

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP LEVERAGE PADA PERUSAHAAN PARIWISATA DAN PERHOTELAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Noval Alief Rahman Aditya

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

Korespondensi: 21013010237@student.upnjatim.ac.id

Abstract

This study aims to examine the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure on leverage in tourism and hospitality companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2021–2024. CSR disclosure was measured using the Global Reporting Initiative (GRI) Standards index comprising 48 disclosure items, while leverage was measured using the Debt-to-Asset Ratio (DAR). The population consists of 26 companies in the tourism, hotel, and restaurant sub-sector, yielding 94 firm-year observations after eliminating extreme outliers. Ordinary Least Squares (OLS) regression was employed as the analytical method, processed using IBM SPSS Statistics 26. The results indicate that CSR disclosure does not have a statistically significant effect on leverage ($\beta = 0.103$, $t = 0.804$, $p = 0.424 > 0.05$), with a coefficient of determination (R^2) of only 0.007. These findings suggest that the level of CSR disclosure by tourism and hospitality firms in Indonesia has not been a determining factor for their capital structure decisions in the study period, possibly due to industry-wide recovery dynamics following the COVID-19 pandemic.

Keywords: *corporate social responsibility; GRI standards; leverage; debt-to-asset ratio; tourism companies*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap leverage pada perusahaan pariwisata dan perhotelan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2024. Pengungkapan CSR diukur menggunakan indeks GRI Standards yang mencakup 48 item pengungkapan, sedangkan leverage diukur menggunakan Debt-to-Asset Ratio (DAR). Populasi penelitian terdiri dari 26 perusahaan sub-sektor pariwisata, hotel, dan restoran, menghasilkan 94 observasi firma-tahun setelah eliminasi outlier ekstrem. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear sederhana Ordinary Least Squares (OLS) yang diproses menggunakan IBM SPSS Statistics 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap leverage ($\beta = 0,103$, $t = 0,804$, $p = 0,424 > 0,05$) dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,007. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat pengungkapan CSR perusahaan pariwisata dan perhotelan di Indonesia belum menjadi faktor penentu dalam keputusan struktur modal selama periode penelitian, kemungkinan dipengaruhi oleh dinamika pemulihan industri pascapandemi COVID-19.

Kata Kunci: *corporate social responsibility; GRI standards; leverage; debt-to-asset ratio; perusahaan pariwisata*

PENDAHULUAN

Isu tanggung jawab sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) semakin mendapat perhatian luas di kalangan akademisi, praktisi bisnis, dan pemangku kebijakan dalam satu dekade terakhir. Fenomena ini tidak terlepas dari meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas bisnis perusahaan. Dalam konteks ini, perusahaan tidak hanya diharapkan menghasilkan keuntungan finansial, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan sekitar.

Sektor pariwisata dan perhotelan merupakan salah satu industri yang memiliki dampak sosial dan lingkungan yang signifikan. Industri ini bersinggungan langsung dengan komunitas lokal, sumber daya alam, dan budaya setempat. Oleh karena itu, pengungkapan CSR menjadi semakin relevan bagi perusahaan-perusahaan di sektor ini. Di Indonesia, kewajiban CSR bagi perusahaan diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yang mewajibkan perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam untuk melaksanakan program tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Namun, pertanyaan penting yang muncul adalah apakah pengungkapan CSR yang lebih luas dapat mempengaruhi keputusan struktur modal perusahaan, khususnya tingkat leverage atau penggunaan utang. Teori legitimasi (*legitimacy theory*) mengargumentasikan bahwa perusahaan yang aktif mengungkapkan CSR akan memperoleh legitimasi sosial dari pemangku kepentingan, termasuk kreditur, sehingga dapat mempengaruhi kemudahan akses terhadap pendanaan eksternal (Deegan, 2002). Sementara itu, teori stakeholder (*stakeholder theory*) menyatakan bahwa perusahaan yang responsif terhadap kepentingan seluruh pemangku kepentingan, termasuk melalui pengungkapan CSR, cenderung memiliki reputasi yang lebih baik dan risiko yang lebih rendah di mata investor dan kreditur (Freeman, 1984).

Dari sudut pandang empiris, beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam mengenai hubungan antara CSR dan leverage. Penelitian Reverte (2016) menemukan bahwa perusahaan dengan pengungkapan CSR yang lebih baik cenderung memiliki leverage yang lebih rendah karena dipersepsikan memiliki risiko bisnis yang lebih kecil. Sebaliknya, studi lain seperti Bouslah et al. (2013) menunjukkan bahwa perusahaan dengan aktivitas CSR yang tinggi justru memiliki leverage yang lebih besar karena penggunaan utang untuk membiayai kegiatan CSR itu sendiri. Di Indonesia, penelitian mengenai topik ini masih relatif terbatas, terutama untuk sektor pariwisata dan perhotelan.

