

## Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Ni Kadek Elis Pitriani<sup>1</sup>, Ni Luh Gde Novitasari<sup>2</sup>, Ni Luh Putu Widhiastuti<sup>3\*</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

\*Korespondensi: [putuwidhiastuti@unmas.ac.id](mailto:putuwidhiastuti@unmas.ac.id)

---

**Tanggal Masuk:**

24 Februari 2024

**Tanggal Revisi:**

27 Maret 2024

**Tanggal Diterima:**

13 April 2024

---

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility Disclosure; Firm Size; Company Age; Profitability; Leverage; Company Growth.*

---

**How to cite (APA 6<sup>th</sup> style)**

Pitriani, N.K.E., Novitasari, N.L.G., & Widhiastuti, N.L.P. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA)*, 6 (2), 681-695.

---

**DOI:**

<https://doi.org/10.24036/jea.v6i2.1559>

---



This is an open access article distributed under the [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

---

**Abstract**

*Disclosure of corporate social responsibility (CSR) is a communication process regarding the social and environmental impacts of the economic activities of an organization or company on special interested groups and on society as a whole. This study aims to examine the effect of firm size, company age, profitability, leverage and company growth on corporate social responsibility disclosure. The population in this study were all banking companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2020- 2022 as many as 47 companies. The sample used is as many as 41 companies based on purposive sampling method, namely the sampling technique with certain criteria, so the total of companies for the 3 periods was 123 sample. The data used in this study is secondary data. The analytical technique used multiple linear regression analysis test. The results show that firm size, leverage and company growth has a positive effect on corporate social responsibility disclosure, while company age and profitability have no effect on corporate social responsibility disclosure.*

### PENDAHULUAN

Menurut Yovana dan Kadir (2020) *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau yang biasa disebut tanggung jawab sosial perusahaan merupakan upaya yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan untuk lebih meningkatkan perhatian terhadap masalah lingkungan dan sosial dalam kegiatan bisnisnya dan sebagai bentuk interaksi perusahaan dengan stakeholdernya. Konsep mengenai pengungkapan CSR berakar dari sebuah gagasan, di mana perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu dalam kondisi profit, namun tanggung jawab perusahaan juga harus berpijak pada triple bottom lines (*Economic, Social, and Enviromental*), yaitu memperhatikan masalah lingkungan sekitar dan sosial. Pentingnya pelaksanaan CSR dilandasi oleh suatu gagasan bahwa perusahaan bukan hanya memperhatikan keadaan ekonomi dan para pemilik modal.

Perusahaan memiliki kewajiban untuk memperhatikan juga kepentingan para *stakeholder* (Indriyani dan Yuliandhari, 2020:1560).

Fenomena perusahaan yang terkait dengan CSR yaitu terjadi pada Bank Century, dimana awal mula Bank Century mengalami kalah kliring yang dikarenakan adanya penyalahgunaan dana nasabah yang digerakkan oleh pemilik bank Century dan keluarganya. Sehingga pemerintah pun memberikan suntikan dana yang cukup besar, yang semula hanya Rp. 1,3 triliun menjadi Rp. 6,7 triliun, hal ini jelas menarik perhatian banyak pihak khususnya masyarakat. Dana Bail Out dikeluarkan pemerintah dengan alasan bahwa Bank Century adalah bank gagal yang dapat memberikan dampak sistemik dan untuk menghindari jatuhnya perbankan Indonesia dan untuk menghindari hilangnya kepercayaan nasabah dan investor kepada beberapa bank di Indonesia.

Menurut Yovana dan Kadir (2020) faktor yang dapat mempengaruhi CSR yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan suatu skala di mana dapat diklasifikasikan besar kecilnya suatu perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, log size, nilai pasar saham dan lain sebagainya yang akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung risiko yang akan timbul dari berbagai situasi yang dihadapi oleh perusahaan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Hardianti dan Anwar (2020), dan Saputra, dkk. (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Indriyani dan Yuliandhari (2020), Zulhaimi dan Nuraprianti (2019), dan Syawalluddin, dkk. (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Menurut Ratih (2017) umur perusahaan merupakan lamanya sebuah perusahaan bisa berdiri, berkembang dan bertahan sampai sekarang. Umur perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghadapi tantangan dunia bisnis, semakin lama perusahaan tersebut beroperasi otomatis perusahaan tersebut dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang ketat dan mendapatkan penerimaan masyarakat. Pada penelitian yang dilakukan oleh Vivian, dkk. (2020), dan Saputra, dkk. (2021) menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Safrianti (2020) yang menyatakan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Faktor lain yang mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu profitabilitas. Profitabilitas adalah rasio yang dapat digunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari pendapatan yang berhubungan dengan penjualan, aset dan ekuitas perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Sukenti, dkk. (2017), Zulhaimi dan Nuraprianti (2019) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Syawalluddin, dkk. (2021), Hardianti dan Anwar (2020), dan Vivian, dkk. (2020) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu *leverage*. *Leverage* merupakan kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban finansial perusahaan baik jangka pendek maupun panjang. Menurut Putra dan Wiagustini (2019) *leverage* dapat dikatakan bahwa suatu rasio keuangan yang mengukur seberapa banyak perusahaan dibiayai dengan menggunakan hutang. Hasil penelitian dari Purba dan Candradewi (2019) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Namun hasil penelitian yang berbeda ditemukan pada penelitian Prakarsa dan Astika (2017), Vivian, dkk. (2020), dan Hardianti dan Anwar (2020) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Selain faktor-faktor diatas, faktor lain yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan adalah salah satu pertimbangan para investor dalam menanamkan investasinya. Perusahaan yang memiliki kesempatan tumbuh

