

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS,
DAN *LEVERAGE* TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR SELAMA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI:

Oleh:

Almas Febriana Syafitri

NIM: G72218027



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI AKUNTANSI
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Almas Febriana Syafitri

NIM : G72218027

Fakultas / prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam / Akuntansi

Judul skripsi : Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage*
Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
(CSR) pada Perusahaan Manufaktur Selama Pandemi
Covid-19

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 24 Januari 2022

Saya yang menyatakan

Alma. 

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Almas Febriana Syafitri NIM. G72218027 telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 24 Januari 2022

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of several vertical and horizontal strokes, representing the name Ajeng Tita Nawangsari.

Ajeng Tita Nawangsari, S.E., M.A., Ak

NIP. 198708282019032013

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Almas Febriana Syafitri NIM. G72218027 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqosah Skripsi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Kamis, 3 Februari 2022 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu bidang Akuntansi.

Majelis Munaqosah Skripsi:

Penguji I



Ajeng Tita Nawangsari, S.E., M.A., Ak
NIP. 198708282019032013

Penguji II



Binti Shofiatul Jannah, SE., M.S.A. CSRS., CSRA
NIP. 199007292019032022

Penguji III



Mochammad Ilyas Junjuran, SE., MA
NIP. 199303302019031009

Penguji IV



Dwi Koerniawati, S.E., M.A., AK., CA
NIP. 198507122019032010

Surabaya, 23 Maret 2022

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Ampel Surabaya

Dekan,



Dr. H. Ali Arifin
NIP. 196212141993031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300

E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Almas Fenriana Syafitri
NIM : G72218027
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Akuntansi
E-mail address : almasfebriana@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social

Responsibility (CSR) pada Perusahaan Manufaktur Selama Pandemi Covid-19

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 05 Mei 2022

Penulis

(Almas Fenriana Syafitri)

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara parsial dan simultan variabel ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas (*return on asset*), dan *leverage* (*debt to equity ratio*) terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data penelitian merupakan data sekunder, yaitu laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan yang diterbitkan di bursa efek Indonesia (BEI) maupun di *website* resmi perusahaan. Sampel penelitian ditentukan dengan metode *purposive sampling* dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti sehingga diperoleh sampel sejumlah 115 dari 192 perusahaan manufaktur pada periode pengamatan 2020.

Dalam menguji hipotesis penelitian, peneliti menggunakan software *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) dalam mengolah data. Hasil regresi linear berganda menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan, sedangkan variabel profitabilitas (*return on asset*), dan *leverage* (*debt to equity ratio*) tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Sehingga pengaruh simultan dari variabel ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas (*return on asset*), dan *leverage* (*debt to equity ratio*) berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

Peneliti memberikan saran kepada penelitian di masa yang akan datang untuk menambahkan variabel independen yang terkait dengan pengungkapan CSR perusahaan, meningkatkan jumlah sampel untuk memprediksi variabel yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR, menggunakan periode pengamatan yang lebih lama sehingga akan memberi peluang yang besar dalam mendapatkan kondisi yang terjadi. Bagi pemerintah harus lebih terlibat dalam pengawasan CSR perusahaan-perusahaan di Indonesia, agar praktik serta pengungkapan CSR di Indonesia meningkat.

Kata Kunci: ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan pengungkapan CSR.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN.....	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Batasan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Lingkup Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1 Kajian Teoritis	13
2.2 Penelitian terdahulu	22
2.3 Pengembangan Hipotesis	39
2.4 Kerangka Konseptual.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Pendekatan Penelitian	46
3.2 Lokasi Penelitian.....	46
3.3 Definisi Operasional	46
3.4 Populasi dan Sampel.....	48

3.5 Jenis dan Sumber Data.....	49
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.7 Teknik Analisis Data.....	50
3.8 Pengujian Hipotesis	52
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	55
4.1 Gambaran Obyek Penelitian	55
4.2 Analisis Data	56
BAB V PEMBAHASAN	66
BAB VI PENUTUP	75
6.1 Kesimpulan	75
6.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	84

