

# Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Bursa Efek Indonesia

Ni Made Deviarini Putri<sup>1</sup>

Animah<sup>2</sup>

Widia Astuti<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram, Indonesia

\*Correspondences: [deviariniarsika@gmail.com](mailto:deviariniarsika@gmail.com)

## ABSTRAK

Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan bentuk penyampaian dari pihak perusahaan kepada *stakeholder* atas komitmen yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjaga dan memelihara komponen-komponen yang terdampak karena proses kegiatan operasional dengan berlandaskan konsep *Triple Bottom Line*. Penelitian memiliki tujuan mengetahui pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Proksi yang digunakan penelitian ini adalah tingkat profitabilitas yang diproksikan melalui rasio ROA dan ukuran perusahaan yang dihitung menggunakan logaritma natural total *asset*. Metode untuk menetapkan sample menggunakan purposive sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 62 perusahaan manufaktur. Analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

**Kata Kunci:** Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan; Profitabilitas; ROA; Ukuran Perusahaan.

## *Analysis of State-Owned Enterprises Financial Performance Before and After Privatization*

### ABSTRACT

*Disclosure of social responsibility is a form of delivery from the company to stakeholders for the commitment made by the company to maintain and maintain the components affected by the operational activity process based on the Triple Bottom Line concept. The research has the aim of knowing the effect of profitability and company size on the disclosure of social responsibility. The proxy used in this study is the level of profitability which is proxied through the ROA ratio and company size which is calculated using the natural logarithm of total assets. The method for determining the sample uses purposive sampling, with a total sample of 62 manufacturing companies. Analysis using multiple linear regression. The results showed that profitability and firm size had a positive effect on the disclosure of social responsibility.*

**Keywords:** Corporate Social Responsibility Disclosure; Profitability; ROA; Firm Size.

Artikel dapat diakses: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/index>



e-ISSN 2302-8556

Vol. 32 No. 4  
Denpasar, 26 April 2022  
Hal. 968-983

DOI:  
10.24843/EJA.2022.v32.i04.p11

### PENGUTIPAN:

Putri, N. M. D., Animah, & Astuti, W. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(4), 968-983

### RIWAYAT ARTIKEL:

Artikel Masuk:  
6 April 2022  
Artikel Diterima:  
22 April 2022

## PENDAHULUAN

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* merupakan komitmen perusahaan dalam melakukan suatu tindakan secara norma, sesuai aturan, dan memiliki kontribusi untuk memperbaiki kualitas hidup karyawan beserta keluarganya, lingkungannya serta masyarakat (Marnelly, 2012). Tanggung jawab sosial perusahaan memiliki tujuan untuk melindungi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang wajib dilakukan oleh para pelaku ekonomi dalam melakukan kegiatannya (Oktina *et al.*, 2020). Dalam kegiatan operasinya, perusahaan dituntut untuk tidak hanya memperhatikan laba semata, namun juga harus bertanggung jawab atas dampak yang mempengaruhi sosial dan lingkungan. Perusahaan diharapkan menerapkan konsep *Triple Bottom Line* yaitu keseimbangan antara menciptakan keuntungan, harus berdampingan dengan norma yang berlaku di masyarakat serta memelihara lingkungan sekitar agar tercipta pembangunan secara terus menerus (Damayanti *et al.*, 2018). Teori ini memiliki fokus terhadap tiga hal terkait lingkungan, profitabilitas, serta masyarakat. Konsep *Triple Bottom Line* menggambarkan bahwa perusahaan harus mengutamakan kepentingan semua pihak (*stakeholder*) yang terlibat dan merasakan dampak dari aktivitas operasi yang dilakukan oleh perusahaan (Nurhidayat *et al.*, 2020).

Permasalahan seperti pencemaran lingkungan, polusi, limbah, keterbatasan sumber daya, penjaminan kualitas dan keamanan produk, hak tenaga kerja, telah menjadi alasan meningkatnya kepedulian masyarakat terhadap komitmen perusahaan untuk bertanggung jawab tidak hanya terbatas pada sisi finansial saja (*single bottom line*). Dalam kasus seperti ini, perusahaan dapat melakukan aktivitas tanggung jawab sosial secara berkala, tentunya hal ini akan menimbulkan respon positif bagi perusahaan untuk jangka panjang. Pemerintah sudah mendorong pelaksanaan tanggung jawab sosial pada perusahaan di Indonesia dimulai pada tahun 2002, Kementerian Lingkungan Hidup Republik Indonesia memiliki Program Penilaian Kinerja Perusahaan (PROPER). Program ini dilaksanakan untuk memotivasi perusahaan agar aktif dalam pengelolaan lingkungan dengan melibatkan masyarakat sekitar.