yang tinggi diharapkan akan memberikan profitabilitas yang tinggi dimasa mendatang dan diharapkan laba memiliki kualitas yang tinggi sehingga investor akan tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Pada penelitian yang dilakukan oleh Sukenti, dkk. (2017) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Namun terdapat hasil penelitian yang berbeda ditemukan pada penelitian Sidauruk dan Yuliana (2018), Khoiriyah, dkk. (2021), dan Syawalluddin, dkk. (2021) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan uraian di atas dan kontradiksi hasil dari beberapa penelitian sebelumnya, membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan tujuan menguji pengaruh ukuran perusahaan, umur perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022. Hasil riset ini diharapkan dapat berkontribusi praktis dalam kegiatan dalam upaya peningkatan kegiatan CSR yang dilakukan Perbankan sehingga dapat berkontribusi dengan masyarakat luas.

## REVIU LITERATUR DAN HIPOTESIS

### Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*. Prasetyowati (2014) menyatakan bahwa keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Teori *stakeholder* menyatakan perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. *Stakeholder* ialah semua pihak baik itu individu, komunitas atau kelompok masyarakat yang memiliki hubungan dan kepentingan terhadap perusahaan, seperti masyarakat, pemilik/ pemegang saham, karyawan, pemerintah, kreditor, pemasok dan sebagainya. Teori *stakeholder* menjadi teori utama dalam penelitian ini dikarenakan CSR itu muncul dikarenakan adanya desakan dari pihak *stakeholder* karena tujuan perusahaan tersebut yang hanya mengutamakan keuntungan semata dengan mengabaikan lingkungan dan mengabaikan tanggung jawab sosial perusahaannya. Menurut Kusumadilaga (2015) CSR seharusnya melampaui tindakan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemegang saham (*stakeholder*), namun lebih luas lagi bahwa kesejahteraan yang dapat diciptakan oleh perusahaan sebetulnya tidak terbatas kepada kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan *stakeholder*, yaitu semua pihak yang mempunyai keterkaitan atau klaim terhadap perusahaan.

### Teori Legitimasi

Teori legitimasi mengatakan bahwa perusahaan berusaha secara terus menerus untuk meyakinkan bahwa segala kegiatan atau aktivitas yang dilakukan sesuai dengan batasan dan norma-norma yang berlaku dalam masyarakat tempat perusahaan beroperasi atau berada. Tujuan legitimasi tidak hanya digunakan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan saja akan tetapi juga digunakan untuk mempertahankan eksistensi perusahaan dalam jangka panjang. Menurut Permatasari (2017) legitimasi adalah hal yang penting dalam organisasi, mengandung batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial serta reaksi-reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis mengenai perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan. Teori legitimasi digunakan dalam penelitian ini agar terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan dan agar perusahaan juga mendapatkan pengakuan yang jelas dalam perusahaannya. Teori legitimasi berfokus pada hubungan antara perusahaan dengan masyarakat. Hal ini didasarkan pada pandangan bahwa suatu perusahaan

akan berusaha untuk menyeimbangkan norma-norma perilaku dalam sistem sosial masyarakat dengan nilai-nilai sosial yang terkandung dalam sistem perusahaan karena perusahaan merupakan bagian dari sistem tersebut.

