

Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Putra^{1*}, Mia Angelina Setiawan²

^{1,2}Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang

*Korespondensi: ilmiputra12@gmail.com

Abstract

This study is a quantitative study that aims to obtain empirical evidence regarding the effect of profitability, leverage, and firm size on the disclosure of corporate social responsibility (CSR) in manufacturing companies. The population in this study are manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2016-2020 for 5 years. This study uses purposive sampling method in selecting the sample, with a total sample of 385 samples. The type of data in this study is secondary data obtained from the Indonesia Stock Exchange in the form of an annual report. Analysis of the data used is multiple regression analysis. The results of this study indicate that profitability and leverage have no significant effect on the disclosure of corporate social responsibility, while the size of the company has a significant and positive effect on the disclosure of corporate social responsibility.

Keywords: *Disclosure Corporate Social Responsibility; Leverage; Profitability; Size.*

How to cite (APA 6th style)

Putra & Setiawan, M.A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA)*, 4 (3), 611-625.

PENDAHULUAN

Pada era saat ini, perusahaan saling bersaing untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat agar dapat terus berkembang, tidak hanya semata-mata untuk mencapai tujuan perusahaan saja tetapi perusahaan dituntut pula untuk bertanggung jawab dengan tidak mengabaikan dampak yang timbul dari aktivitas perusahaan tersebut. Tanggung jawab perusahaan sebenarnya sudah diatur di dalam Peraturan pemerintah No. 47 Tahun 2012 pasal 2 yang berbunyi: "Setiap perseroan selaku objek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan", maka setiap perusahaan yang menjalankan bidang usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Salah satu bentuk yang dapat dilakukan oleh perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan yaitu dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR merupakan salah satu konsep bisnis yang berkaitan dengan bisnis yang berkelanjutan. Sebuah bisnis tidak hanya menghasilkan keuntungan, tetapi hal yang lebih penting perusahaan harus mempertimbangkan dampak kegiatannya yang akan ditimbulkan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Perusahaan yang memutuskan untuk *go public* menempatkan masyarakat menjadi salah-satu *stakeholders* yang berhak membeli saham dan memperhatikan setiap aktivitas perusahaan. Oleh karena itu, masyarakat berhak menerima setiap segala informasi yang berkaitan dengan kegiatan usaha.

Corporate Social Responsibility menjadi salah-satu instrumen penting laporan tahunan perusahaan terhadap pemangku kepentingan, yang berkaitan dengan aktivitas sosial perusahaan. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan masalah lingkungan, perusahaan juga memiliki kewajiban dan berkomitmen untuk berperan serta dalam proses pembangunan ekonomi berkelanjutan sehingga dapat meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat.

Sebagai perusahaan yang telah *go public* dan tercatat di Bursa Efek Indonesia, perusahaan manufaktur yang aktivitasnya berinteraksi secara langsung terhadap lingkungan yang erat kaitannya dengan proses pabrik yang dapat menghasilkan limbah industri, maka dari itu diharapkan perusahaan manufaktur dapat sepenuhnya menjalankan dan berkomitmen serta bertanggung jawab terhadap lingkungan disekitarnya. Salah satu tindakan yang diharapkan adalah perusahaan dapat mengolah semua limbah industri dengan sebaik-baiknya yang berpotensi merusak lingkungan dan mengganggu aktivitas masyarakat sekitar. Hal ini dilakukan untuk menjaga kepercayaan masyarakat sehingga, perusahaan dapat terus berkembang dalam jangka panjang dan mempertahankan *going concern* perusahaan.

Perkembangan isu tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia sendiri mendapat perhatian yang cukup besar dimana, banyak perusahaan mulai berantusias untuk mendapatkan keuntungan sendiri bagi perusahaan, meningkatkan citra perusahaan serta menjamin keberlangsungan perusahaan (*profit, people, planet*). Akan tetapi, fakta yang terjadi menunjukkan bahwa kondisi lingkungan di Indonesia saat ini sangat tercemar yang salah-satunya disebabkan oleh aktivitas pabrik. Menurut (www.suara.com) sebanyak 47 perusahaan dari 11 industri manufaktur di Jakarta terbukti telah mencemari lingkungan. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menilai tingkat kepatuhan industri manufaktur masih rendah. Pada tahun 2019, jumlah industri yang wajib memiliki penilaian kepatuhan relatif rendah. Jumlah industri Manufaktur Prasarana Jasa (MPJ) hanya mencapai 597% perusahaan atau 29,15% melalui program evaluasi kinerja perusahaan yang tepat, bahkan jumlah ini belum mencapai setengah dari total keseluruhan. Perusahaan yang terdaftar dinilai oleh KLHK untuk aspek kepatuhan lingkungan hingga 2.045 perusahaan. Dari jumlah tersebut, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan mencatat hanya 83 perusahaan yang dapat diklasifikasikan memenuhi syarat untuk menerima sertifikasi hijau atau lebih. Dan setelah diteliti lebih lanjut, hanya 23 perusahaan manufaktur masuk kategori hijau dan satu perusahaan masuk kategori emas (www.menlhk.go.id).