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Lingkup Penelitian.....	12
Tabel 4.1 Jumlah sampel penelitian.....	55
Tabel 4.2 Deskriptif variabel penelitian.....	56
Tabel 4.3 Uji Normalitas.....	58
Tabel 4.4 Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.5 Regresi Linear Berganda.....	61
Tabel 4.6 Uji Koefisien Determinasi	62
Tabel 4.7 Uji t	63
Tabel 4.8 Uji f.....	65

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Grafik Scatterplot	60
-----------------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Wabah virus corona mengejutkan dunia, menyebar seperti api dan menyebabkan penyakit fatal bagi banyak orang. Pandemi yang sedang berlangsung dan implikasinya telah menyebabkan gangguan sosial ekonomi global yang parah, menghentikan sebagian besar kegiatan rutin. Mengatasi pandemi dan konsekuensinya yang mengerikan diperlukan untuk menyatukan semua sumber daya dan menyatukan upaya oleh individu, organisasi, dan pemerintah. Berbagai upaya telah dilakukan dunia usaha untuk mendukung penanganan pandemi ini dengan berbagai cara yang sejalan dengan konsep tanggung jawab sosial perusahaan (Marom & Lussier, 2020).

Komite tanggung jawab sosial Perusahaan merumuskan dan menyarankan kebijakan tanggung jawab sosial perusahaan di mana kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan dijelaskan. Selama masa kritis, seperti pandemi Covid-19 yang sedang berlangsung yang dipenuhi dengan ketakutan dan ketidakpastian, orang-orang di seluruh dunia bertekad untuk bekerja sama dan saling mendukung dengan segala cara yang memungkinkan. Konsekuensi dari kehilangan pekerjaan dan kesulitan berikutnya adalah tantangan besar, tetapi karyawan mungkin dapat mengatasinya dengan dukungan perusahaan dan upaya filantropi rekan kerja. Di masa kritis seperti pandemi Covid-19, pengusaha dan

karyawan perlu membangun hubungan yang lebih kuat. daripada sebelumnya. Perusahaan harus mengadopsi kebijakan yang melindungi karyawan agar operasi tetap berjalan lancar (Panda & Kumar, 2021).

Pertumbuhan ekonomi pada triwulan 1 2019 terhambat oleh terhentinya konsumsi masyarakat akibat pandemi Covid-19, dengan kelas menengah ke atas menahan konsumsi di awal tahun. Alhasil, ekonomi Indonesia hanya tumbuh 5,07% pada kuartal pertama dibandingkan periode yang sama tahun lalu (Rafika & Maharini, 2021). Ini merupakan ukuran tingkat kualitas perusahaan dengan melihat kinerja keuangan instansi tersebut. Oleh karena itu, di masa pandemi Covid-19, kinerja keuangan juga akan mengalami perubahan, baik meningkat maupun menurun (Masruhah, Amin, & Junaidi, 2021).

Di tengah bencana pandemi dan krisis ekonomi, cara perusahaan membantu masyarakat melalui kegiatan filantropi telah menarik perhatian banyak orang, seperti peneliti dan manajer. Gao (2011) melaporkan bahwa filantropi perusahaan, umum di Amerika Serikat selama lebih dari 50 tahun, adalah bentuk tertua dari pencapaian sosial organisasi, dan perusahaan melihatnya sebagai ekspresi tanggung jawab dan kesadaran sosial mereka. Muller dkk. (2014) melaporkan bahwa banyak perusahaan yang peduli dengan berbagai masalah sosial, mulai dari menyumbangkan obat-obatan untuk memerangi HIV/AIDS dan kasus kebutaan di Afrika (Noviarty & Edryani, 2021).

Entitas serta masyarakat merupakan mitra hidup yang saling peduli dan membutuhkan, sehingga keberhasilan pembangunan bangsa ditentukan oleh keduanya. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi yang didasarkan pada karakteristik sosial perusahaan. Perusahaan semakin memahami bahwa keberadaan mereka terkait erat dengan masyarakat dan lingkungan di mana perusahaan beroperasi untuk menjustifikasi bisnis mereka (Titisari, Suwardi, & Setiawan, 2010).