### **Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Menurut Suwandi (2017) CSR merupakan mekanisme bagi suatu perusahaan untuk memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. CSR digunakan sebagai komitmen perusahaan dalam berkontribusi meningkatkan kualitas kehidupan baik dalam internal maupun eksternalnya. Internal dan eksternal yang dimaksudkan di sini adalah pihak-pihak yang memiliki kepentingan pada perusahaan seperti contohnya pemegang saham, kreditur, karyawan, pemasok, dan juga masyarakat luas yang memiliki hubungan ekonomi dengan perusahaan. Menurut Indriyani dan Yuliandhari (2020) pengungkapan CSR merupakan suatu sarana manajemen perusahaan dalam melakukan interaksi dengan masyarakat luas terkait untuk mempengaruhi persepsi-persepsi pada perusahaan. Pengungkapan CSR, yang dipakai adalah standar *Global Report Initiative* (GRI-G4) dengan indikator kinerja dibagi menjadi 3 komponen utama, yaitu indikator kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial, yang dimana kinerja sosial meliputi praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja yang di dalamnya terbagi menjadi tiga sub, yaitu hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab atas produk sehingga jumlah indikator yaitu 91 indikator (Indriyani dan Yuliandhari, 2020)

### **Ukuran Perusahaan**

Menurut Untari (2015) Ukuran Perusahaan merupakan skala yang digunakan untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dinilai dengan melihat total penjualan, total nilai aset, kapitalisasi pasar, dan jumlah tenaga kerja. Semakin besar nilai dari item-item tersebut maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Semakin besar nilai aset perusahaan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan tersebut dikenal masyarakat. Menurut Badan Standarisasi Nasional (BSN) ukuran perusahaan terdapat tiga (tiga) kategori yaitu: 1) Perusahaan Kecil (*Small Firm*) Perusahaan dapat dikategorikan perusahaan kecil apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000,- dengan paling banyak Rp.500.000.000,- tidak termasuk bangun usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp.25.000.000.000,-, 2) Perusahaan Menengah (*Medium Firm*) Perusahaan dapat dikategorikan perusahaan menengah apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000,- tidak termasuk bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000,-, 3) Perusahaan Besar (*Large Firm*) Perusahaan dapat dikategorikan perusahaan besar apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.10.000.000.000,- tidak termasuk bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.50.000.000.000,-.

### **Umur Perusahaan**

Umur perusahaan merupakan gambaran dari lamanya suatu perusahaan didirikan dan menjalankan usahanya. Umur perusahaan merupakan hal yang dipertimbangkan oleh para investor dalam menanamkan modalnya, umur perusahaan mencerminkan perusahaan tetap dan menjadi bukti bahwa perusahaan mampu bersaing dan dapat mengambil kesempatan bisnis yang ada dalam perekonomian. Perusahaan yang lama berdiri umumnya lebih stabil dibandingkan dengan perusahaan yang baru berdiri atau yang masih memiliki umur yang singkat dan perusahaan yang telah lama berdiri akan meningkatkan labanya karena adanya

pengalaman dari manajemen sebelumnya dalam mengelola bisnisnya. Umur perusahaan diukur dari *first issue* perusahaan tersebut di BEI hingga tahun penelitian atau lamanya suatu perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan yang berumur lebih tua dikatakan memiliki lebih banyak pengalaman dan kemampuan dalam mengungkapkan informasi karena mereka telah mengerti kebutuhan informasi apa saja yang dibutuhkan oleh pemakai laporan tahunan.

### **Profitabilitas**

Menurut Vivian, dkk. (2020) profitabilitas adalah keahlian mendapatkan laba oleh perusahaan dengan periode waktu tertentu. Tingkat profitabilitas menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi, intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan. Ada 3 (tiga) rasio yang sering digunakan untuk mengetahui tingkat profitabilitas, yaitu *profit margin*, *Return On Assets* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE). *Return on Total Assets* (ROA) mengukur kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aktivasinya untuk memperoleh laba. Manfaat penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan (Kasmir, 2018:198) yaitu: 1) Untuk mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode, 2) Untuk mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang, 3) Untuk mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu, 4) Untuk mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri, 5) Untuk mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

### **Leverage**

Menurut Kasmir (2018:156) *leverage* adalah pengukuran terhadap ketergantungan suatu perusahaan dengan kreditur dalam pembiayaan aset. *Leverage* adalah untuk melihat kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan semua kewajibannya kepada pihak lain. Perusahaan dengan tingkat *leverage* (*debt to equity ratio*) yang tinggi menunjukkan komposisi total hutang semakin besar dibanding dengan total ekuitas sehingga berdampak semakin besar beban perusahaan terhadap pihak kreditor. *Leverage* yang semakin tinggi kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak hutang sehingga manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan. Laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian hutang. Manajer akan memilih metode akuntansi yang akan memaksimalkan laba sekarang.