Hasil riset *Centre for Governance, Institutions and Organizations National University of Singapore (NUS) Business School* menunjukkan bahwa pada praktiknya, tingkat kualitas tanggung jawab sosial atau CSR di Indonesia masih rendah dibandingkan perusahaan dari negara tetangga. Studi tersebut menjelaskan bahwa Thailand mendapatkan skor dengan kualitas implementasi CSR tertinggi dengan skor 56,8 dari total 100, Singapura dengan skor 48,8, Indonesia dengan skor 48,4 dan Malaysia skor 47,7 (www.CNN.com).

Penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas yaitu profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan. Ketiga variabel tersebut digunakan karena dianggap berpengaruh terhadap luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang dilakukan perusahaan.

Penelitian tentang pengungkapan CSR perusahaan dilakukan oleh sejumlah peneliti sebelumnya, dan hasilnya beragam. Penelitian mengenai variabel profitabilitas yang dilakukan oleh Dewi & Sedana (2019), Arif & Wawo (2016), Ebringa *et al* (2013), Nawaiseh (2015) menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan tidak signifikan antara profitabilitas dan pengungkapan CSR. Hal ini dikarenakan perusahaan lebih fokus pada keuntungan dan mengesampingkan hal-hal yang dapat menghambat perhatian publik terhadap keberhasilan keuangan perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rofikhoh & Priyadi (2016), Saputra (2016) menegaskan bahwa profitabilitas tidak

berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR, dimana profitabilitas tinggi atau rendah sama sekali tidak berpengaruh terhadap perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.

Penelitian tentang variabel *leverage* yang dilakukan oleh Arif & Wawo (2016), Saputra (2016) menunjukkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR, semakin tinggi tingkat *leverage* maka semakin besar pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka. Sementara itu, penelitian Dewi & Sedana (2019) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR, karena perusahaan dengan *leverage* keuangan yang tinggi cenderung melanggar perjanjian pinjaman mereka. Akibatnya, perusahaan akan melaporkan laba yang lebih tinggi pada saat ini dan mengalokasikan dana untuk menjalankan aktivitas perusahaan, salah satunya dana pengungkapan CSR.

Penelitian tentang variabel ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR yang dilakukan oleh Giannarakis (2014), Rofikhoh & Priyadi (2016) dan Arif & Wawo (2016) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR. Hal ini disebabkan permintaan masyarakat untuk perusahaan yang lebih besar, dan perusahaan yang lebih besar memiliki banyak sumber daya untuk menghasilkan lebih banyak informasi. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Saputra (2016) menunjukkan hasil yang negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Sejumlah penelitian mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) menggunakan GRI G4 meliputi 6 indikator yang didalamnya terdapat 91 item. Namun, dengan sampel yang berbeda. Penelitian Dewi & Sedana (2019) menggunakan perusahaan dari sektor industri dan kimia sebagai sampel penelitian. Dimana, bahan baku utama dan bahan pengganti diproduksi oleh perusahaan-perusahaan di industri. Sisa-sisa dari pengolahan produk di sektor industri dan kimia berpotensi menimbulkan masalah bagi lingkungan jika tidak dikelola dengan baik. Ruroh & Latifah (2018) menggunakan perusahaan pertambangan sebagai sampel penelitiannya. Salah satu alasannya adalah bahwa perusahaan pertambangan dapat menimbulkan dampak pascatambang yang dapat merusak dan mencemari lingkungan, sehingga berdampak pada masyarakat di sekitar tambang. Sedangkan Yovana & Kadir (2020) menggunakan sampel seluruh perusahaan indeks LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Pada penelitian ini, pengukuran *Corporate Sosial Responsibility* peneliti menggunakan GRI Standards, yaitu standar pelaporan keberlanjutan yang dirancang untuk organisasi dalam melaporkan tentang dampak perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan, dan/ atau masyarakat, dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*. GRI Standards memiliki perbedaan dengan GRI G4 yang telah digunakan beberapa penelitian terdahulu. Perbedaan terletak pada bagian isi. GRI G4 terdiri dari: 58 *General Standar Disclosure*, G4 DMA dan 90 *Spesific Disclosure*, sedangkan pada GRI Standards berisikan 60 *General Disclosure*, 9 *Management Approach*, 82 *Spesific Disclosure*. Dari perbedaan tersebut dapat dilihat bahwa pada GRI Standards lebih banyak indikator yang harus diungkapkan daripada GRI G4, dan terdapat indikator pada GRI G4 yang direvisi dan dihapus.

