penjualan. Besarnya pertumbuhan perusahaan dengan *sales growth* mencerminkan bahwa penerimaan pasar atas produk suatu perusahaan tersebut dikatakan baik sehingga perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi akan mendapat perhatian dari *stakeholder* dengan begitu perusahaan cenderung akan lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan (Putri & Yuliandhari, 2020). Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan maka perusahaan berhasil dalam melaksanakan strateginya. *Sales growth* manifestasi keberhasilan investasi periode masa lalu dan dijadikan pertumbuhan masa yang akan datang. Laju pertumbuhan penjualan akan mempengaruhi kemampuan perusahaan mempertahankan keuntungan untuk mendanai pada masa yang akan datang.

Dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan membutuhkan biaya yang tinggi. Jika pengakuan public terhadap perusahaan tinggi maka perusahaan akan mengalami pertumbuhan penjualan yang tinggi. Jika pertumbuhan penjualan perusahaan tinggi maka perusahaan akan melakukan kegiatan sosial terhadap masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Wahyuningsih (2018) menyatakan bahwa sales growth berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan Putri & Yuliandhari (2020) bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Dari uraian diatas maka dapat diajukan hipotesis ketiga sebagai berikut:

H₃: Sales growth berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh profitabilitas sebagai variabel moderasi terhadap hubungan likuiditas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Profitabilitas dapat diartikan sebagai kinerja perusahaan/substansi dalam mendapatkan laba atau keuntungan (Ang, 1997). Tingkat profitabilitas suatu perusahaan dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan kinerja manajemen dalam perusahaan itu sendiri, sehingga tingginya profitabilitas suatu perusahaan maka luas dalam pengungkapan tanggung jawab sosialnya akan semakin baik (Munsaidah et al, 2016).

Semakin tinggi profitabilitas yang didapatkan perusahaan akan perusahaan dapat membayar hutang jangka pendeknya. Semakin tinggi profitabilitas yang didapatkan oleh perusahaan maka semakin besar pula pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh *stakeholders*. Penelitian yang dilakukan oleh Arif dan Wawo (2016), menyatakan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan likuiditas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningsih (2018) menyatakan bahwa profitabilitas tidak memoderasi hubungan antara likuiditas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Jika profitabilitas perusahaan tinggi namun pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan masih rendah, hal ini dikarenakan dengan profitabilitas yang tinggi maka perusahaan akan membayar hutang jangka pendek daripada untuk kegiatan tanggung jawab sosial.

Dari uraian diatas dapat diajukan hipotesis keempat sebagai berikut:

H₄: Profitabilitas berpengaruh positif sebagai variabel moderasi terhadap hubungan likuiditas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh profitabilitas sebagai variabel moderasi terhadap hubungan *leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas. Menurut teori agensi, jajaran manajer dalam perusahaan yang berperan sebagai agen memiliki wewenang dalam pengambilan keputusan dengan kepentingan untuk memaksimalkan laba perusahaan dengan kebijakan yang dikeluarkan termasuk kebijakan *leverage*. *Leverage* merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi pembayaran semua kewajibannya, baik kewajiban jangka pendek maupun kewajiban jangka Panjang (Zuety, 2016). Hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah menjadi anggapan dasar untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi akan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaannya karena mempunyai biaya lebih untuk melakukan pengungkapan selain itu untuk menarik perhatian investor untuk berinvestasi.

Leverage pada kenyataannya memberikan pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan, salah satunya ditunjukkan dengan besarnya pengembalian atau return yang akan diterima oleh pemilik perusahaan melalui *Return On Equity (ROE)* perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Arif & Wawo (2016) menyatakan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas yang didapatkan perusahaan maka berdampak pada semakin tingginya tingkat *leverage*. Penggunaan *leverage* yang semakin besar membawa dampak positif bila pendapatan yang diterima dari penggunaan dana tersebut lebih besar daripada beban keuangan yang dikeluarkan, sedangkan dampak negatif dari penggunaan *leverage* yang semakin besar akan menyebabkan beban yang ditanggung perusahaan yaitu beban tetap atau beban bunga menjadi semakin besar pula.