Menurut data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan ditengah pandemi tingkat kepatuhan perusahaan terhadap peraturan lingkungan hidup mencapai 88% pada tahun 2020, dimana angka ini lebih tinggi dibandingkan tahun 2018 dan 2019 sebesar 85%. Hasil evaluasi pada 2.021 perusahaan tahun 2020, sejumlah 233 perusahaan (11,52%) berada di peringkat merah, dan 2 perusahaan (0,098%) berada di peringkat hitam. Hal ini menandakan bahwa, masih ada perusahaan yang belum melakukan upaya pengelolaan lingkungan dengan baik, dan tidak memperhatikan adanya kerusakan pada lingkungan, serta melakukan pelanggaran peraturan atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

Menurut (Sunaryo & Mahfud, 2016) profitabilitas dan ukuran perusahaan merupakan dua elemen yang dapat mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Profitabilitas adalah salah satu indikator utama seberapa efektif perusahaan mengelola kekayaan berdasarkan laba yang diperoleh. Pemangku kepentingan menilai kinerja perusahaan berdasarkan laba yang diperoleh karena, tingkat profitabilitas yang tinggi menandakan bahwa pihak manajemen berhasil mengelola dan memanfaatkan keuntungan dengan

baik dan benar (Nugraha & Meiranto, 2015). Pernyataan tersebut mendukung hasil penelitian (Dwiariyani *et al.*, 2016) (Indriyani & Yuliandhari, 2020) (Zulhaimi & Nuraprianti, 2019) (Mulyani, 2018) menyatakan profitabilitas yang dihitung dengan ROA berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan non-keuangan. Menurut hasil penelitian (Barnas *et al.*, 2016) profitabilitas yang dihitung dengan ROA tidak berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur.

Ukuran perusahaan adalah indikator yang berupa skala untuk mengkategorikan besar atau kecilnya sebuah perusahaan. Banyak riset telah dilakukan untuk menjelaskan beratnya tanggung jawab sosial yang dimiliki oleh suatu perusahaan, tetapi terdapat perbedaan variabel terkait banyaknya sampel dan populasi, jenis perusahaan, beserta tahun perusahaan yang berbeda, hal ini yang menyebabkan perbedaan hasil dari setiap penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian (Rofiqkoh & Priyadi, 2016), (Nanda & Rismayani, 2019), (Bagaskara *et al.*, 2021) yang menyatakan dalam penelitiannya terdapat pengaruh ukuran perusahaan terkait pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Apabila ukuran perusahaan dikatakan besar maka hal tersebut juga sejajar dengan besarnya kewajiban mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaannya. Perusahaan besar sering melaporkan tanggung jawab sosial secara lebih mendalam daripada bisnis kecil. Berbeda dengan hasil penelitian (Pradnyani & Sisdyani, 2015) bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Akan tetapi, belum ada panduan spesifik tentang bagaimana cara dan apa saja macam informasi yang diungkapkan atau dicantumkan tentang kegiatan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dijalankan oleh perusahaan. Tingkat pengukuran dan cara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan masih belum diatur dan dimuat di dalam Undang-Undang, sehingga cara pengungkapan laporan pengungkapan tanggung jawab sosial diserahkan kepada regulasi perusahaan masing-masing. Hal inilah yang menimbulkan perbedaan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial disetiap perusahaan. Demikian pengungkapan tanggung jawab sosial mencerminkan bahwa perusahaan juga memiliki kewajiban moral untuk bertindak jujur, mematuhi peraturan hukum, menjaga keintegritasan perusahaan, dan tidak melakukan aksi Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme.

Profitabilitas merupakan salah satu indikator yang menunjukkan apakah bisnis tersebut memiliki prospek yang menjamin dimasa depan. Profitabilitas dapat menggambarkan kemampuan perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional dengan memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan beban yang ditanggung oleh perusahaan. Seiring dengan tingginya tingkat profitabilitas yang dimiliki oleh perusahaan, maka pengungkapan tanggung jawab sosialnya juga semakin besar (Machmuddah *et al.*, 2020).

Teori pemangku kepentingan menyatakan bahwa jika perusahaan memiliki hubungan yang baik dengan *stakeholder*, maka dikemudian hari perusahaan tidak akan menerima pengaduan masalah dengan masyarakat karena aktivitas operasional yang berdampak pada masyarakat. Dengan mengoptimalkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, *stakeholder* beranggapan bahwa perusahaan memperhatikan lingkungan dan memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik. Salah satu strategi yang digunakan

perusahaan untuk menjaga hubungan dengan pemangku kepentingannya adalah pengungkapan tanggung jawab sosial, lingkungan dan keuangan (Pratomo & Sudjono, 2021).

H<sub>1</sub>: Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

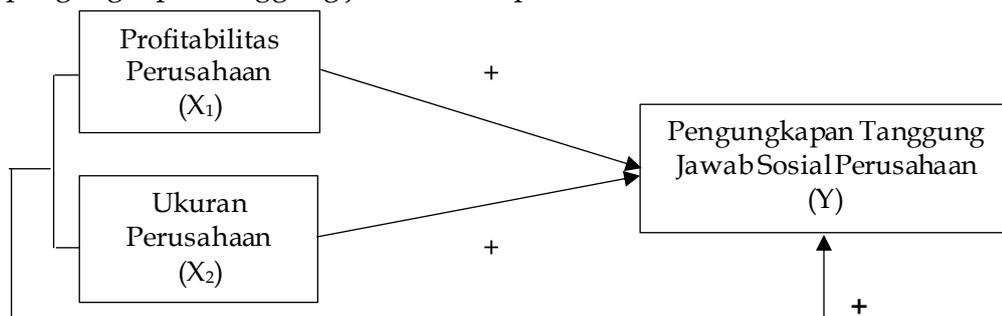
Ukuran perusahaan menggambarkan nilai dari reputasi dan dapat digunakan sebagai alat ukur evaluasi pertumbuhan perusahaan (Waluyo, 2017). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat meningkat seiring bertambahnya ukuran perusahaan (Činčalová & Hedija, 2020). Hal ini dikarenakan, perusahaan besar lebih mendapatkan perhatian oleh publik, sehingga mendapatkan tekanan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan besar cenderung memiliki kemauan untuk mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosialnya dibandingkan dengan perusahaan kecil (Hermawan & Mulyawan, 2014). Ukuran perusahaan terbukti menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi besarnya pengungkapan tanggung jawab sosial. Perusahaan yang lebih besar menerapkan konsep tanggung jawab sosial lebih besar dibandingkan perusahaan kecil (Činčalová & Hedija, 2020).