Pada penelitian ini, peneliti memilih sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020, karena perusahaan manufaktur memiliki dampak yang lebih besar terhadap lingkungan sekitar akibat kegiatan usahanya. Permintaan masyarakat terhadap barang-barang yang dihasilkan perusahaan bersifat relatif dan tidak berubah walaupun kondisi ekonomi membaik atau memburuk seperti pada masa pandemi saat sekarang ini. Selain itu, perusahaan manufaktur juga mempengaruhi kegiatan sosial perusahaan yang akan memberikan pandangan lebih baik di mata masyarakat, karena hal

tersebut perusahaan manufaktur ini memberikan informasi yang lebih luas tentang tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

REVIU LITERATUR DAN HIPOTESIS

Agency Theory

Teori keagenan menjelaskan hubungan antara prinsipal dan agen. Praktik CSR dan pengungkapan mengacu dengan teori keagenan. Pengungkapan CSR adalah komitmen manajemen untuk meningkatkan kinerja perusahaan, terutama yang berkaitan dengan kinerja sosial, dan memberikan umpan balik positif kepada pemangku kepentingan kepada manajemen. Teori keagenan menjelaskan bahwa dalam kondisi permanen, informasi yang tidak lengkap dan tidak pasti menyebabkan masalah keagenan. Dalam situasi ini, pemilik harus menunjuk ahli (agen) lain untuk mengelola kegiatan perusahaan secara optimal. Rofiqkoh & Priyadi (2016) menjelaskan bahwa hubungan keagenan memiliki faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan: biaya pengawasan dan kontrak.

Perusahaan yang menghadapi biaya kontrak dan peraturan yang rendah cenderung melaporkan penurunan laba dan mengeluarkan biaya yang bermanfaat bagi manajemen, seperti: biaya yang terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan untuk meningkatkan reputasi perusahaan. Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan *leverage* tinggi perlu membuat pengungkapan yang lebih luas. Akibatnya, kreditur dibujuk untuk memenuhi kewajibannya pada saat jatuh tempo, dan perusahaan berusaha memberikan informasi yang lebih lengkap yang membutuhkan biaya lebih tinggi. Oleh karena itu, perusahaan dengan *leverage* tinggi memberikan informasi yang lebih lengkap dan transparan. Teori agensi tentang ukuran perusahaan percaya bahwa perusahaan yang berkembang memiliki anggaran agensi yang cukup besar untuk fokus pada anggaran agensi dan mengungkapkan informasi penting. Anggaran yang dikeluarkan mempengaruhi kebijakan manajemen dengan menyebarluaskan informasi tentang aspek sosial dan lingkungan.

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat diartikan sebagai upaya perusahaan untuk meningkatkan citra publik yang baik melalui program-program amal eksternal dan internal. Salah satu program CSR eksternal perusahaan adalah pelaksanaan kemitraan pemangku kepentingan untuk menunjukkan minat perusahaan terhadap masyarakat dan sekitarnya. Sementara itu secara internal, perusahaan dapat bekerja dengan baik, berproduksi dengan baik, dan menghasilkan keuntungan yang maksimal dan berkembang. Sedangkan menurut Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 1 Angka 3, CSR adalah adalah pembangunan ekonomi berkelanjutan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan yang bermanfaat baik bagi perusahaan itu sendiri maupun komunitas setempat, serta masyarakat pada umumnya.

Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah informasi yang diungkapkan kepada pemangku kepentingan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan membantu memungkinkan perusahaan untuk memikul tanggung jawab sosial kepada masyarakat dalam jangka waktu tertentu. Menurut Septiana (2014) yang memiliki pengertian yang lebih luas, pengungkapan adalah informasi baik yang terdapat dalam laporan keuangan, pengungkapan tambahan dari catatan kaki, informasi tentang peristiwa setelah tanggal pelaporan, bisnis dan keuangan perusahaan di masa depan yang mengacu pada analisis bisnis serta prakiraan terdiri dari prosedur operasional dan informasi lainnya. Pada kenyataannya, diasumsikan bahwa

berbagai perusahaan memiliki motivasi dan alasan masing-masing untuk melaporkan atau mengungkapkan tanggung jawab sosial. Menurut Wicaksono (2007), perusahaan mengungkapkan CSR sebagai pendekatan bersifat demonstratif, regulatory-driven (kepatuhan, kemauan untuk mematuhi standar), dan kasus bisnis/reputasi-driven (Protektif / Peningkatan Reputasi, Membangun Reputasi), Pemangku Kepentingan / Basis Kepercayaan (Membangun Reputasi), Kompetitif Peer-led (harapan berbeda)

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan ukuran kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan aset dan modal saham tertentu. Profitabilitas dapat dijadikan sebagai salah satu indikator untuk menilai kinerja suatu perusahaan. Selain itu, profitabilitas juga merupakan faktor penciptaan nilai perusahaan di masa depan dan merupakan salah satu pertimbangan terpenting bagi investor dalam mengambil keputusan investasi (Septiana, 2014). Kinerja suatu perusahaan dapat dinilai dari kemampuannya dalam menghasilkan laba. Laba perusahaan tidak hanya menjadi indikator kemampuan perusahaan untuk memenuhi komitmennya kepada penyandang dana, tetapi juga merupakan elemen penciptaan nilai perusahaan yang mencerminkan pandangan masa depan perusahaan. Jika perusahaan menguntungkan, atau jika perusahaan dapat menghasilkan laba yang baik, dapat menarik investor dan menginvestasikan uang di perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya dan sebaliknya. Jika tingkat profitabilitas rendah, investor menarik dananya karena investor meragukan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi mereka. Profitabilitas perusahaan sendiri dapat dijadikan acuan atau penilaian atas efektifitas pengelolaan suatu unit bisnis.