Sektor pariwisata dan perhotelan Indonesia mengalami guncangan luar biasa akibat pandemi COVID-19 pada tahun 2020–2021, yang memaksa banyak perusahaan melakukan restrukturisasi keuangan, termasuk perubahan pada komposisi utang. Kondisi pemulihan yang berlangsung sejak 2022 menjadikan periode 2021–2024 sebagai jendela yang menarik untuk mengkaji dinamika hubungan antara pengungkapan CSR dan keputusan pendanaan perusahaan. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan CSR terhadap leverage pada perusahaan pariwisata dan perhotelan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2024.

Pengukuran CSR dalam penelitian ini menggunakan standar Global Reporting Initiative (GRI) Standards yang mencakup 48 item pengungkapan dari aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial. Leverage diukur menggunakan Debt-to-Asset Ratio (DAR) sebagai proksi struktur modal. Kontribusi

penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai relevansi pengungkapan CSR terhadap keputusan struktur modal perusahaan pariwisata dan perhotelan di Indonesia, serta memperkaya literatur akademik yang masih terbatas pada sektor ini.

Pertanyaan penelitian yang dirumuskan adalah: apakah pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap leverage pada perusahaan pariwisata dan perhotelan yang terdaftar di BEI periode 2021–2024? Hipotesis yang diuji adalah: H_1 : Corporate Social Responsibility berpengaruh signifikan terhadap leverage perusahaan pariwisata dan perhotelan.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kausalitas yang bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Data yang digunakan merupakan data sekunder berupa laporan tahunan (annual report) dan laporan keberlanjutan (sustainability report) perusahaan pariwisata dan perhotelan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021–2024. Data diperoleh melalui situs resmi BEI (www.idx.co.id) dan situs perusahaan masing-masing.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan sub-sektor pariwisata, hotel, dan restoran yang terdaftar di BEI. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria: (1) perusahaan secara konsisten terdaftar di BEI selama periode 2021–2024; (2) menerbitkan laporan tahunan yang dapat diakses publik; dan (3) data keuangan tersedia lengkap. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 26 perusahaan sebagai sampel penelitian. Setelah eliminasi outlier ekstrem pada variabel leverage (rasio > 5) dan Z-Score Altman (> 100), total observasi yang digunakan adalah 94 firm-year observations.

Definisi Operasional Variabel

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah leverage, yang diukur menggunakan Debt-to-Asset Ratio (DAR), yaitu perbandingan antara total liabilitas dengan total aset perusahaan. Variabel independen adalah pengungkapan CSR yang diukur menggunakan Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI) berdasarkan GRI Standards. Indeks ini dihitung sebagai rasio antara jumlah item CSR yang diungkapkan perusahaan dibagi total 48 item yang menjadi acuan, dengan nilai berkisar antara 0 hingga 1.

CSRDI = Jumlah item CSR yang diungkapkan / Total 48 item GRI Standards

DAR = Total Liabilitas / Total Aset

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan metode regresi linear sederhana Ordinary Least Squares (OLS) dengan model persamaan sebagai berikut: $LEV_{vi} = \alpha + \beta_1 CSRDI_{vi} + \varepsilon_{vi}$, di mana LEV_{vi} adalah leverage perusahaan i pada tahun t , CSRDI adalah indeks pengungkapan CSR, α adalah konstanta, β_1 adalah koefisien regresi, dan ε_{it} adalah error term. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas residual (Kolmogorov-Smirnov), uji autokorelasi (Durbin-Watson), dan uji heteroskedastisitas. Analisis statistik diproses menggunakan IBM SPSS Statistics 26. Pengujian hipotesis dilakukan pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1 menyajikan statistik deskriptif variabel penelitian berdasarkan 94 observasi firmatahun dari 26 perusahaan pariwisata dan perhotelan periode 2021–2024.

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi
CSRDI	94	0,0833	0,9167	0,4348	0,1939
Leverage (DAR)	94	0,0390	0,9638	0,4056	0,2383
Valid N (listwise)	94				