Perusahaan besar dapat melakukan lebih banyak aktivitas operasional karena memiliki jumlah asset yang lebih banyak dan memberikan dampak pada lingkungan dan masyarakat. Sehingga perusahaan harus memperhatikan kepentingan lingkungan dan masyarakat, hubungan antara perusahaan dan masyarakat dijelaskan dengan teori legitimasi. Untuk mendapatkan pengakuan dari publik, perusahaan harus mengungkapkan tanggung jawab sosialnya secara lebih luas. Hal ini sejalan dengan teori legitimasi (Khafid *et al.*, 2018).

H<sub>2</sub>: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Faktor yang dapat mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diantaranya profitabilitas dan ukuran perusahaan (Anto, 2021). Pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan merupakan salah satu cara untuk memberikan informasi dan akuntabilitas dari perusahaan kepada stakeholder. Hal ini juga merupakan upaya perusahaan untuk mendapatkan, mempertahankan dan mendapatkan legitimasi dari stakeholder (Saifi, 2020). Hasil penelitian yang sama juga ditunjukkan oleh (Ridha & Hapsari, 2015), (Barnas *et al.*, 2016).

H<sub>3</sub>: Profitabilitas dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Data Penelitian, 2022

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan yakni asosiatif hubungan kausal, dimana menurut (Sugiyono, 2017) asosiatif merupakan suatu masalah yang mempertanyakan bagaimana kausalitas antar variabel yang memiliki sifat sebab akibat. Subjek yang dibahas dalam penelitian ini adalah apakah ada hubungan antara profitabilitas dan ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur. Tujuan penelitian dengan pendekatan kuantitatif menurut (Cooper & Schindler, 2019) adalah untuk menggambarkan atau memprediksi, mengembangkan dan menguji teori. Menurut (Siregar, 2018) Tujuan pendekatan kuantitatif adalah untuk menguji ide, menetapkan fakta, menunjukkan hubungan dan efek, membuat perbandingan, memperkirakan serta mengantisipasi hasil. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode dokumentasi. Dokumentasi merupakan cara mencatat dan mengumpulkan data-data perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam kategori perusahaan manufaktur dalam kurun periode 2018-2020. Data ini didapatkan dari laporan tahunan perusahaan yang terdapat pada halaman web Burse Efek Indonesia (BEI) ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)).

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2020, dalam siaran pers yang dilakukan oleh Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, selama masa pandemi dan sebelum pandemi sektor industri manufaktur tetap masih menjadi penggerak dan penopang perekonomian nasional. Menurut data Kementerian Perindustrian Republik Indonesia ([kemenperin.go.id](http://kemenperin.go.id)) perusahaan manufaktur memiliki kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dengan berkontribusi 20% terhadap Produk Domestik Bruto, 30% pada sektor pajak, dan 74% terhadap kegiatan ekspor, hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan manufaktur memiliki kegiatan operasional yang besar, sehingga sektor manufaktur menjadi kontributor tertinggi dalam pendapatan nasional.

Tingginya kontribusi perusahaan manufaktur terhadap aspek ekonomi juga menyebabkan dampak terhadap sosial dan lingkungan, menurut data Kementerian Perindustrian Republik Indonesia penyerapan tenaga kerja industri manufaktur terus meningkat setiap tahunnya. Selain dampak ekonomi dan sosial yang diberikan oleh keberadaan industri manufaktur, menurut statistika Direktorat Jenderal Pengelolaan Sampah, Limbah, dan Bahan Beracun Berbahaya, perusahaan manufaktur menduduki posisi pertama industri yang menyumbang Limbah Bahan Beracun Berbahaya (B3) akibat dari proses operasi perusahaan.

Berdasarkan uraian faktor-faktor tersebut, sangat berhubungan dengan konsep kewajiban perusahaan untuk bertanggung jawab kepada pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Dimana perusahaan harus mengadopsi prinsip *Triple Bottom Line* (*people, planet, profit*), agar dapat dipercaya dan diandalkan sehingga membangun hubungan baik antara perusahaan, pelanggan, mitra bisnis, pemasok, karyawan, dan masyarakat. Tahun 2018-2020 merupakan era sebelum dan saat pandemi, menurut (Alam, 2021) selama masa pandemi, terjadi penurunan tingkat

profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Menurunnya tingkat profitabilitas menyebabkan investor mengurungkan minatnya untuk berinvestasi, yang berpengaruh terhadap ukuran perusahaan (Aghnitama *et al.*, 2021). Untuk menjaga kinerja keuangan agar tetap stabil, perusahaan perlu menunjukkan etika sosial dan pengungkapannya sebagai upaya untuk mempertahankan keberadaan investor (Rafika & Maharani, 2021).

Penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, dengan menghasilkan sample akhir sebanyak 62 perusahaan. Penelitian ini menggunakan tiga tahun periode perusahaan, sehingga jumlah akhir sampel penelitian ini sebanyak 186. Variabel independen (X) yang dipilih adalah profitabilitas perusahaan (X1) dan ukuran perusahaan (X2), sedangkan variabel dependennya (Y) yakni pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan diukur dengan item dari GRI G4 sejumlah 91 item dan memberikan skor 1 untuk ketersediaan item dan skor 0 untuk tidak ketersediaan item. CSRDI (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index*) adalah alat pengukuran untuk pengungkapan tanggung jawab sosial ini. Rumus dari CSRDI ini menurut (Suryaningsih & Ningsih, 2021) yaitu sebagai berikut.