Leverage

Menurut Sartono (2008), *leverage* adalah penggunaan aset dan sumber pendanaan oleh bisnis biaya tetap untuk meningkatkan potensi pengembalian pemegang saham. *Leverage* adalah sejauh mana kemampuan perusahaan untuk menggunakan aset atau dana dengan eksposur tertentu untuk mencapai tujuan perusahaan memaksimalkan aset perusahaan. Penggunaan dana pinjaman dapat menjadi beban dan risiko bagi perusahaan, terutama jika situasi perusahaan memburuk. Selain harus menanggung beban bunga yang meningkat, perusahaan juga dapat menghadapi sanksi dari pihak ketiga. Perusahaan dengan *leverage* tinggi mengungkapkan tanggung jawab sosial mereka secara lebih luas (Hidayat, 2007, Andreas, 2009). Hal ini dikarenakan perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi mengungkapkan informasi secara lebih luas guna memenuhi kebutuhan informasi kreditur dan meningkatkan kepercayaan kreditur.

Ukuran Perusahaan

Brigham & Houston (2005) mendefinisikan ukuran perusahaan sebagai rata-rata penjualan bersih selama satu tahun sampai beberapa tahun. Besar kecilnya suatu perusahaan merupakan ciri khas perusahaan dilihat dari struktur perusahaannya. Menurut Werner R. Murhadi (2013), ukuran perusahaan diukur dengan mentransformasikan total aset yang dimiliki perusahaan dalam bentuk logaritma natural. Ukuran perusahaan diperkirakan menggunakan logaritma natural dari total aset dalam upaya untuk mengurangi fluktuasi yang tidak semestinya dalam data. Dengan menggunakan log natural, jumlah aset yang bernilai ratusan miliar bahkan triliunan akan disederhanakan tanpa mengubah jumlah aset yang sebenarnya. Logaritma natural dari total aset digunakan untuk mengubah data total aset untuk sampel perusahaan yang sangat beragam.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan, dan persentase digunakan untuk mengukur seberapa baik kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Hal ini menjadi indikator penting bagi investor dan pemilik usaha dalam menilai kinerja suatu perusahaan. Menurut Yanti & Budiasih (2016), tingkat profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, Semakin menguntungkan suatu perusahaan, semakin cepat ia dapat meningkatkan tanggung jawab sosialnya dan membuat informasi tersedia lebih luas. Efendi & Hapsari (2015), Latifah & Ruroh (2018), Salehi et al. (2018) juga memberikan temuan yang sama. Artinya tingkat profitabilitas berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Semakin tinggi profitabilitas, maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan untuk mengungkapkan informasi CSR. Hal ini karena profitabilitas merupakan indikator yang baik untuk mendorong perusahaan mengungkapkan lebih banyak informasi dalam laporan keuangannya. Tingginya tingkat pengembalian suatu perusahaan mencerminkan bahwa perusahaan dapat menghasilkan laba yang tinggi dan menyediakan dana yang cukup untuk memenuhi tanggung jawab sosial perusahaannya. Pengembalian investasi adalah ukuran yang dapat digunakan untuk mengukur apakah suatu perusahaan mengelola asetnya secara efisien untuk menghasilkan keuntungan selama periode waktu tertentu. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut:

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Leverage merupakan salah satu indikator yang dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan seluruh kewajibannya kepada pihak lain. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan memiliki lebih banyak kewajiban untuk menanggapi kebutuhan informasi kreditur, termasuk mengungkapkan tanggung jawab sosial mereka. Penelitian Dewi & Sedana (2019) menunjukkan bahwa *leverage* tidak mempengaruhi pengungkapan CSR perusahaan, alasannya adalah perusahaan dengan tingkat hutang yang tinggi cenderung melanggar perjanjian kredit, digunakan perusahaan untuk melaporkan laba yang lebih tinggi saat ini dan akan mempengaruhi dana operasional perusahaan, salah satunya adalah dana pengungkapan CSR. Sedangkan penelitian Rofikoh & Priyadi (2016) membuktikan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Dimana, semakin tinggi tingkat *leverage*, semakin luas klaim tanggung jawab sosial perusahaan. Ini mungkin menunjukkan bahwa risiko *leverage* digunakan untuk memberikan wawasan tentang struktur modal yang dimiliki perusahaan sehingga orang dapat melihat seberapa berisiko kredit macet. Perusahaan dengan debt ratio yang tinggi dituntut untuk mengungkapkan lebih luas dibandingkan dengan perusahaan dengan debt ratio yang rendah. *Leverage* keuangan perusahaan diharapkan berkorelasi dengan tingkat CSRD-nya, dan perusahaan dengan *leverage* keuangan yang rendah mungkin mengalami lebih sedikit tekanan dari kreditur. Jika sebuah perusahaan dapat mengurangi biaya CSRD-nya, ia harus mengungkapkan jumlah minimum yang diperlukan untuk mematuhi persyaratan hukum dan untuk menghindari klaim oleh pemangku kepentingan. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dirumuskan hipotesis kedua sebagai berikut:

H₂: *Leverage* berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Ukuran perusahaan memberikan berita positif bagi investor. Perusahaan besar akan berkinerja lebih baik, sehingga akan menyajikan informasi CSR yang lebih luas dan mengurangi ketidakpastian investor tentang prospek masa depan perusahaan. Yanti & Budiasih (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Dimana semakin besar ukuran perusahaan maka semakin luas pula kebijakan pengungkapan CSR. Bukti ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Andriany et. al (2016) dan Dewi & Sedana (2019), yang juga menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa perusahaan besar akan mengungkapkan CSR karena perusahaan besar menarik perhatian publik dan pemegang saham. Muttakin & Khan (2014) berpendapat bahwa perusahaan besar menguntungkan kelompok yang berbeda dalam masyarakat dan bahwa perusahaan yang lebih besar juga berada di bawah tekanan yang lebih besar untuk mengungkapkan CSR untuk melegitimasi kegiatan mereka. Oleh karena itu, terdapat hubungan positif yang signifikan antara pengungkapan CSR dan ukuran perusahaan. Akibatnya, perusahaan yang lebih besar akan mengungkapkan lebih banyak tanggung jawab sosial perusahaan karena pemangku kepentingan cenderung lebih memperhatikan perusahaan yang lebih besar.

Perusahaan-perusahaan ini tidak hanya menghadapi tekanan yang lebih besar untuk menjadikan tanggung jawab sosial mereka sebagai salah satu kewajiban mereka, tetapi mereka juga memiliki lebih banyak pemangku kepentingan yang terlibat dalam program sosial perusahaan. Dengan kata lain, perusahaan besar memiliki lebih banyak agen untuk memantau kinerja dan tanggung jawabnya, baik kepada pemangku kepentingannya maupun lingkungan di mana perusahaan itu berada dan bisnisnya. Selain itu, perusahaan dengan visibilitas yang lebih tinggi cenderung melaporkan lebih banyak informasi untuk meningkatkan citra perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan akan berusaha untuk memperkuat kegiatan tanggung jawab sosialnya dan mempublikasikannya. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dirumuskan hipotesis ketiga sebagai berikut:

H₃: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder, dan penelitian ini memiliki variabel bebas dan terikat untuk diuji. Menurut pendekatan kuantitatif, sifat hubungan antara variabel-variabel ini dianalisis dengan teori objektif. Penelitian ini menganalisis pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2020.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016 sampai 2020. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan metode purposive sampling yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, dengan jumlah sampel 77 perusahaan dan total sampel 5 tahun sebanyak 385 sampel.

Tabel 1
Daftar perusahaan yang menjadi sampel penelitian

No	Keterangan	Jumlah
1	Jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020	193
2	Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan tahunan pada tahun 2016-2020	(62)
3	Perusahaan yang tidak menyediakan informasi berupa <i>Corporate Social Responsibility</i> dalam laporan tahunan	(4)
4	Perusahaan yang laporannya yang tidak menyatakan dalam mata uang rupiah secara berturut-turut selama tahun 2016-2020	(50)
5	Perusahaan yang menjadi sampel	77
	Total sampel selama 5 tahun	385

Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder, yaitu berupa laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode analisis dokumen. Data dalam penelitian ini di peroleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui www.idx.co.id dan website perusahaan terkait.

Definisi dan Pengukuran Variabel

Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan mekanisme bagi organisasi untuk beroperasi dan berinteraksi dengan pemangku kepentingan di luar tanggung jawab organisasi di bidang hukum. Ukuran pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dinyatakan dalam *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \sum X_{ij} / n$$

Variabel Independen

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan suatu rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset dan modal saham (Hanafi & Halim, 2016). Rasio yang terlibat dalam profitabilitas adalah margin keuntungan, pengembalian modal yang diinvestasikan, pengembalian aset, pengembalian ekuitas, dan rasio harga/pendapatan. Dalam penelitian ini, metrik yang digunakan sebagai ukuran variabel adalah ROA dengan rumus sebagai berikut:

$$Return\ On\ Asset = \text{Laba Bersih} / \text{Total Aset}$$

Leverage

Leverage merupakan suatu rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa aset perusahaan dibiayai dengan hutang (Kasmir, 2016 dalam Yovana & Kadir, 2020). Perusahaan dengan *financial leverage* yang tinggi akan lebih bergantung pada pinjaman eksternal, sedangkan perusahaan dengan *financial leverage* yang rendah akan lebih sedikit bergantung pada pinjaman eksternal karena perusahaan akan menggunakan modal sendiri untuk membiayai asetnya. Dalam penelitian ini ukuran *leverage* yang digunakan mengacu pada penelitian sebelumnya yaitu Dewi & Sedana (2019) yang menggunakan debt to equity ratio. Rasio ini akan memberi gambaran tentang struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat melihat tingkat risiko kredit macet. Semakin tinggi persentase DER