### **Pertumbuhan Perusahaan**

Kasmir (2018:114-115) menyatakan bahwa rasio pertumbuhan (*growth ratio*) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya, dalam rasio ini pertumbuhan yang dianalisis yaitu pertumbuhan penjualan, laba bersih, pendapatan per saham dan dividen per saham. Menurut Harahap (2017:309-310) rasio pertumbuhan (*growth*) menggambarkan persentase pertumbuhan pos-pos perusahaan dari tahun ke tahun. Rasio ini menunjukkan persentase kenaikan penjualan tahun ini dibandingkan dengan tahun lalu, semakin tinggi maka semakin baik. Setiap perusahaan berusaha akan mencapai pertumbuhan yang tinggi setiap tahunnya karena pertumbuhan perusahaan akan memberikan gambaran perkembangan perusahaan yang terjadi. Perusahaan yang baik dapat dilihat dari penjualannya dari tahun ketahun yang terus mengalami kenaikan, hal tersebut berimbas pada peningkatannya keuntungan perusahaan sehingga pendanaan internal perusahaan juga meningkat.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR**

Perusahaan besar ataupun kecil dapat terlihat melalui seberapa banyak perusahaan memiliki total aktiva. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka semakin luas pengungkapan informasi CSR yang akan disajikan karena masyarakat akan mengawasi terkait hal-hal yang dilakukan perusahaan dalam aktivitas perusahaan. Ukuran perusahaan umumnya dikaitkan dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR yaitu semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin banyak pihak-pihak yang menjadi bagian dari stakeholder perusahaan, sehingga semakin luas pengungkapan CSR. Menurut teori *stakeholder* CSR itu bisa muncul karena adanya desakan dari pihak *stakeholder* karena tujuan dari perusahaan tersebut yang hanya mengutamakan keuntungan semata dengan mengabaikan lingkungan dan mengabaikan tanggung jawab sosial. Hasil penelitian Hardianti (2020), Safrianti (2020), Yovana dan Kadir (2020), Kusuma (2017) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Dari uraian di atas dapat disimpulkan rumusan hipotesis dari penelitian ini adalah:

**H1** : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR.

### **Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR**

Umur perusahaan yang semakin bertambah berhubungan erat dengan perkembangan perusahaan dan perubahan perilaku, di mana perubahan ini akan bergerak ke arah kemajuan yang akan dialami secara bertahap sesuai dari umur perusahaan tersebut. Semakin lama perusahaan dapat bertahan, maka untuk mengembalikan investasi akan semakin besar. Umur perusahaan dikaitkan dengan teori legitimasi, legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Jika semakin lama perusahaan itu berdiri, maka perusahaan tersebut akan semakin banyak melakukan tindakan CSR dengan maksud perusahaan dapat mempertahankan legitimasi dari perusahaan tersebut atau mendapatkan suatu pengakuan dari masyarakat. Hasil penelitian Vivian, dkk. (2020) dan Fatwara, dkk. (2022) serta Saputra, dkk. (2021) menunjukkan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Adapun hipotesis yang dibangun berdasarkan uraian tersebut yaitu :

**H2** : Umur perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR.

### **Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Profitabilitas suatu perusahaan yang semakin meningkat mencerminkan peningkatan efisiensi perusahaan, sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa kinerja perusahaan yang semakin membaik. Perusahaan dengan kinerja yang baik dilihat melalui perolehan labanya, sehingga meningkatkan kepercayaan investor yang menginginkan return dari investasi yang dilakukan. Jika dikaitkan dengan teori stakeholder maka profitabilitas menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan, oleh sebab itu semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan, maka semakin besar kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan, sehingga keuntungannya bukan hanya dirasakan oleh pemilik perusahaan tetapi juga dirasakan oleh masyarakat melalui kegiatan CSR yang dilakukan. Hasil penelitian Indriyani dan Yuliandhari (2020), Prakarsa dan Astika (2017), Purba dan Candradewi (2019), Andriana dan Anggara (2019), Zulhaimi dan Nuraprianti (2019), Sukenti, dkk. (2017), Wahyuningsih dan Mahdar (2018) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Adapun hipotesis yang dibangun berdasarkan uraian tersebut yaitu:

**H3** : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR.

### **Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan CSR**

*Leverage* merupakan kemampuan perusahaan untuk menutup kewajiban finansial jangka pendek dan jangka panjang. Semakin tinggi rasio *leverage* maka semakin bergantung pada pihak eksternal. Berdasarkan teori *stakeholder*, bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* (utang/ekuitas) yang lebih rendah akan meningkatkan pengungkapan CSR yang dilakukan seperti kewajiban dan tanggung jawab akan membayar hutang tepat waktu untuk mendapatkan kepercayaan dari *stakeholder* dan agar tidak menjadi sorotan dari *debtholders*. Hasil penelitian Prakarsa dan Astika (2017), Munsaidah, dkk. (2016) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Dari hasil penelitian Hardianti (2020) dan penelitian Yovana dan Kadir (2020) juga menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Adapun hipotesis yang dibangun berdasarkan uraian tersebut yaitu:

**H4:** *Leverage* perusahaan berpengaruh negatif terhadap Pengungkapan CSR.

### **Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR**

Pertumbuhan perusahaan dapat dilihat dari perubahan total aset perusahaan, karena perubahan aset suatu perusahaan baik itu berupa peningkatan maupun penurunan dapat menandakan bahwa suatu perusahaan berkembang atau tidak. Berdasarkan teori *stakeholder* yang dibangun atas dasar pernyataan bahwa perusahaan berkembang menjadi sangat besar sehingga masyarakat memiliki hubungan tak langsung dengan perusahaan dan memperhatikan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan merupakan salah satu pertimbangan para investor dalam menanamkan investasinya. Pertumbuhan dapat menunjukkan peningkatan dari total aset suatu perusahaan sehingga tingkat CSR yang dilakukan perusahaan semakin banyak. Semakin tinggi pertumbuhan perusahaan, maka semakin tinggi pula perusahaan dalam mengungkapkan tingkat pertumbuhannya tersebut ke dalam CSR bagi para *stakeholders*. Hasil penelitian Sukenti, dkk. (2017) dan Elvira (2016) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki hubungan atau berpengaruh positif terhadap corporate social responsibility. Dari hasil penelitian Munsaidah, dkk. (2016) juga menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Adapun hipotesis yang dibangun berdasarkan uraian tersebut yaitu:

**H5 :** Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif yang bersifat korelasi. Dimana jenis penelitian tersebut bertujuan untuk mendeteksi tingkat kaitan variasi-variasi yang ada dalam suatu faktor dengan variasi-variasi dalam faktor yang lain dengan berdasarkan pada koefisien korelasi (Abdullah, dkk. 2022).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022 yaitu sebanyak 47 perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode *purposive sampling* maka didapatkan sampel 41 perusahaan yang memenuhi kriteria sehingga dalam periode tiga tahun jumlah pengamatannya 123 Perusahaan Perbankan.

Penelitian ini menggunakan data dari sumber sekunder berupa laporan tahunan perusahaan (*annual report*) periode 2020-2022 yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)) dan website resmi masing-masing Bank. Data dikumpulkan dengan metode dokumentasi. Kemudian data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda.

### Definisi Operasional Variabel

Pengungkapan CSR adalah pengungkapan informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan didalam laporan tahunan. Pada pengukuran variabelnya, pengungkapan CSR dapat diukur dengan *Global Reporting Initiatives* (GRI) dengan jumlah 82 pengungkapan yang meliputi indikator lingkungan, hak asasi manusia, sosial, masyarakat, tanggung jawab dan tenaga kerja, sehingga total indikatornya 5. Kemudian check list dan diberi nilai 1 apabila item diungkapkan. Berdasarkan penelitian dari Yovana dan Kadir (2020), rumus indeks CSR adalah sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{nj}$$

Ukuran perusahaan merupakan besarnya kecilnya perusahaan dilihat dari berbagai aspek, dalam penelitian ini diukur dengan total aset perusahaan. Berdasarkan penelitian dari Yovana dan Kadir (2020), rumus ukuran perusahaan sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Total Aset}$$

Umur perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing. Umur perusahaan diukur dengan tanggal awal listing perusahaan di BEI sampai dengan saat ini, dalam periode penelitian ini. Menurut Indriyani dan Yuliandhari (2020), perhitungan umur perusahaan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$\text{Umur perusahaan} = \text{Tahun Penelitian} - \text{Tahun Perusahaan Terdaftar di BEI}$$

Profitabilitas menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Profitabilitas diukur dengan menggunakan *Return On Asset* (ROA) karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan. Berdasarkan penelitian dari Yovana dan Kadir (2020), rumus yang digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah:

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}}$$

*Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan bergantung kepada kreditur dalam pembiayaan aset perusahaan. Tingkat leverage dari suatu perusahaan dapat ditunjukkan oleh salah satunya menggunakan rasio hutang terhadap ekuitas (DER). Menurut Munsaidah, Andini & Supriyanto (2017), rumus untuk menghitung *leverage* adalah:

$$\text{Debt Equity Ratio} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Modal}}$$

Pertumbuhan perusahaan merupakan salah satu pertimbangan para investor dalam menanamkan investasinya, dimana pertumbuhan dapat menunjukkan peningkatan kinerja keuangan perusahaan yang memiliki kesempatan untuk memberikan profitabilitas yang tinggi dimasa depan. Kondisi perusahaan diperiode masa lalu dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan dimasa yang akan datang. Berdasarkan penelitian dari Munsaidah, Andini & Supriyanto (2017), rumus untuk menghitung pertumbuhan perusahaan adalah:

$$\text{Pertumbuhan Perusahaan} = \frac{(\text{Total Assets } t - \text{Total Assets } t-1)}{\text{Total Assets } t-1}$$



**HASIL DAN PEMBAHASAN**  
**Analisis Statistik Deskriptif**

**Tabel 1. Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ukuran Perusahaan	123	144123427	3314731674025086887336	5180043484640	
		5187	00000	6604.25	04.800
Umur Perusahaan	123	.11	33.00	13.1253	8.75088
Profitabilitas	123	-.18	.08	.0024	.02946
Leverage	123	.08	17.07	5.1726	3.05463
Pertumbuhan Perusahaan	123	-1.00	4.56	.2872	.51055
CSR	123	.46	.85	.6838	.09407
Valid N (listwise)	123				