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j} \dots\dots\dots(1)$$

CSRDI<sub>j</sub> = *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan

X<sub>ij</sub> = Dummy Variable; 1 jika item diungkapkan; 0 jika item tidak diungkapkan

n<sub>j</sub> = Jumlah kriteria pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) untuk perusahaan (91)

Profitabilitas diukur dengan menggunakan rasio *Return on Assets* (ROA).

Rumus untuk menghitung ROA menurut (Fitriano & Herfianti, 2021) sebagai berikut.

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}} \dots\dots\dots(2)$$

Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma natural (Ln) total asset, dengan rumus (Bagaskara *et al.*, 2021):

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln} (\text{Total Asset}) \dots\dots\dots(3)$$

Metode analisis data yang digunakan yaitu uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan dijelaskan hasil pengolahan data, dan akan diteliti pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial publik pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar BEI periode 2018-2020. Kriteria penentuan perusahaan disajikan pada Tabel 1.

Terdapat 179 populasi perusahaan manufaktur, kemudian disesuaikan dengan kriteria sampel yang direncanakan, maka ditentukan jumlah sampel penelitian sebanyak 62 perusahaan manufaktur untuk dianalisis dalam penelitian ini. Data tersebut mengalami penyebaran yang tidak normal dan terdapat *outlier* yang menyebabkan tidak terpenuhinya asumsi normalitas data pada penelitian ini, sehingga dilakukan pengeluaran beberapa sampel penelitian dan dilakukan uji kembali. Dari analisis *outlier* ditemukan data yang memiliki perbedaan

signifikan, dimana hal tersebut menyebabkan data terdistribusi dengan tidak normal, sehingga dilakukan *outlier* atau pengurangan data berjumlah 57 data. Sebelum mengalami *outlier*, jumlah yang diperoleh sebanyak 186 data. Hasil uji statistik deskriptif setelah data melalui proses *outlier* yang berjumlah 129 data disajikan pada Tabel 2.

**Tabel 1. Kriteria Penentuan dan Jumlah Sampel**

Kriteria	Jumlah
Perusahaan manufaktur <i>go public</i> yang menjadi populasi penelitian	179
Perusahaan manufaktur yang tidak <i>listing</i> pada BEI tahun 2018-2020	(21)
Perusahaan manufaktur yang merugi selama periode 2018-2020	(57)
Perusahaan manufaktur yang menggunakan mata uang asing	(19)
Data pada perusahaan manufaktur yang tidak sesuai dengan variabel penelitian	(20)
Jumlah Sampel	62

Sumber: Data Penelitian, 2022

**Tabel 2. Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif**

Variabel	Jumlah perusahaan	Nilai terendah	Nilai tertinggi	Rerata	SD
ROA (X1)	129	-0,01	0,29	0,0797	0,060
Ukuran perusahaan (X2)	129	25,95	33,49	28,767	1,662
CSR (Y)	129	0	0,22	0,083	0,047

Sumber: Data Penelitian, 2022

Data perusahaan yang diolah berjumlah 129 data perusahaan karena dilakukan proses data outlier. Sebelumnya sampel data berjumlah 186. Penjelasan variabel penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut: 1) Variabel profitabilitas yang diproksikan menggunakan rasio ROA (*Return on Asset*) memiliki nilai minimum (terendah) -0,01 (-1%) yang dimiliki oleh PT KMI Wire and Cable Tbk pada tahun 2020. Nilai maksimum (tertinggi) dari rasio profitabilitas sebesar 0,29 (29%) adalah milik PT Handjaya Mandala Sampoerna Tbk pada tahun 2018. Nilai rata-rata yaitu 0,797 dengan standar deviasi 0,06070. 2) Variabel ukuran perusahaan yang diukur menggunakan rumus logaritma natural dikali dengan total asset memiliki nilai terendah (minimum) 25.95 yang terletak pada perusahaan Pyridam Farma pada tahun 2018. Nilai tertinggi (maksimum) terletak pada PT Astra Internasional Tbk pada tahun 2019 sebesar 33,49. Besar nilai rata-rata yakni 28,7677 dengan standar deviasi sebesar 1,662.

Hasil dari analisis statistik deskriptif menjelaskan bahwa variabel pengungkapan tanggung jawab sosial memiliki nilai minimum (terkecil) sebesar 0 yang dimiliki oleh PT. Ekadharna International Tbk pada tahun 2020. Nilai maksimum (tertinggi) sebesar 0,22 yang dimiliki oleh PT. Selamat Sempurna Tbk pada tahun 2018. Nilai rata-rata 0,0833 dengan standar deviasi sebesar 0,04762.

Uji selanjutnya yakni uji normalitas. Uji normalitas dilakukan dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov**

Variabel	Asymp Sig.	SD	Uji statistik	Jumlah Perusahaan
	0,179	0,42	0,072	129

Sumber: Data Penelitian, 2022

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hasil akhir dari nilai *asympt. sig* 0,179, yang lebih besar dari tingkat signifikansi penelitian yaitu 0,05. Dikarenakan data penelitian terdistribusi secara teratur, dapat digunakan untuk mengevaluasi model regresi yang berbeda.