perusahaan, semakin menunjukkan bahwa komponen hutang lebih besar dari total ekuitas. Pengukuran yang digunakan adalah DER dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Debt Equity Ratio} = \text{Total Liabilitas} / \text{Total Ekuitas}$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan memberikan gambaran tentang potensi perusahaan untuk menghasilkan arus kas dan kemampuannya untuk mengakses informasi yang lebih luas. Menurut Werner R. Murhadi (2013), ukuran perusahaan diukur dengan mengubah total aset perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural. Ukuran perusahaan ditentukan dengan menggunakan logaritma natural dari total aset untuk mengurangi fluktuasi data yang berlebihan. Menggunakan logaritma natural menyederhanakan jumlah aset yang bernilai ratusan miliar atau triliunan tanpa mengubah jumlah aset yang sebenarnya. Pengukuran yang digunakan Logaritma Natural dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan (Size)} = \text{Logaritma Natural (Total Aset)}$$

Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dalam penelitian ini adalah analisis linear berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui bagaimana arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah berhubungan positif atau negatif dan mengalami kenaikan atau penurunan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1_Profitabilitas	385	-1.05	.70	.0530	.11984
X2_Leverage	385	-2.21	23.92	1.1527	1.85140
X3_Size	385	21.14	33.49	28.5580	1.84278
Y_CSR	385	.00	.61	.2406	.08437
Valid N (listwise)	385				

Sumber: Data diolah tahun 2022

Berdasarkan Tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata (*mean*) pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel dependen pada penelitian ini sebesar 0.2406 dengan standar deviasi 0.08437. Besarnya indeks menunjukkan besarnya pengungkapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan. Nilai maksimum dan minimum pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah 0.61 dan 0.00. Variabel independen pertama dalam penelitian adalah profitabilitas dengan yang memiliki rata-rata sebesar 0.0530 dengan standar deviasi 0.11984. Nilai maksimum dan minimum pada variabel profitabilitas sebesar 0.70 dan -1.05. Variabel independen kedua yaitu leverage yang memiliki yang memiliki rata-rata sebesar 1.1527 dengan standar deviasi 1.85140. Nilai maksimum dan minimum pada variabel leverage sebesar 23.92 dan -2.21. Variabel independen ketiga yaitu ukuran perusahaan (*size*) yang memiliki nilai rata-rata sebesar 23,4826 dengan standar deviasi sebesar 28.5580 dengan standar deviasi 1.84278. Nilai maksimum dan minimum pada variabel *size* sebesar 33.49 dan 21.14.

Tabel 3
Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-.239	.063		-3.778	.000
	X1_Profitabilitas	-.024	.035	-.034	-.692	.490
	X2_Leverage	-7.894	.002	-.002	-.036	.971
	X3_Size	.017	.002	.368	7.596	.000

a. Dependent Variable: Y_CSR

Sumber: Data diolah tahun 2022

Dari hasil pengolahan data menggunakan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) diatas dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0.239 - 0.024 X1 - 7.894 X2 + 0.17 X3 + e$$

Keterangan:

Y = Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

X1 = Profitabilitas

X2 = *Leverage*

X3 = Ukuran Perusahaan

Tabel 4
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.364 ^a	.132	.125	.07890	.682

a. Predictors: (Constant), X3_Size, X2_Leverage, X1_Profitabilitas

b. Dependent Variable: Y_CSR

Sumber: Data diolah tahun 2021

Dari Tabel 4 di atas, nilai *Adjusted R-squared* adalah 0,125. Artinya hal tersebut mengidentifikasi bahwa 12.5% pengaruh variabel Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan (*Size*) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sedangkan 87.5% dipengaruhi oleh variabel bebas lain diluar variabel yang ada didalam penelitian ini.

Tabel 5
Uji Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-.239	.063		-3.778	.000
	X1_Profitabilitas	-.024	.035	-.034	-.692	.490
	X2_Leverage	-7.894	.002	-.002	-.036	.971
	X3_Size	.017	.002	.368	7.596	.000

a. Dependent Variable: Y_CSR

Sumber: Data diolah tahun 2021

Berdasarkan Tabel 5 diatas, didapatkan nilai signifikan profitabilitas sebesar 0,490 lebih besar dari 0,05, hasil tersebut berarti bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Nilai signifikan *leverage* sebesar 0,971 lebih besar dari 0,005, hal tersebut berarti bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Nilai signifikan ukuran perusahaan (*size*) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,005, yang berarti bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

PEMBAHASAN

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Hasil penelitian terhadap variabel profitabilitas menunjukkan nilai koefisien regresi negatif sebesar -0,692 dengan nilai signifikansi $0,490 > 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas yang diukur menggunakan *Return On Asset* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020. Artinya tinggi atau rendahnya profitabilitas suatu perusahaan belum dapat dijadikan acuan bahwa perusahaan tersebut mampu untuk meningkatkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), dimana perusahaan sebagai suatu entitas bisnis yang *go public* seharusnya mengungkapkan informasi yang lebih luas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andriany et.al (2017), Dewi & Sedana (2019) dan Yovana & Kadir (2020) yang berhasil menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).) pengungkapan. Namun hasil penelitian berbeda yang dilakukan oleh Ebringa et.al (2013), Purba & Yandya (2015), Ruroh & Latifah (2018) dan Yanti & Budiasih (2016), menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, semakin tinggi tingkat laba perusahaan dapat meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan dan akan membuatnya dipublikasikan lebih luas.

Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Hasil penelitian variabel *leverage* menunjukkan bahwa koefisien regresi negatif 0,036 dengan signifikansi $> 0,05$ atau 0,091. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *leverage* pada penelitian ini yang diukur menggunakan *Debt Equity Ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 sampai tahun 2020. Hal tersebut mengindikasikan bahwa Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016 sampai tahun 2020 yang mempunyai *leverage* yang tinggi, maka perusahaan semakin besar kemungkinan akan melanggar perjanjian hutang, sehingga perusahaan akan berusaha melaporkan laba periode sekarang lebih tinggi dibandingkan laba periode mendatang. Jika laba yang dilaporkan lebih tinggi, perusahaan akan berusaha mengurangi biaya-biaya termasuk untuk biaya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Jadi perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi cenderung lebih sedikit mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Dewi & Sedana (2019) dan Salehi (2018) bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Rofikoh & Priyadi (2016) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan, semakin tinggi *leverage* maka semakin besar pengungkapan CSR perusahaan.

Hal itu, menunjukkan bahwa risiko leverage digunakan untuk memberikan wawasan tentang struktur modal yang dimiliki perusahaan sehingga orang dapat melihat seberapa berisiko piutang tak tertagih.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Hasil penelitian ukuran perusahaan menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi positif ukuran perusahaan (*size*) adalah 7,596 dengan nilai signifikansi variabel $< 5\%$ yaitu sebesar 0.000. Dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan Logaritma Natural dari total aset berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 sampai tahun 2020. Hal tersebut berarti bahwa semakin besar Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016 sampai tahun 2020 maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* juga semakin baik. Begitu pula sebaliknya ketika ukuran perusahaan semakin kecil maka pengungkapan *corporate social responsibility* juga semakin buruk. Hal ini sesuai dengan teori agency dimana semakin besar suatu perusahaan, maka biaya keagenan yang akan timbul juga semakin besar. Untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas, oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi dari pada perusahaan kecil.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andriany et. al (2016) dan Dewi & Sedana (2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi pengungkapan CSR, dimana perusahaan besar akan mengungkapkan CSR karena perusahaan besar akan menjadi kepentingan publik dan pemegang saham. Namun penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan Saputra (2016) yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR, semakin besar sebuah ukuran perusahaan akan semakin menurunkan jumlah pengungkapan Corporate Social Responsibility. Keberadaan aset yang mengganggu memaksa perusahaan melakukan pengeluaran biaya yang lebih besar sehingga mengurangi jatah biaya yang digunakan untuk mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*.

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil dari temuan penelitian yang telah dilakukan melalui tahap pengumpulan data, pengolahan data, dan analisis data, maka dapat ditarik kesimpulan penelitian yaitu: Profitabilitas yang diukur dengan *Return On Assets* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020. *Leverage* yang diukur dengan *Debt Equity Ratio* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020. Ukuran perusahaan yang diukur dengan *Logaritma Natural* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.

Keterbatasan

Penelitian telah dirancang dengan sebaik mungkin, namun penulis menemukan bahwa penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu rendahnya nilai *Adjusted R²* yang dihasilkan hanya 5%, yang menunjukkan bahwa masih banyak variabel lain yang memiliki nilai kontribusi besar dalam mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*.