Sumber : Data sekunder, diolah (2023)

**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

**Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
1 (Constant)	.633	.020		31.737	.000
Ukuran Perusahaan	4.424	.000	.244	2.806	.006
Umur Perusahaan	-.002	.001	-.155	-1.751	.083
Profitabilitas	.044	.271	.014	.162	.872
Leverage	.010	.003	.329	3.910	.000
Pertumbuhan Perusahaan	.033	.016	.179	2.071	.041

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data Sekunder, diolah (2023)

Berdasarkan hasil analisis regresi yang telah lulus uji asumsi klasik seperti yang disajikan pada Tabel 2, maka dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$CSR = 0,663 + 4,424FS - 0,002UP + 0,044ROA + 0,010DER + 0,033PP$$

### Hasil Uji Model Fit (Uji Statistik F)

**Tabel 3. Hasil Uji Statistik F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.227	5	.045	6.222	.000 <sup>b</sup>
	Residual	.853	117	.007		
	Total	1.080	122			

Sumber : Data Sekunder, diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 3 hasil uji statistic simultan ( Uji F) diperoleh nilai signifikansi F sebesar 0,000. Nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, dan Pertumbuhan Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini mengindikasikan bahwa model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah layak.

### Hasil Uji Koefisien Determinansi (Adjusted R<sup>2</sup>)

**Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.835 <sup>a</sup>	.696	.688	.07732	2.048

Sumber : Data Sekunder, diolah (2023)

Berdasarkan hasil dari Tabel 4 di atas, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,688. Hal ini menyatakan bahwa variabilitas variabel dependen yaitu CSR yang dapat dijelaskan oleh variabel independen adalah sebesar 68,8%. Sedangkan sisanya sebesar 31,2% di jelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian.

### Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

**Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	.633	.020		31.737	.000
	Ukuran Perusahaan	4.424	.000	.244	2.806	.006
	Umur Perusahaan	-.002	.001	-.155	-1.751	.083
	Profitabilitas	.044	.271	.014	.162	.872
	Leverage	.010	.003	.329	3.910	.000
	Pertumbuhan Perusahaan	.033	.016	.179	2.071	.041

Sumber : Data Sekunder, diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang ditunjukkan pada Tabel 5 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Ukuran Perusahaan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 4,424, dengan nilai t hitung

positif sebesar 2,806 dan nilai signifikansi sebesar 0,006. Nilai signifikansi  $0,006 < 0,05$  menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR.

2. Umur Perusahaan memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,002, dengan nilai t hitung negative sebesar 1,751 dan nilai signifikansi sebesar 0,083. Nilai signifikansi  $0,083 > 0,05$  menunjukkan bahwa Umur Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR.
3. Profitabilitas memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,044, dengan nilai t hitung positif sebesar 0,162 dan nilai signifikansi sebesar 0,872. Nilai signifikansi  $0,872 > 0,05$  menunjukkan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR.
4. *Leverage* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,010, dengan nilai t hitung positif sebesar 3,910 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR.
5. Pertumbuhan Perusahaan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,033, dengan nilai t hitung positif sebesar 2,071 dan nilai signifikansi sebesar 0,041. Nilai signifikansi  $0,041 < 0,05$  menunjukkan bahwa Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis pertama ( $H_1$ ) diterima, yang menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR. Hal ini berarti semakin besar ukuran Perusahaan maka pengungkapan CSR yang dilakukan oleh Perusahaan tersebut akan semakin banyak. Ukuran Perusahaan yang besar dalam penelitian ini ditunjukkan dengan total asset yang dimiliki. Perusahaan yang memiliki asset lebih besar, umumnya memiliki informasi yang lebih lengkap, sehingga pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial pada Perusahaan tersebut semakin besar pula. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR yaitu semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin banyak pihak-pihak yang menjadi bagian dari *stakeholder* perusahaan, sehingga semakin luas pengungkapan CSR. Menurut teori *stakeholder* CSR itu bisa muncul karena adanya desakan dari pihak *stakeholder* karena tujuan dari perusahaan tersebut yang hanya mengutamakan keuntungan semata dengan mengabaikan lingkungan dan mengabaikan tanggung jawab sosial.