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan hipotesis kelima sebagai berikut:

H₅: Profitabilitas berpengaruh positif sebagai variabel moderasi terhadap hubungan *leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh profitabilitas sebagai variabel moderasi terhadap hubungan *sales growth* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Sales growth merupakan perubahan penjualan yang ada pada laporan keuangan. Pertumbuhan atas penjualan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk dan atau jasa perusahaan tersebut dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan (Swastha & Handoko, 2016)

Menurut Weston dan Brigham dalam Farhana (2016) dengan mengetahui seberapa besar *sales growth*, perusahaan dapat memprediksi seberapa besar profit yang dapat diperoleh. Semakin tinggi profitabilitas yang didapatkan perusahaan maka berdampak pada semakin tinggi *sales growth* perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas yang didapatkan perusahaan maka semakin besar pula

pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Sebesar apapun profitabilitas perusahaan tidak dapat berpengaruh terhadap hubungan *sales growth* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Tidak mendukung teori yang menyatakan bahwa semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningsih (2018) menyatakan bahwa profitabilitas tidak memoderasi hubungan *sales growth* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Dari uraian diatas maka dapat diajukan hipotesis keenam sebagai berikut:

H₆: Profitabilitas berpengaruh positif sebagai variabel moderasi terhadap hubungan *sales growth* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

METODE

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2019. Sampel penelitian yang digunakan adalah perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia atau IDX periode 2014-2016. Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*, dengan kriteria pemilihan sampel sebagai berikut:

Perusahaan mempublikasikan *annual report* tahun 2016-2019 baik di situs perusahaan maupun di situs Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut;

Perusahaan tidak mengalami kerugian secara berturut-turut dalam mengelola usahanya;

Perusahaan menyajikan ikhtisar keuangan dalam mata uang rupiah;

Perusahaan menerapkan dan mengungkapkan laporan mengenai tanggung jawab sosial dalam *annual report* tahun 2016-2019;

Jenis data yang digunakan adalah berupa data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui data yang tercatat yaitu data keuangan. Sedangkan sumber data yang digunakan diperoleh dari www.idx.co.id. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi dokumentasi, yaitu mengumpulkan data sekunder dari situs BEI berdasarkan kriteria. Data sekunder penelitian ini berupa laporan tahunan (*annual report*) perusahaan sektor industri barang konsumsi yang telah dipublikasikan. Membuat daftar mengenai perusahaan manufaktur dan jasa yang mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan yang berasal dari situs BEI.

Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, variabel independen dalam penelitian ini yaitu likuiditas, leverage dan sales growth, serta variabel moderasi yaitu profitabilitas.

Teknik analisis data

Untuk mengetahui apakah model regresi benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan representatif, maka model tersebut harus memenuhi asumsi klasik regresi. Uji asumsi klasik yang dilakukan adalah uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas dan uji autokorelasi, uji hipotesis (uji t) dan model regresi linier berganda dengan persamaan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + Z + b_4X_1*Z + b_5X_2*Z + b_6X_3*Z + e$$

Keterangan:

Y = Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

a = Konstanta

b₁-b₆ = Koefisien regresi

X₁ = Likuiditas

X₂ = Leverage

X₃ = Sales Growth

Z = Profitabilitas

e = eror

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik deskriptif

Merupakan gambaran tentang ringkasan data dari masing-masing variabel yang akan masuk dalam proses pengujian dimulai dari jumlah data (*N*), nilai rata-rata (*Mean*), nilai maksimum, nilai minimum, dan standar penyimpangan data (*Standar deviasi*). Penyajian statistic deskriptif digunakan untuk menggambarkan statistic deskriptif berhubungan dengan pengumpulan dan peningkatan data, dan penyajian hasil peningkatan tersebut dengan menggunakan SSPS.

Tabel 1. Statistik deskriptif
Descriptive statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Likuiditas	48	1.07	8.32	3.7855	1.63883
Leverage	48	.08	.51	.2636	.10694
Sales Growth	48	2561805.00	22633476361037.00	3457179261852.0840	5996240064064.94500
Profitabilitas	48	.02	.29	.1173	.07130
Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	48	.02	.20	.1103	.04539
Valid N (listwise)	48				