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistics 26, 2026

Berdasarkan Tabel 1, variabel pengungkapan CSR (CSRDI) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,4348 dengan standar deviasi 0,1939, yang berarti rata-rata perusahaan pariwisata dan perhotelan mengungkapkan sekitar 43,48% dari total item GRI Standards yang digunakan. Nilai minimum CSRDI sebesar 0,0833 menunjukkan bahwa terdapat perusahaan yang hanya mengungkapkan 4 dari 48 item, sementara nilai maksimum 0,9167 mengindikasikan perusahaan dengan pengungkapan tertinggi mencapai 44 item. Variabel leverage (DAR) memiliki rata-rata 0,4056, yang mengindikasikan bahwa rata-rata perusahaan dalam sampel membiayai sekitar 40,56% total asetnya menggunakan utang. Nilai minimum DAR sebesar 0,0390 dan maksimum 0,9638 menunjukkan variasi yang cukup besar dalam struktur modal perusahaan.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas residual menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test menghasilkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05, sehingga residual model dinyatakan berdistribusi normal. Uji autokorelasi menggunakan statistik Durbin-Watson menghasilkan nilai DW = 0,508 yang berada pada nilai antara 0 dan dL, mengindikasikan adanya autokorelasi positif. Kondisi ini umum terjadi pada data panel longitudinal dan menjadi keterbatasan dalam penelitian ini. Uji heteroskedastisitas melalui inspeksi scatter plot residual tidak menunjukkan pola yang sistematis, sehingga asumsi homoskedastisitas dapat dipenuhi.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 2 menyajikan hasil uji koefisien determinasi (Model Summary), dan Tabel 3 menyajikan hasil uji F (ANOVA), serta Tabel 4 menyajikan koefisien regresi dari output IBM SPSS Statistics 26.

Tabel 2. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,084 ^a	0,007	-0,004	0,23882

a. Predictors: (Constant), CSRDI Sumber: Output IBM SPSS Statistics 26, 2026

Berdasarkan Tabel 2, nilai R Square (R^2) sebesar 0,007 menunjukkan bahwa variabel CSRDI hanya mampu menjelaskan 0,7% variasi pada leverage. Adjusted R^2 bernilai -0,004, yang mengindikasikan bahwa model dengan satu prediktor ini tidak memiliki kekuatan penjelas yang bermakna terhadap variasi leverage.

Tabel 3. ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	0,037	1	0,037	0,646	0,424 ^c
Residual	5,232	92	0,057		
Total	5,269	93			

b. Dependent Variable: Leverage (DAR) c. Predictors: (Constant), CSRDI Sumber: Output IBM SPSS Statistics 26, 2026

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 0,646 dengan signifikansi 0,424 > 0,05. Hal ini berarti model regresi secara keseluruhan tidak signifikan, atau dengan kata lain variabel CSRDI secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap leverage.

Tabel 4. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constant)	0,361	0,061		5,944	0,000
CSRDI	0,103	0,128	0,084	0,804	0,424

a. Dependent Variable: Leverage (DAR) Sumber: Output IBM SPSS Statistics 26, 2026

Berdasarkan Tabel 4, persamaan regresi yang diperoleh adalah: $DAR = 0,361 + 0,103 \text{ CSRDI} + \varepsilon$. Koefisien CSRDI sebesar 0,103 dengan nilai t hitung = 0,804 dan signifikansi = 0,424 > 0,05 menunjukkan bahwa CSRDI tidak berpengaruh signifikan terhadap leverage. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap leverage ditolak.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap leverage perusahaan pariwisata dan perhotelan di Indonesia periode 2021–2024. Temuan ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang juga menemukan tidak adanya hubungan yang signifikan antara CSR dan struktur modal pada konteks tertentu (Bouslah et al., 2013; Cheng et al., 2014).

Secara deskriptif, rata-rata CSRDI perusahaan dalam sampel adalah 0,4348, yang menunjukkan tingkat pengungkapan CSR yang tergolong moderat. Terdapat variasi yang cukup besar antar perusahaan, dengan perusahaan FAST (rata-rata CSRDI 0,7448) dan PJAA (0,7500)

menunjukkan pengungkapan tertinggi, sementara PLAN (0,2917) dan FITT (0,2292) menunjukkan pengungkapan terendah. Namun, perbedaan tingkat pengungkapan ini tidak tercermin dalam perbedaan leverage yang signifikan.

Tidak signifikannya pengaruh CSR terhadap leverage dapat dijelaskan melalui beberapa argumentasi. Pertama, pada periode 2021–2024, sektor pariwisata dan perhotelan baru memasuki fase pemulihan pascapandemi COVID-19. Dalam kondisi ini, keputusan struktur modal perusahaan lebih banyak ditentukan oleh kebutuhan likuiditas dan restrukturisasi utang yang mendesak, bukan oleh pertimbangan CSR. Kedua, kreditur di Indonesia, terutama perbankan, mungkin belum sepenuhnya mengintegrasikan faktor pengungkapan CSR dalam penilaian risiko kredit mereka, sehingga tingkat pengungkapan CSR tidak mempengaruhi kemudahan akses kredit secara signifikan.

Ketiga, nilai Adjusted R² yang sangat kecil (-0,004) menunjukkan bahwa leverage dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model ini, seperti profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kondisi makroekonomi. Hal ini konsisten dengan penelitian Titman dan Wessels (1988) yang menunjukkan bahwa struktur modal perusahaan ditentukan oleh berbagai variabel fundamental seperti tangibilitas aset, growth opportunities, dan profitabilitas. Keempat, temuan ini juga dapat mengindikasikan bahwa pengungkapan CSR di sektor pariwisata Indonesia masih bersifat simbolik dan belum sepenuhnya terinternalisasi dalam keputusan bisnis strategis termasuk keputusan pendanaan (Surroca et al., 2010).