Uji selanjutnya yakni uji multikolinearitas yang menggunakan nilai *tolerance value* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Nilai toleransi	VIF
ROA (X1)	0,901	1,110
Ukuran Perusahaan (X2)	0,901	1,110

Sumber: Data Penelitian, 2022

Nilai toleransi kedua variabel bebas tersebut adalah 0,901, lebih dari 0,10. Kemudian nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) adalah 1,110 yang lebih kecil dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

Uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians residual dari satu penelitian ke penelitian berikutnya tidak sama. Adanya gejala heteroskedastisitas dapat ditentukan dengan menggunakan pengujian terhadap adanya gejala heteroskedastisitas yang dilakukan dengan uji *Rank Spearman*. Pengujian ini dilakukan dengan cara menghubungkan nilai variabel independen dengan nilai residual. Hasil pengujian asumsi heteroskedastisitas dilampirkan pada tabel 5. Diketahui bahwa nilai signifikansi lebih dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa non-heteroskedastisitas telah terpenuhi.

**Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Rank Spearman)**

Variabel	Sig
ROA (X1)	0,281
Ukuran perusahaan (X2)	0,540

Sumber: Data Penelitian, 2022

Autokorelasi memperlihatkan adanya kesalahan dalam periode waktu dengan kesalahan pada periode waktu sebelumnya dalam model regresi. Autokorelasi tidak ada dalam model regresi yang baik. Metode *Durbin Watson* (*DW-Test*) dapat dimanfaatkan untuk menguji autokorelasi. Hasil uji DW disajikan pada Tabel 6.

**Tabel 6. Hasil Nilai Durbin Watson**

Batas Bawah	Durbin-Watson	Batas Atas
-2	1,661	2

Sumber: Data Penelitian, 2022

Hasil uji Durbin Watson yang diperoleh adalah sebesar 1,661. Besarnya nilai Durbin Watson terletak diantara angka -2 dan +2, dimana Nilai Durbin Watson berada pada daerah yang tidak terdapat autokorelasi. Sebagai hasil dari penelitian ini, adalah layak untuk menyimpulkan bahwa model regresi menunjukkan tidak adanya autokorelasi atau asumsi model autokorelasi independen terpenuhi.

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2020 yaitu profitabilitas yang dihitung dengan menggunakan *Return rasio Aset (ROA)*, dan ukuran perusahaan, yang dihitung dengan menggunakan logaritma natural dari total aset perusahaan. Berikut ini adalah hasil analisis regresi linier berganda yang disajikan pada Tabel 7.

**Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel	Koefisien	t	Sig. t
Konstanta	-0,228		
ROA (X <sub>1</sub> )	0,170	2,625	0,010
Ukuran Perusahaan (X <sub>2</sub> )	0,010	4,384	0,000

*Dependent Variable: CSR (Y)*

Sumber: Data Penelitian, 2022

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, maka diperoleh model persamaan regresi linier berganda berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon \dots\dots\dots (4)$$

$$CSR = -0,228 + 0,170 ROA(X_1) + 0,010 Ukuran Perusahaan(X_2) + \varepsilon$$

Ringkasan hasil analisis regresi dan persamaan model regresi linier berganda diuraikan sebagai berikut: 1) Nilai konstanta  $\alpha$  adalah sebesar -0,228 artinya jika semua variabel bebas (Profitabilitas (ROA), dan ukuran perusahaan) sama dengan 0 maka nilai prediksi CSR (Y) akan sebesar -0,228. 2) Nilai koefisien regresi variabel profitabilitas yang diukur dengan rasio ROA adalah 0,170, yaitu dengan asumsi variabel independen lainnya tidak berubah atau konstan. Tanda positif menunjukkan bahwa terdapat hubungan satu arah antara ROA (X<sub>1</sub>) dan CSR (Y), dan perusahaan akan meningkat sebesar 0,170. 3) Nilai koefisien regresi variabel ukuran perusahaan (X<sub>2</sub>) sebesar 0,010 yang artinya apabila ukuran perusahaan (X<sub>2</sub>) berubah satu satuan, dengan asumsi variabel bebas lainnya tidak berubah maka tingkat CSR (Y) perusahaan akan berubah sebesar 0,010 atau tetap tidak berubah. Tanda positif menunjukkan bahwa terdapat hubungan satu arah antara ukuran perusahaan (X<sub>2</sub>) dengan CSR perusahaan (Y), yang berarti semakin besar ukuran perusahaan (X<sub>2</sub>) maka tingkat CSR (Y) perusahaan akan meningkat sebesar 0,010.

Uji selanjutnya yakni koefisien korelasi (R). Tabel hasil uji korelasi dan koefisien determinasi disajikan pada Tabel 8.

**Tabel 8. Nilai Korelasi (R) dan Nilai Koefisien Determinasi (R Square)**

Model	R	R Square
1	0,477	0,277

Sumber: Data Penelitian, 2022

Hasil analisis regresi diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,477 yang memperlihatkan adanya hubungan antara variabel X<sub>1</sub> rentang waktu 2018-2020 dengan profitabilitas perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Tabel 8 menunjukkan bahwa nilai Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,277 yang memiliki arti bahwa persentase pengaruh dari variabel X<sub>1</sub> Profitabilitas (ROA), X<sub>2</sub> Ukuran Perusahaan terhadap CSR (Y) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2020 adalah sebesar 27,7% dan sisanya 72,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak ada di dalam penelitian.

Untuk menilai apakah variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara simultan, digunakan uji F. Hasil uji F disajikan pada Tabel 9.

**Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan**

Model	F <sub>hitung</sub>	Sig.
Regresi	18,507	0,000

Sumber: Data Penelitian, 2022

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai F<sub>hitung</sub> sebesar 18,507 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai F<sub>hitung</sub> 18.507 lebih besar dari F<sub>tabel</sub> 2,126 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1 Profitabilitas (ROA), X2 ukuran perusahaan berpengaruh pada besarnya perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2018-2020 memiliki dampak yang signifikan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan (Zulhaimi & Nuraprianti, 2019) yang mana menyatakan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris secara simultan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*. (Rofiqkoh & Priyadi, 2016) menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Sama dengan hasil penelitian dari (Dwiariani *et al.*, 2016), (Sitorus, 2021), (Kurniawati, 2013), (Indriyani & Yulianthari, 2020) menyatakan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan dan variabel yang lain dalam penelitian secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

Uji t memiliki tujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara individual (parsial) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Hasil dari perhitungan Uji Hipotesis secara Parsial disajikan pada Tabel 10.

**Tabel 10. Hipotesis Secara Parsial (Uji t)**

Variabel	t <sub>hitung</sub>	Sig.
ROA (X1)	2,625	0,010
Ukuran perusahaan (X2)	4,384	0,000

Sumber: Data Penelitian, 2022

Berdasarkan hasil uji t, besar t<sub>hitung</sub> untuk variabel X<sub>1</sub> Profitabilitas yang dihitung menggunakan rasio ROA sebesar 2,625 dengan nilai signifikansi 0,010. Dari hasil tersebut diketahui nilai t<sub>hitung</sub> 2,625 lebih besar dari t<sub>tabel</sub> 1,960 dan nilai signifikansi (p-value) variabel profitabilitas (ROA) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sehingga hipotesis penelitian yang menyatakan profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat diterima. Berdasarkan hasil uji-t diperoleh nilai t<sub>hitung</sub> variabel X<sub>2</sub> Ukuran Perusahaan sebesar 4,384 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti bahwa t<sub>hitung</sub> lebih besar dari t<sub>tabel</sub> 1,960, dan nilai signifikansi (p-value) untuk variabel ukuran perusahaan adalah 0,000 yaitu kurang dari tingkat signifikansi. = 0,05. Artinya, variabel X<sub>2</sub> ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sehingga hipotesis penelitian yang menyatakan ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial

perusahaan (CSR) pada perusahaan manufaktur yang *listing* di BEI Indonesia dapat diterima.

Berdasarkan hasil uji *t* (parsial), dapat diketahui bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, artinya meningkatnya profitabilitas perusahaan maka, berdampak pada besarnya tanggung jawab yang harus diungkapkan oleh perusahaan. Hal tersebut menunjukkan  $H_1$  dapat diterima, yaitu profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Tingkat profitabilitas yang tinggi pada suatu perusahaan dapat lebih bebas dalam memilih bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial mana yang akan dilaksanakan.

Berdasarkan teori *stakeholder*, pengungkapan tanggung jawab sosial bertujuan untuk menyelaraskan permasalahan antar pemangku kepentingan (Agung, 2014). Dengan diungkapkannya tanggung jawab sosial perusahaan, pemangku kepentingan dapat menilai dan mengetahui seberapa berperannya perusahaan. Perusahaan dapat menyesuaikan seberapa banyak tanggung jawab sosial yang bisa diungkapkan sesuai dengan kebutuhan pemangku kepentingan baik yang bersifat wajib maupun sukarela. Apabila nilai ROA tinggi berarti perusahaan dapat mengalami kinerja yang baik (Priatna, 2016). Dengan mengungkap tanggung jawab sosial perusahaan, diharapkan menjadi perantara komunikasi yang baik antara pihak perusahaan dan pemegang kepentingan.

Korelasi antara profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab juga mendukung teori legitimasi (Putri *et al.*, 2020), melalui tingginya tingkat profitabilitas, perusahaan mendapatkan kesempatan dalam membentuk hubungan kontrak sosial dengan masyarakat maupun pemangku kepentingan, dengan cara melakukan dan melaporkan aktivitas tanggung jawab sosial sebagai cara membuat keseimbangan tentang manajemen suatu perusahaan dengan etika bersosial. Hal ini dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk mendapatkan legitimasi atau pengakuan dari masyarakat sebagai usaha untuk meraih kepercayaan masyarakat yang berpengaruh terhadap keberlangsungan hidup perusahaan. Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil penelitian (R. W. Putri, 2012), (Wahyuningsih & Mahdar, 2018), (Putra *et al.*, 2018), (Dwiariyani *et al.*, 2016) dan (Mahalistianingsih & Yuliandhari, 2021).

Berdasarkan hasil uji *t* (parsial), dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima yakni ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, yang memiliki arti apabila perusahaan yang besar itu memiliki pengungkapan tanggung jawab sosial yang besar juga (Septiani & Mutmainah, 2013). Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh kepada kegiatan dan pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan yang besar memiliki sumber daya keuangan yang sesuai dalam melakukan kegiatan dan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Perusahaan *go public* dan yang sudah *listing* pada BEI dikelompokkan pada perusahaan yang cenderung besar serta berpengaruh lebih besar terkait keadaan sosial dan lingkungan. Menurut (Yurdila *et al.*, 2019) perusahaan *go public* merupakan perusahaan yang banyak mendapatkan perhatian publik, yang dimana perusahaan besar tidak luput dari desakan publik atas kegiatan pengoperasian serta visibilitas yang tinggi, sehingga perusahaan besar dianggap lebih tanggap di

dalam melaksanakan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial sebagai bentuk komitmen dan pertanggung jawaban atas aktivitas operasional perusahaan.