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa terdapat 48 sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut ini disajikan hasil statistik deskriptif untuk setiap variabelnya. Pada Likuiditas dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa nilai minimumnya 1.07 dan nilai maksimumnya adalah sebesar 8.32. Rata-rata (*mean*) adalah sebesar 3.7855. Nilai standar deviasi 1.63883. Pada variabel Leverage nilai minimumnya adalah 0.8 dan nilai maksimumnya 0.51. Rata-rata (*mean*) adalah sebesar 0.2636 dan nilai standar deviasi 0.10694. Pada variabel Sales Growth nilai minimumnya adalah 2561805.00 dan nilai maksimumnya adalah 22633476361037.00. Rata-rata (*mean*) adalah sebesar 3457179261852.0840 dan nilai standar deviasi adalah 5996240064064.94500. Pada Profitabilitas nilai minimumnya adalah 0.02 dan nilai maksimumnya adalah 0.29. Rata-rata (*mean*) adalah sebesar 0.1173 dan standar deviasinya adalah 0.07130. Pada pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan nilai minimumnya adalah 0.02 dan nilai maksimumnya 0.20. Rata-rata (*mean*) adalah sebesar 0.1103 dan nilai standar deviasi adalah sebesar 0.04539.

Uji asumsi klasik Normalitas

Uji Normalitas dilakukan dengan menggunakan Uji *Kolmogorow-Smirnov*. Hasil Uji Normalitas untuk 48 data yang memenuhi kriteria sampel disajikan pada tabel berikut.

Tabel 2. Uji normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		48
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.49275103
	Absolute	.129
Most Extreme Differences	Positive	.068
	Negative	-.129
Kolmogorov-Smirnov Z		.896
Asymp. Sig. (2-tailed)		.398

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel 2 tersebut dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0.398 yang lebih besar dari 0.05 sehingga dapat dikatakan data telah berdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil uji heterokedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
(Constant)	.433	.303		1.432	.160
Likuiditas	.042	.165	.081	.251	.803
Leverage	.186	.143	.361	1.303	.200
Sales Growth	-.004	.007	-.102	-.577	.567
Profitabilitas	-.013	.102	-.036	-.126	.900
Likuiditas*ROA	.014	.051	.074	.264	.793
Leverage*ROA	.038	.054	.218	.706	.484
Sales Growth*ROA	-.001	.002	-.083	-.438	.664

a. Dependent Variable: ABS_RES2

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas pada tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk semua variabel adalah $\text{sig} > 0.05$ sehingga dapat dikatakan bahwa tidak ada gejala heterokedastisitas pada variabel yang diteliti.

Autokorelasi

Pengujian Autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Durbin-Watson* (DW) digunakan untuk melihat apakah data yang diuji mengandung autokorelasi atau tidak. Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini.

Tabel 4. Hasil uji autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.754 ^a	.568	.493	.40665	2.083

a. Predictors: (Constant), Sales Growth*ROA, Sales Growth, Likuiditas, Leverage, Profitabilitas, Likuiditas*ROA, Leverage*ROA

b. Dependent Variable: Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai uji Durbin-Watson (DW) adalah 2.083. Rumus uji autokorelasi:

Tidak terjadi autokorelasi jika $DU < DW < 4 - DU$

$DU = 1.8823$

$DW = 2.083$

$4 - DU = 2.1177$

Maka $1.8823 < 2.083 < 2.1177$ yang artinya regresi ini tidak terdapat autokorelasi dalam pengujian.

Uji regresi linear berganda

Tabel 5. Hasil uji regresi linear berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
(Constant)	-3.188	.426		-7.482	.000
1 Likuiditas	.385	.167	.316	2.307	.026
Leverage	.342	.168	.281	2.030	.048
Sales Growth	.033	.012	.348	2.637	.012

a. Dependent Variable: Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Berdasarkan pada tabel 5 pengujian regresi linear, maka dapat diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -3.188 + 0.385\text{Likuiditas} + 0.342\text{Leverage} + 0.033\text{SG} + e$$

Uji hipotesis

Berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 2.307 koefisien regresi (beta) 0,385 dengan probabilitas (p) = 0,026. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas (p) ≤ 0,05 dapat disimpulkan bahwa Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Hipotesis 1 diterima. Hasil uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 2.030 koefisien regresi (beta) 0,342 dengan probabilitas (p) = 0.048. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas (p) ≤ 0,05 dapat disimpulkan bahwa Leverage berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Hipotesis 2 diterima. Dengan demikian, maka hipotesis 2 (H2) yang menjelaskan bahwa pengaruh Leverage positif terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan **didukung**. Hasil uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 2.637 koefisien regresi (beta) 0,033 dengan probabilitas (p) = 0.012. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas (p) ≤ 0,05 dapat disimpulkan bahwa Sales Growth berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Hipotesis 3 diterima. Dengan demikian, maka hipotesis 3 (H3) yang menjelaskan bahwa pengaruh Sales Growth positif terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan **didukung**.