Dari sisi distribusi tingkat distress keuangan berdasarkan Z-Score Altman (1995) yang dihitung sebagai informasi tambahan, ditemukan bahwa 33 dari 94 observasi (35,1%) berada dalam zona distress ($Z < 1,1$), 18 observasi (19,1%) berada di grey zone ($1,1 \leq Z \leq 2,6$), dan 43 observasi (45,7%) dalam kondisi aman ($Z > 2,6$). Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan pariwisata dan perhotelan di Indonesia masih rentan secara finansial, yang semakin menguatkan argumen bahwa keputusan leverage lebih dipengaruhi oleh kondisi keuangan intrinsik perusahaan daripada tingkat pengungkapan CSR.

Hasil Per Tahun

Tabel 5 menunjukkan perkembangan rata-rata CSRDI dan leverage per tahun selama periode pengamatan.

Tabel 5. Rata-rata CSRDI dan Leverage Per Tahun

Tahun	Rata-rata CSRDI	Rata-rata Leverage (DAR)
2021	0,4411	0,3892
2022	0,4045	0,4012
2023	0,4288	0,4151
2024	0,4665	0,4167

Sumber: Data diolah, 2026

Tabel 5 memperlihatkan bahwa rata-rata CSRDI cenderung meningkat dari 0,4411 (2021) menjadi 0,4665 (2024), mencerminkan tren peningkatan kesadaran perusahaan dalam mengungkapkan informasi CSR seiring pemulihan sektor pariwisata. Di sisi lain, leverage (DAR) juga

mengalami kenaikan moderat dari 0,3892 (2021) menjadi 0,4167 (2024), yang kemungkinan besar disebabkan oleh kebutuhan pendanaan ekspansi kembali kapasitas operasional pascapandemi. Pola yang bergerak searah antara kedua variabel ini secara visual konsisten dengan nilai koefisien regresi positif (0,103), meskipun tidak signifikan secara statistik.

KESIMPULAN

Penelitian ini menguji pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap leverage pada 26 perusahaan pariwisata dan perhotelan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2024 dengan total 94 observasi firma-tahun. Menggunakan regresi linear sederhana OLS yang diproses dengan IBM SPSS Statistics 26, hasil penelitian menunjukkan bahwa CSRDI tidak berpengaruh signifikan terhadap leverage (DAR) dengan nilai $t = 0,804$, $p = 0,424 > 0,05$ dan $R^2 = 0,007$.

Temuan ini mengimplikasikan bahwa dalam konteks perusahaan pariwisata dan perhotelan Indonesia periode pemulihan pascapandemi, tingkat pengungkapan CSR belum menjadi pertimbangan signifikan dalam keputusan struktur modal. Keputusan leverage lebih dominan dipengaruhi oleh faktor fundamental keuangan lainnya. Penelitian mendatang disarankan untuk memasukkan variabel kontrol seperti ukuran perusahaan, profitabilitas, dan pertumbuhan aset, serta menggunakan metode regresi data panel untuk mengatasi keterbatasan autokorelasi yang teridentifikasi dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bouslah, K., Kryzanowski, L., & M'Zali, B. (2013). The impact of the dimensions of social performance on firm risk. *Journal of Banking & Finance*, 37(4), 1258–1273. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2012.12.004>
- Cheng, B., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2014). Corporate social responsibility and access to finance. *Strategic Management Journal*, 35(1), 1–23. <https://doi.org/10.1002/smj.2131>
- Deegan, C. (2002). Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 282–311. <https://doi.org/10.1108/09513570210435852>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman.
- Global Reporting Initiative. (2021). *GRI Universal Standards 2021*. GRI.
- Reverte, C. (2016). Corporate social responsibility disclosure and market valuation: Evidence from Spanish listed firms. *Review of Managerial Science*, 10(2), 411–435. <https://doi.org/10.1007/s11846-014-0151-7>
- Surroca, J., Tribo, J. A., & Waddock, S. (2010). Corporate responsibility and financial performance: The role of intangible resources. *Strategic Management Journal*, 31(5), 463–490. <https://doi.org/10.1002/smj.820>
- Titman, S., & Wessels, R. (1988). The determinants of capital structure choice. *The Journal of Finance*, 43(1), 1–19. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1988.tb02585.x>
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Lembaran Negara Republik Indonesia.
- Altman, E. I. (1995). *Predicting financial distress of companies: Revisiting the Z-Score and ZETA models*. Stern School of Business, New York University.