Menurut teori legitimasi, perusahaan besar terlibat dalam lebih banyak kegiatan operasional (Wardhani & Muid, 2017), oleh karena itu penerapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan berupaya untuk mengurangi tekanan pemangku kepentingan. Berdasarkan teori *stakeholder*, perusahaan fokus ke bagaimana cara menjalin dan mengelola hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan. Perusahaan-perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini sangat memperhatikan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai bentuk kepedulian, peningkatan citra perusahaan, nilai perusahaan, dan kestabilan harga saham perusahaan di pasar modal. Para pemegang saham pada perusahaan besar lebih banyak, sehingga mereka memerlukan data keuangan yang lengkap. Hasil penelitian juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yakni (Sitorus, 2021), (Tampubolon & Siregar, 2019), (Wahyuningsih & Mahdar, 2018) (Putra *et al.*, 2018).

Berdasarkan hasil uji *f* (simultan), menunjukkan variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sejalan dengan hasil penelitian (Syahierah & Larasati, 2019)

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut: Profitabilitas dan ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Profitabilitas dan ukuran perusahaan keduanya berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan secara simultan.

Keterbatasan penelitian ialah; jumlah sampel yang digunakan sebanyak 62 perusahaan dengan periode penelitian 2018-2020; rendahnya nilai adjusted  $R^2$  dalam hasil penelitian ini menandakan bahwa ada pengaruh yang berasal dari variabel lain terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Variabel lain tersebut tidak diteliti lebih lanjut; penggunaan standar GRI G-4 sebagai indeks pengukuran pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan terdapatnya keterbatasan penelitian ini, saran-saran berikut dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya yakni; diharapkan untuk menggunakan periode penelitian yang lebih lama dan memperbanyak sampel penelitian sehingga dapat merepresentasikan kondisi yang sebenarnya; meneliti variabel bebas yang lain yang memiliki kemungkinan juga berdampak pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan; serta penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan standar indeks GRI sesuai dengan tahun sampel penelitian dan memperhatikan tahun indeks GRI yang berlaku sesuai dengan periode penelitian.

## REFERENSI

- Aghnitama, R. D., Aufa, A. R., & Hersugondono. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pada Indeks Investor33 di BEI. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen (JAM)*, 18(2), 1-11.
- Agung, E. W. (2014). Keterkaitan Corporate Governance Dengan Corporate Social

- Responsibility. *Maksimum*, 2(1), 73.  
<https://doi.org/10.26714/mki.2.1.2011.73-82>
- Alam, A. (2021). *Dampak COVID-19 terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Anto, L. O. (2021). Profitability, Firm Size, Corporate Social Responsibility Disclosure, and Firm Value. *Archives of Business Research*, 9(9), 76–96.  
<https://doi.org/10.14738/abr.99.10902>
- Bagaskara, R. S., Titisari, K. H., & Dewi, R. R. (2021). Pengaruh profitabilitas , leverage , ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan The effect of profitability , leverage , firm size and managerial ownership on firm value. *Forum Ekonomi*, 23(1), 29–38.
- Barnas, A. N., Hapsari, D. W., & Yudowati, S. P. (2016). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2014). *E-Proceeding Of Management*, 3(2), 1566–1571.
- Činčalová, S., & Hedija, V. (2020). Firm characteristics and corporate social responsibility: The case of Czech transportation and storage industry. *Sustainability (Switzerland)*, 12(5), 1–15. <https://doi.org/10.3390/su12051992>
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2019). *Metode Penelitian Bisnis* (12th ed.). Salemba Empat.
- Damayanti, N., Arief, M., & Rachmawati, S. (2018). Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Sido Muncul Tbk. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(2), 277–288.
- Dwiariani, S., Suzan, L., & Zutilisna, D. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Studi Pada Perusahaan BUMN Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015). *Kajian Akuntansi*, 17(2), 85–94.
- Fitriano, Y., & Herfianti, M. (2021). Analisis Pengaruh Return On Asset (ROA), Return On Equity (ROE), dan Net Profit Margin (NPM) Terhadap Harga Saham (Studi Pada Perusahaan Perbankan Yang Listed Di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018). *JEKOMBIS REVIEW: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 193–205.
- Hermawan, M. S., & Mulyawan, S. G. (2014). Profitability and Corporate Social Responsibility: An Analysis of Indonesia's Listed Company. *Asia Pacific Journal of Accounting and Finance*, 3(1), 15–31.
- Indriyani, A. D., & Yuliandhari, W. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Indeks LQ 45 Non-Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018). *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 1559–1568.
- Khafid, M., Baroroh, N., & Firmansyah, M. (2018). The Role of Corporate Governance in Moderating the Influence of Company Growth and Size on Corporate Social Responsibility Disclosure. *KnE Social Sciences*, 3(10), 27.  
<https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3116>
- Kurniawati, F. A. (2013). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pertambangan*

- Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2009-2011*. 132.
- Machmuddah, Z., Sari, D. W., & Utomo, S. D. (2020). Corporate social responsibility, profitability and firm value: Evidence from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 631-638. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO9.631>
- Mahalistianingsih, I., & Yuliandhari, W. S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Agresivitas Pajak dan Slack Resources Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i3.893>
- Marnelly, T. R. (2012). Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(1), 49-59.
- Muliyani, T. (2018). Pengaruh Profitabilitas Leverage, Profil Perusahaan Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Csr. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 7(9), 1-21.
- Nanda, U. L., & Rismayani, G. (2019). Pengaruh Gender Diversity, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Ukuran Kap Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Riset Keuangan Dan Akuntansi*, 5(1), 66-74. <https://doi.org/10.25134/jrka.v5i1.1882>
- Nugraha, N. B., & Meiranto, W. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Capital Intensity terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012-2013). *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(4), 564-577.
- Nurhidayat, E., Junaid, A., & Kamase, J. (2020). Penerapan Akuntansi Lingkungan Berdasarkan Triple Bottom Line pada RSUD H. M. Djafar Harun Kabupaten Kolaka Utara. *Invoice: Jurnal Ilmu Akuntansi*, 2(2), 38-80. [http://repository.uin-suska.ac.id/10219/1/2012\\_2012335AKN.pdf](http://repository.uin-suska.ac.id/10219/1/2012_2012335AKN.pdf)
- Oktina, D. A., Sari, E. S., Sunardi, I. A., Hanifah, L. N., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Penerapan Strategi Csr (Corporate Social Responsibility) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada Pt. Pertamina (Persero) Tahun 2018. *Competence: Journal of Management Studies*, 14(2), 184-202. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v14i2.8962>
- Pradnyani, I. G. A. A., & Sisdyani, E. A. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Dewan Komisaris pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 11(2), 384-397.
- Pratomo, A. D., & Sudjono. (2021). The Influence of Profitability, Corporate Social Responsibility and Firm Size on Firm value (Studies on Issuers in the Automotive Sub-Sector and Components in 2014 - 2018). *International Journal of Research Publications*, 73(1), 69-78. <https://doi.org/10.47119/ijrp100731320201806>
- Priatna, H. (2016). Pengukuran Kinerja Perusahaan dengan Rasio Profitabilitas. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 7(2), 44-53. <http://ejournal.unibba.ac.id/index.php/AKURAT>
- Putra, H. K., Kamilah, K., & Indrawati, N. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Likuiditas, Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Food And Beverages Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014 S.D 2018.

- Jurnal Akuntansi*, 9(1), 61–72.
- Putri, K. A., Aditya, E. M., & Nurdhiana. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014 - 2017. *Jurnal Ilmiah Aset*, 21(2), 107–114. <https://doi.org/10.37470/1.21.2.151>
- Putri, R. W. (2012). Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada Tahun 2010-2012. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 2(2), 1–26.
- Rafika, & Maharani, Y. (2021). Analisis CSR Dan Hubungannya Dengan Profitabilitas Masa Covid-19 Pada Perusahaan Konsumsi. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 7(1), 67–76. <https://doi.org/10.36908/isbank.v7i1.269>
- Ridha, F., & Hapsari, D. W. (2015). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Listing di BEI Tahun 2010-2013). *E-Proceeding of Management*, 2, 3409.
- Rofiqkoh, E., & Priyadi, M. P. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi ISSN: 2460-0585*, 5(10), 1–18. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/2406>
- Saifi, M. (2020). Corporate Social Responsibility Manufacturing Company in Indonesia. *Journal of Applied Management (JAM)*, 18(2), 383–390. <https://www.sfconsulting.com.my/manufacturing-company-in-malaysia/>
- Septiani, M., & Mutmainah, S. (2013). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Csr Disclosure Dan Implikasinya Terhadap Earing Per Share. *Diponegoro Journal of Accounting*, 2(2), 809–819.
- Siregar, S. (2018). Statistika Deskriptif untuk Penelitian. In *PT. RajaGrafindo Persada*.
- Sitorus, L. C. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Saham Publik dan Pengungkapan Media terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. ALFABETA.
- Sunaryo, B. A., & Mahfud, M. K. (2016). Pengaruh Size, Profitabilitas, Leverage dan Umur Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI TAHUN 2010-2013). *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Suryaningsih, M., & Ningsih, M. (2021). Determinan Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR) pada Perusahaan Pertambangan Periode 2014-2018. *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 116–131.
- Syahierah, R., & Larasati, A. (2019). Does company size and profitability affect corporate social responsibility disclosure? *Asian Journal of Islamic Management*

- (AJIM), 1(1), 38–50. <https://doi.org/10.20885/ajim.vol1.iss1.art4>
- Tampubolon, E. G., & Siregar, D. A. (2019). Pengaruh Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Maneksi*, 8(2), 223–229.
- Wahyuningsih, A., & Mahdar, N. M. (2018). Pengaruh Size, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Csr Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 5(1), 27–36.
- Waluyo. (2017). Firm size, firm age, and firm growth on corporate social responsibility in Indonesia: The case of real estate companies. *European Research Studies Journal*, 20(4), 360–369. <https://doi.org/10.35808/ersj/840>
- Wardhani, R. A., & Muid, D. (2017). Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2015). *Diponegoro Journal of Accounting*, 06(03), 1–10.
- Yurdila, M., Mukhzarudfa, & Wiralestari. (2019). The Effect of Profitability, Firm Size, Board of Commissioners, Leverage and Media Exposure toward Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR) on the Listing and Go Public Companies in Indonesian Stock Exchange (IDX). *Journal Online Universitas Jambi*, 5(293), 11–25.
- Zulhaimi, H., & Nuraprianti, N. R. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Dewan Komisaris, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(3), 555–566. <https://doi.org/10.17509/jrak.v7i3.17729>