Saran

Berdasarkan temuan dan batasaan yang dijelaskan, maka dapat diberikan saran sebagai berikut: Bagi investor, sebelum menginvestasikan dananya ke suatu perusahaan, sebaiknya investor mempertimbangkan terlebih dahulu mengenai laporan keberlanjutan yang diungkapkan oleh perusahaan sebagai salah satu penilaian investor sebelum berinvestasi. Dengan adanya laporan keberlanjutan, investor dapat menilai suatu perusahaan yang tidak hanya baik dalam kinerja keuangannya saja tetapi juga menilai perhatian perusahaan terhadap kondisi sosial masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya dapat mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lainnya yang dianggap mampu untuk mempengaruhi *Corporate Social Responsibility*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Dan Novrys. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Social. Jurnal Akuntansi Dan Keuangan. Volume 18;2
- Agus, Sartono. (2008). "Manajemen Keuangan Teori Da Aplikasi Edisi Empa"t. Yogyakarta BPFE
- Andriany, Diny. Yuliandri, WS, and Zultrilisna, Djusmaniar (2017)."The Effect of Company Size, Profitability, Leverage and Media Disclosure on Corporate Social Responsibility Disclosure (Empirical Study on State-Owned Enterprises in Indonesia 2014-2015)". E-Proceeding Of Management: Vo.4 No. 3.
- Brigham, Eugene Dan Houstoun Joel. (2001). Manajemen Keuangan Jakarta. Erlangga
- Cowen, S.S, Lb, Ferri And Ld. Parker, (1987)."The Impact Of Corporate Characteristics On Social Respopibility Disclousure: A Typology Frequency-Based Analisis, Accounting Organization And Society".
- Darmayanti & Merkusiwati. (2019)."Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Koneksi Politik Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Tax Avoidance". E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. Vol. 26.3 Maret (2019); 1992-2019. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana
- Miftah, Desrif, dan Arifin, Zainal. (2013)."Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)". Jurnal Al-Iqtishad, Vol.9 No.1 Tahun 2013. Uin Suska Riau
- Dewi & Sedana. (2019). "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility". E-Journal Manajemen, Vol.8, No.11, 2019: 6618-663
- Dwiriani. S. Suzan L. & Zultilisna. (2017). "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Pada Perusahaan BUMN Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015)". Open Library Telkom University
- Ebringa, O.T, Emeh, E.E. Chingbu and Obi. (2013)." Effect Of Firm Size And Profitability On Corporate Social Disclosure: The Nigerian Oil And Gas Sector In Focus". British Journal Of Economics; Manajemen And Trade, 3 (4): 563-574.
- Gusti & Ida. (2015). "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan CSR". E-Journal Akuntansi Universitas Udayana. Volume 11;1
- Ghozali, Imam. (2013). "Ekonometrika, Teori, Konsep Dan Aplikasi Dengan Spss 17". Semarang: Badan Penerbit Universtas Diponogoro

- Giannarakis, G. (2014). "Corporate Governance and financial characteristic effect on the extent of Social Responsibility disclosure". *Social Responsibility Journal*, Vol, 10 No. 4, pp, 569-590.
- Kasmir. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Nawaiseh. M. E. (2015). "Do Firm Size And Financial Performance Affect Corporate Social Responsibility Disclosure: Employees' And Environmental Dimensions?". *American Journal Of Applied Sciences*, 12(12), 967-981. <https://doi.org/10/3844/ajassp.2015.967.981>
- Nawaiseh, M, E. Boa, S. S.A. & El-Shohah, R. A. Z. Y. (2015). "Influence Of Firm Size And Profitability On Corporate Social Responsibility Disclosure By Banking Firm (CSR): Evidence From Jordan". *Journal Of Applied Finance & Banking*, 5(6), 97-11
- Pemerintah Republik Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. 2007
- Pemerintah Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 Tentang Perlindungan Dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. 2009
- Rifqiyah. R. F. (2016). "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)". *Perbanas Institutional Repository*, 1-15
- Rindawati, M.W & N.F. Asyik. (2015). "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Kepemilikan Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)". *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* Vol. 4 No. 6
- Rofiqkoh, E & Priyadi, M.P (2016). "Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan". *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi : Volume 5, Nomor 10, Oktober 2010*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya
- Ruroh, I.N & Latifah, S.W. (2018). "The Effect of Profitability, Leverage, Company Size and Risk Minimization on Disclosure of Corporate Social Responsibility (Empirical Study on Mining Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2015-2016 Period)". *Journal of Accounting Academy*. Volume 1 No. 1.. Penerbit Sinar Grafika Jakarta
- Salehi, Tarighi & Rezanezhad (2018). "Empirical Studi on the effective factors of social responsibility disclosure of iranian companies" – *Journal of Asian Business and Economic Studies* Vol. 26 No. 1, 2019 pp. 34-55 Emerald Publishing Limited 2515-964X
- Saputra, Syailendra Eka. (2016). "The Effect of Leverage, Profitability and Size on Corporate Social Responsibility Disclosures in Companies on the Indonesia Stock Exchange". *Journal Of Economic And Economic Education* Vol.5 No. 1 (75-89)
- Suhandri, M Putri. *Schema Csr*. Kompas 4 Agustus 2007. Penerbit Aksara Kurnia
- Sujarweni, V. W. (2020). "Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi". *pustakabarupress*
- Septiana, F. (2014). "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI". *Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIEIA)*. Surabaya
- Yanti, NK & Budiasih, I Gusti. (2016). "Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility". *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Vol. 173.
- Yovana, D.G & Kadir, Abdul. (2020). "The Influence of Company Size, Company Growth, Profitability, and Leverage on Corporate Social Responsibility Disclosure". *Jurnal Manajemen & Akuntansi*, Volume 21, Nomor 1
- www.idx.co.id
- www.CNN.com (Accessed on date Mei 18, 2021)

www.suara.com (Accesed on date Mei 18, 2021)
www.kompas.com (Accesed on date July 22, 2021)
www.katadata.co.id (Accesed on date July 22, 2021)
www.menlhk.go.id (Accesed on date October 13, 2021)