Menurut Yovana dan Kadir (2020) menyatakan Perusahaan yang besar akan mendapatkan tuntutan yang lebih banyak dari masyarakat untuk melaksanakan kegiatan CSR dan pengungkapannya. Hal ini dikarenakan Perusahaan besar lebih dikenal oleh publik dan melakukan kegiatan operasional yang berdampak lebih luas terhadap masyarakat dan lingkungan. Oleh sebab itu, semakin besar ukuran Perusahaan maka akan semakin luas Pengungkapan CSR Perusahaan. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian terdahulu dari penelitian Hardianti (2020), Safrianti (2020), Aulia dan Aini (2021), Fauziah dan Asyik (2019), Yovana dan Kadir (2020), Kusuma (2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

### **Pengaruh Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis kedua ( $H_2$ ) ditolak, dimana hasil penelitian ini menyatakan bahwa Umur Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR. Hal ini berarti banyak atau sedikitnya pengungkapan CSR yang dilakukan oleh Perusahaan tidak didasarkan pada umur Perusahaan, dimana salah satunya di pengaruhi oleh kesadaran suatu perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat pada hasil tabulasi penelitian yang sudah dilakukan, yang menyatakan bahwa salah satunya Perusahaan Perbankan yaitu Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. menurut tahun penelitian yaitu tahun 2020 –

2022 menunjukkan hasil pengungkapan CSR yang dilakukan sama dengan umur perusahaan yang terus bertambah. Oleh karena itu besar atau kecilnya umur suatu Perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Umur Perusahaan juga bukan merupakan faktor yang mempengaruhi Perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Keni (2013), Aprilliani (2017) yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa umur perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis ketiga ( $H_3$ ) ditolak, dimana hasil penelitian ini menyatakan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR. Hal ini berarti semakin besar atau kecilnya profitabilitas perusahaan tidak akan mempengaruhi pengungkapan CSR dikarenakan laba yang dimiliki oleh Perusahaan tersebut digunakan untuk kegiatan lainnya seperti operasional perusahaan, melakukan ekspansi atau investasi, melakukan pembayaran hutang dan kegiatan lainnya, sehingga tidak ada pengaruh dalam pemanfaatan untuk kegiatan atau aktivitas sosial. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi belum tentu lebih banyak dalam melakukan aktivitas sosial karena Perusahaan lebih berorientasi pada laba saja. Perusahaan mungkin menghadapi *trade-off* antara upaya untuk mencapai profitabilitas yang tinggi dan melakukan pengungkapan CSR yang transparan dan luas.

Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Vivian, dkk (2020), Hardianti (2020), Yovana dan Kadir (2020), Syawalluddin, dkk (2021), Fatwara, dkk (2022), Nasir, dkk (2013), Ruroh dan Latifah (2018), Rivandi dan Putra (2021) dan Sekarwigati dan Effendi (2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap terhadap pengungkapan CSR.

### **Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis keempat ( $H_4$ ) ditolak, dimana hasil penelitian ini menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat *leverage* mungkin investor memiliki kecemasan tertentu sehingga untuk mengurangi adanya asumsi tersebut maka Perusahaan akan semakin banyak melakukan kegiatan atau tindakan CSR agar para investor lebih yakin dalam menanamkan modalnya pada Perusahaan tersebut.

Menurut Purba dan Candradewi (2019) *Leverage* merupakan penggunaan aktiva dan sumber dana oleh Perusahaan yang memiliki biaya tetap, berarti sumber dana yang berasal dari pinjaman karena memiliki bunga sebagai beban tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. Jadi, *leverage* yang baik dan cukup akan menunjang pengungkapan CSR. Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Purba dan Candradewi (2019), Nasir, dkk (2013), Ruroh dan Latifah (2018), Korniasari dan Adi (2021) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

### **Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis kelima ( $H_5$ ) diterima, yang menyatakan bahwa Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR y. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat pertumbuhan perusahaan, semakin luas pengungkapan informasi CSR untuk menarik minat para investor. Pertumbuhan perusahaan dapat dilihat dari perubahan total aset perusahaan, karena perubahan aset suatu

perusahaan baik itu berupa peningkatan maupun penurunan dapat menandakan bahwa suatu perusahaan berkembang atau tidak. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan berkembang menjadi sangat besar sehingga masyarakat memiliki hubungan tak langsung dengan perusahaan dan memperhatikan perusahaan. Pertumbuhan dapat menunjukkan peningkatan dari total aset suatu perusahaan sehingga tingkat CSR yang dilakukan perusahaan semakin banyak. Semakin tinggi pertumbuhan perusahaan, maka semakin tinggi pula perusahaan dalam mengungkapkan tingkat pertumbuhannya tersebut ke dalam CSR bagi para *stakeholders*. Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sukenti, dkk. (2017) dan Elvira (2016), Munsaidah, dkk. (2016) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki hubungan atau berpengaruh positif terhadap CSR.