Uji moderated regression analysis (MRA)

Berdasarkan pada tabel pengujian regresi linear model 2 dengan menggunakan model Moderated Regression Analysis (MRA) pada tabel 6 maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil uji moderated regression analysis
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.938	.490		-6.000	.000
Likuiditas	1.004	.268	.825	3.752	.001
Leverage	.773	.231	.636	3.352	.002
Sales Growth	.025	.011	.265	2.192	.034
Profitabilitas	-.058	.165	-.068	-.348	.730
Likuiditas*ROA	.244	.083	.561	2.935	.005
Leverage*ROA	.246	.088	.590	2.793	.008
Sales Growth*ROA	.007	.003	.317	2.440	.019

a. Dependent Variable: Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

$$Y = -2.938 + 1.004\text{Likuiditas} + 0.773\text{Leverage} + 0.025\text{SG} + (-0.058)\text{P} + 0.244\text{Likuiditas*P} + 0.246\text{Leverage*P} + 0.007\text{SG*P} + e$$

Berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 2.935, koefisien regresi (beta) 0,244 dengan probabilitas (p) = 0,005. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas (p) ≤ 0,05. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan mampu dimoderasi Profitabilitas sehingga hipotesis keempat diterima. Berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 2.793, koefisien regresi (beta) 0,246 dengan probabilitas (p) = 0,008. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas (p) ≤ 0,05. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan mampu dimoderasi oleh Profitabilitas sehingga hipotesis kelima dalam penelitian ini diterima. Berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 2.440, koefisien regresi (beta) 0,007 dengan probabilitas (p) = 0,019. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas (p) ≤ 0,05. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Sales Growth berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan mampu dimoderasi Profitabilitas sehingga hipotesis keenam diterima.

Hasil analisis dan pembahasan pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 2.307, koefisien regresi (beta) 0,385 dengan probabilitas (p) = 0,026. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas (p) \leq 0,05 dapat disimpulkan bahwa Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Hipotesis 1 diterima. Dengan demikian, maka hipotesis 1 (H1) yang menjelaskan bahwa pengaruh Likuiditas positif terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan **didukung**. Rasio likuiditas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan pengelola perusahaan dalam memenuhi kewajiban atas membayar utang jangka pendeknya. Artinya seberapa besar perusahaan dapat membayar kewajiban atau utangnya yang sudah jatuh tempo. Likuiditas merupakan salah satu kinerja yang sering dilakukan tolak ukur investor dalam menilai perusahaan. Perusahaan dengan rasio likuiditas yang tinggi akan memberikan informasi sosial guna memberikan *good news* kepada para pembaca untuk menaikkan citra dan menarik investor. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Nanda dan Jumaidi (2016) menyatakan likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil analisis dan pembahasan pengaruh leverage terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 2.030, koefisien regresi (beta) 0,342 dengan probabilitas (p) = 0.048. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas (p) \leq 0,05 dapat disimpulkan bahwa Leverage berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Hipotesis 2 diterima. Dengan demikian, maka hipotesis 2 (H2) yang menjelaskan bahwa pengaruh Leverage positif terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan **didukung**. Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Rasio leverage merupakan rasio yang mengukur perbandingan antara dana yang disediakan oleh pemilik perusahaan dengan dana yang berasal dari kreditor perusahaan. Dengan adanya komponen modal yang berasal dari utang, pemilik akan memperoleh manfaat berupa keuntungan yang diperoleh dari pertambahan modal, tetapi di sisi lain pemilik harus membayar bunga utang. Perusahaan yang memiliki tingkat leverage tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang memiliki tingkat leverage lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Wahyuningsih & Mahdar (2018) leverage berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR dan sejalan dengan hasil penelitian menurut Arif dan Wawo (2016) leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil analisis dan pembahasan pengaruh sales growth terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 2.637, koefisien regresi (beta) 0,033 dengan probabilitas (p) = 0.012. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas (p) \leq 0,05 dapat disimpulkan bahwa Sales Growth berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Hipotesis 3 diterima. Dengan demikian, maka hipotesis 3 (H3) yang menjelaskan bahwa pengaruh Sales Growth positif terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan **didukung**.

Sales growth adalah kemampuan perusahaan dalam pertumbuhan penjualan dari waktu ke waktu. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan maka perusahaan berhasil dalam melaksanakan strateginya. *Sales growth* manifestasi keberhasilan investasi periode masa lalu dan dijadikan pertumbuhan masa yang akan datang. Laju pertumbuhan penjualan akan mempengaruhi kemampuan perusahaan mempertahankan keuntungan untuk mendanai pada masa yang akan datang. Dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan membutuhkan biaya yang tinggi. Jika pengakuan public terhadap perusahaan tinggi maka perusahaan akan mengalami pertumbuhan penjualan yang tinggi. Jika pertumbuhan penjualan perusahaan tinggi maka perusahaan akan melakukan kegiatan sosial terhadap masyarakat. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Sari, 2012) yang

menyatakan bahwa *sales growth* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh profitabilitas sebagai variabel moderasi terhadap hubungan likuiditas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 2.935, koefisien regresi (beta) 0,244 dengan probabilitas (p) = 0,005. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas (p) \leq 0,05 dapat disimpulkan bahwa Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dimoderasi Profitabilitas. Hipotesis 4 diterima. Profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas serta besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dan hubungan dengan penjualan maupun investasi. Semakin tinggi profitabilitas yang didapatkan perusahaan akan perusahaan dapat membayar hutang jangka pendeknya. Semakin tinggi profitabilitas yang didapatkan oleh perusahaan maka semakin besar pula pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh *stakeholders*. Jika profitabilitas perusahaan tinggi namun pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan masih rendah, hal ini dikarenakan dengan profitabilitas yang tinggi maka perusahaan akan membayar hutang jangka pendek daripada untuk kegiatan tanggung jawab sosial. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Arif dan Wawo (2016), menyatakan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan likuiditas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh profitabilitas sebagai variabel moderasi terhadap hubungan leverage dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 2.793, koefisien regresi (beta) 0,246 dengan probabilitas (p) = 0,008. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas (p) \leq 0,05 dapat disimpulkan bahwa Leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dimoderasi Profitabilitas. Hipotesis 5 diterima. Leverage pada kenyataannya memberikan pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan, salah satunya ditunjukkan dengan besarnya pengembalian atau return yang akan diterima oleh pemilik perusahaan melalui *Return On Equity (ROE)* perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas yang didapatkan perusahaan maka berdampak pada semakin tingginya tingkat leverage. Penggunaan leverage yang semakin besar membawa dampak positif bila pendapatan yang diterima dari penggunaan dana tersebut lebih besar daripada beban keuangan yang dikeluarkan, sedangkan dampak negatif dari penggunaan leverage yang semakin besar akan menyebabkan beban yang ditanggung perusahaan yaitu beban tetap atau beban bunga menjadi semakin besar pula. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Arif dan Wawo (2016), menyatakan bahwa interaksi profitabilitas dan leverage berpengaruh terhadap pengungkapan CSR sehingga profitabilitas merupakan variabel moderasi.

Pengaruh profitabilitas sebagai variabel moderasi terhadap hubungan sales growth dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 2.440, koefisien regresi (beta) 0,007 dengan probabilitas (p) = 0,019. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas (p) \leq 0,05 dapat disimpulkan bahwa Sales Growth berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dimoderasi Profitabilitas. Hipotesis 6 diterima. Semakin tinggi profitabilitas yang didapatkan perusahaan maka berdampak pada semakin tinggi *sales growth* perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nanda dan Jumaidi (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh sebagai variabel moderasi terhadap hubungan *sales growth* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sidauruk dan Yuliana (2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh sebagai variabel moderasi terhadap hubungan *sales growth* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

SIMPULAN

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh likuiditas, leverage dan sales growth terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Sebanyak 48 sampel yang digunakan dalam penelitian ini yang diambil dari laporan tahunan perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2016-2019. Berdasarkan hasil uji dan analisis yang dilakukan dalam penelitian ini, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Likuiditas merupakan salah satu kinerja yang sering dilakukan tolak ukur investor dalam menilai perusahaan. Perusahaan dengan rasio likuiditas yang tinggi akan memberikan informasi sosial guna memberikan *good news* kepada para pembaca untuk menaikkan citra dan menarik investor;

Leverage berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Rasio leverage merupakan rasio yang mengukur perbandingan antara dana yang disediakan oleh pemilik perusahaan dengan dana yang berasal dari kreditor perusahaan. Dengan adanya komponen modal yang berasal dari utang, pemilik akan memperoleh manfaat berupa keuntungan yang diperoleh dari penambahan modal, tetapi di sisi lain pemilik harus membayar bunga utang. Perusahaan yang memiliki tingkat leverage tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang memiliki tingkat leverage lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri;