## **SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan perbankan di Bursa efek Indonesia periode 2020-2022. Berdasarkan hasil analisis data, yang ditemukan ialah Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2022. Sedangkan Umur Perusahaan dan Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2022. Kontribusi dalam penelitian ini adalah dapat digunakan oleh pihak yang berkepentingan dalam upaya meningkatkan pengungkapan CSR dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR yang ditemukan berdasarkan hasil penelitian. Implikasi praktis dari penelitian ini ialah peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu dengan teori dan topik yang sama tetapi berbeda subjek penelitian sebagai referensi, hasil penelitian yang berbeda, periode pengamatan yang berbeda serta variabel yang digunakan juga ada yang berbeda.

### **Keterbatasan**

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan yang nantinya dapat disempurnakan dan dilengkapi oleh peneliti selanjutnya. Adapun keterbatasan di dalam penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam periode penelitian yaitu tahun 2020-2022 (selama 3 tahun).
2. Penelitian ini hanya menggunakan populasi dari Perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ukuran Perusahaan, umur Perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan Perusahaan hanya dapat menjelaskan dan memberikan informasi mengenai pengungkapan CSR sebesar 68,8%, sedangkan sisanya sebesar 31,2% di jelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang telah dijelaskan di dalam penelitian ini, maka penulis dapat menyampaikan beberapa saran sebagai berikut: Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan periode yang lebih panjang, melibatkan perusahaan dari sektor lain selain sektor perbankan. Hal ini akan membantu memperluas generalisasi hasil penelitian dan memungkinkan perbandingan antar sektor dalam hal pengungkapan CSR. Peneliti selanjutnya diharapkan agar menambahkan variabel independent lain seperti modal kerja, dewan komisaris, likuiditas, kinerja lingkungan, dan variabel lain yang relevan dengan pengungkapan CSR agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Karimuddin; Misbahul Jannah; Ummul Aiman; Suryadin Hasda; Zahara Fadilla; Taqwin; Masita; Ketut Ngurah Ardiawan dan Meilida Eka Sari. 2022. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.*
- Fatwara, MD, Hasibuan, AN, Nursalam, LM dan Rahmadi, ZT, 2022. Analisis Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dipengaruhi Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan Dan Profitabilitas. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* , 2 (1), hlm.54-70.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardianti, D. and Anwar, A., 2020. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility. *JAE (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 5(1), pp.107-114
- Indriyani, A.D. and Yuliandhari, W.S., 2020. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility: Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), pp.1559-1568.
- Khoiriyah, Y. and Wirawan, R.S., 2021. Pengaruh Good Corporate Governance, Pertumbuhan Perusahaan, dan Kinerja Lingkungan terhadap Corporate Social Responsibility. *Akuntabilitas*, 15(1), pp.103-128.
- Kusumawardani, I. dan Sudana, IP, 2017. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* , 19 (1), pp.741-770.
- Munsaedah, S., Andini, R. and Supriyanto, A., 2017. 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. *Jurnal Akuntansi* , 2 (2).
- Purba, I.A.P.L. and Candradewi, M.R., 2019. Pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Manajemen*, 8(9).
- Putra, YYD and Wiagustini, NLP, 2019. Pengaruh Likuiditas Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan Di BEI. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)* , 1 (2), hlm.215-232.
- Prakasa, S. and Astika, I.B.P., 2017. Pengaruh leverage, profitabilitas, dan kepemilikan manajemen pada corporate social responsibility disclosure perusahaan pertambangan. *E-Jurnal Akuntansi*, 18(1), pp.189-215.
- Prasetyowati, F.A., 2013. Peran Corporate Social Responsibility sebagai Mediasi Variabel dari Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro.*
- Ratih Putri Suwito, A., & Wahyono, MA 2017. Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan, Ukuran Perusahaan, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2013-2015). *Disertasi Doktor, Universitas Muhammadiyah, Surakarta.*
- Safrianti, S., 2020. Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Umur Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2013-2019. *Creative Research Management Journal*, 3(1), pp.51- 60.

- Saputra, I. and Hikmah, I., 2021. Pengaruh Umur Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Pada Perusahaan Manufaktur Sub Makanan Dan Minuman Yang Terdapat Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2017– 2019. *Dinamika Ekonomi-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), pp.132-144.
- Sidauruk, T.D. and Yuliana, A., 2018. Pengaruh return on assets, ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility. *Jurnal Liabilitas*, 3(1), pp.20-40.
- Sugiyono, 2018. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sukenti, S., Hidayati, N. and Mawardi, M.C., 2017. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Growth Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013-2015). *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 6(03).
- Syawalluddin, S., Subaki, A. and Sonjaya, A., 2021. Pengaruh Profitabilitas, Risiko Perusahaan, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *ADVANCE*, 8(2), pp.1-19.
- Vivian, Yessica, W., Florencia, C., Winnie, Devi and Namira, U.R., 2020. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Periode 2014-2018. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2020, 4.3: 257-274.
- Yovana, D.G. and Kadir, A., 2020. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 21(1).
- Zulhaimi, H. and Nuraprianti, N.R., 2019. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Dewan Komisaris, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(3).