Sales growth berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sales growth adalah kemampuan perusahaan dalam pertumbuhan penjualan dari waktu ke waktu. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan maka perusahaan berhasil dalam melaksanakan strateginya. *Sales growth* manifestasi keberhasilan investasi periode masa lalu dan dijadikan pertumbuhan masa yang akan datang;

Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Semakin tinggi profitabilitas yang didapatkan perusahaan akan perusahaan dapat membayar hutang jangka pendeknya. Semakin tinggi profitabilitas yang didapatkan oleh perusahaan maka semakin besar pula pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh *stakeholders*. Jika profitabilitas perusahaan tinggi namun pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan masih rendah, hal ini dikarenakan dengan profitabilitas yang tinggi maka perusahaan akan membayar hutang jangka pendek daripada untuk kegiatan tanggung jawab sosial;

Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh leverage terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Semakin tinggi profitabilitas yang didapatkan perusahaan maka berdampak pada semakin tingginya tingkat leverage. Penggunaan leverage yang semakin besar membawa dampak positif bila pendapatan yang diterima dari penggunaan dana tersebut lebih besar daripada beban keuangan yang dikeluarkan, sedangkan dampak negatif dari penggunaan leverage yang semakin besar akan menyebabkan beban yang ditanggung perusahaan yaitu beban tetap atau beban bunga menjadi semakin besar pula; dan

Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh sales growth terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Semakin tinggi profitabilitas yang didapatkan perusahaan maka berdampak pada semakin tinggi *sales growth* perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Almira Mari'fati Robiah, T. E. (2017). Pengaruh Leverage, Size dan Kepemilikan Manejerial Corporate Social Responsibility Disclosure. *p-ISSN: 2550-0376 / e-ISSN: 2549-9637*, 9.
- Ana Wahyuningsih, N. M. (2018). Pengaruh Size, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdapat Di Bursa Efek Indonesia. *Kalbisocio, Volume 5 No. 1 Februari 2018*, 9.
- Darius Sidauruk, A. Y. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Sales Growth Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Ekonomi. Vol 1. No 3*, 9.

-
- Entherthiman Galvani Tampubolon, D. A. (2019). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdapat Di Bursa Efek Indonesia. *p-ISSN: 2302-9560 /e-ISSN: 2597-4599*, 6.
- Esti Rofiqkoh, M. P. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Volume 5, Nomor 10, Oktober 2016*, 18.
- Fitri Aulia Arif, A. W. (2016). PENGARUH Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *ASSETS, Volume 6, Nomor 2, Desember 2016: 177-195*, 18.
- Galih Fajar Pamungkas, W. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdapat Di Bursa Efek Indonesia. *ISSN. 2720-9687*, 15.
- Hasnia, S. R. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Growth dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Akuntansi & Keuangan Daerah Volume 12, Nomor 1, Mei 2017: 56-71*, 15.
- Kurniawan, Y. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas dan Ris Minimization Terhadapoo Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *VOL. 11 NO. 1 JUNI 2020* , 11.
- Liana, L. (2009). Penggunaan MRA dengan Spss untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating Terhadap Hubungan Antara Variabel Independen dan Variabel Dependen. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK Volume XIV, No.2, Juli 2009 : 90-97* , 7.
- Liani Agnelia, Y. R. (2020). Pengaruh Biaya Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan. *ISSN: 2460-6561*, 4.
- Maftud, S. (2016). Pengaruh Size, Profitabilitas, Leverage dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Volume 5 Nomor 2, Tahun 2016, Halaman 1-14*, 14.
- Miswan Gumanti, B. H. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi . *MSEJ, 2(1) 2021: 1-6*, 6.
- Putri, R. K. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, dan Basis Kepemilikan Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2012-2014. *JOM Fekon Vol. 4 No. 1 (Februari) 2017* , 13.
- Vivi Apriliyanti, H. V. (2019). Pengaruh Kebijakan Hutang, Kebijakan Dividen, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan dan Kesempatan Investasi Terhadap Nilai dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti Vol. 6 No. 2 September 2019*, 23.
- Wahyuningsih. (2018). Pengaruh Likuiditas dan Sales Growth Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. 16.
- Yausi Rara Putri, W. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Sales Growth dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Indeks Kompas 100 Tahun 2017-2018. *Vol. 4, No. 1, 2020, 01-11/ ISSN: 2548-9917*, 11.