Selain itu teori *stakeholder* menyatakan bahwa dengan mengatur perusahaan terutama dengan menjaga hubungan baik dengan stakeholder akan berdampak baik terhadap nilai perusahaan. Perusahaan harus berusaha untuk meningkatkan kualitas produk dan layanannya untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan. Perusahaan mengikuti semua hukum dan peraturan negara bagian untuk mendapatkan legitimasi resmi. Perusahaan sekarang terlibat dalam inisiatif tanggung jawab sosial untuk mendapatkan kredibilitas publik.

Banyak perusahaan di Indonesia yang turun tangan untuk mengatasi dampak Covid -19. Upaya dapat dilakukan dalam bentuk donasi, pengadaan fasilitas dan penciptaan lapangan kerja. Sedangkan untuk pandemi Covid -19, pelibatan perusahaan yang *go public* di masa pandemi dilakukan dalam bentuk donasi berupa uang, peralatan dan perbekalan kesehatan, serta akses internet gratis. Keterlibatan mereka diakui sebagai bentuk Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas disebutkan bahwa perseroan terbatas yang menjalankan usaha

di dan/atau mengelola sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Noviarty & Edryani, 2021).

Pemerintah, perusahaan, universitas, kelompok kepentingan dan masyarakat luas tertarik dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berbagai kajian tentang CSR berkembang pesat, demikian pula beberapa peristiwa yang diakibatkan oleh kegagalan perusahaan memberikan dampak positif bagi lingkungan. Menurut teori legitimasi, entitas adalah unit sosial di dalam dan dari dirinya sendiri. Sebagai respon, salah satu langkah untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat sekitar adalah dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan praktik lingkungan (Asmeri, Alvionita, & Gunardi, 2017).

Investor biasanya meninjau ukuran perusahaan dan mengevaluasi kinerja keuangannya berdasarkan informasi keberlanjutan yang diterbitkan organisasi. Ukuran suatu perusahaan membentuk variabel perkiraan yang seringkali digunakan dalam mengungkapkan varians pengungkapan sosial pada laporan tahunan. Permintaan publik akan informasi lebih besar untuk perusahaan besar daripada perusahaan kecil. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan (*profit*) dan *leverage* juga dapat digunakan untuk menilai kinerja keuangan perusahaan. Metrik profitabilitas menunjukkan seberapa menguntungkan suatu perusahaan. Laba (*profit*) yang diperoleh perusahaan kemudian dibagikan kepada para *shareholders* setelah dikurangi dengan biaya bunga serta biaya pajak (Wahyuningsih & Mahdar, 2018).

Perusahaan harus menyerahkan laporan keberlanjutan yang memenuhi persyaratan pelaporan standar. Standar GRI yang dikembangkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) merupakan pedoman pelaporan keberlanjutan yang menjadi acuan umum bagi banyak perusahaan di Indonesia. Karena telah dipublikasikan di seluruh dunia dan didukung oleh struktur pelaporan yang mencerminkan kepentingan berbagai pihak, GRI dianggap sebagai salah satu pedoman yang paling lengkap dan terpercaya.

Munculnya virus Covid-19, di sisi lain, telah menciptakan skenario di mana tidak ada yang bisa memprediksi secara operasional konsekuensinya, termasuk aktivitas perusahaan. Banyak sektor yang kini lumpuh dan rusak akibat wabah Covid-19 di Indonesia, salah satunya adalah sektor ekonomi. Secara umum, pandemi Covid-19 lebih dari sekadar masalah kesehatan masyarakat. Ketakutan yang disebabkan oleh pandemi telah menyebabkan berbagai masalah ekonomi, politik dan sosial di seluruh dunia. Pandemi Covid-19 berdampak pada beberapa aspek kehumasan di Indonesia. Dampak dari pandemi mempunyai tekanan dan efek yang luas pada sektor ekonomi dan sosial di seluruh wilayah (Hendrayani & Uljanatunnisa, 2021).

Dalam situasi seperti itu, laporan tanggung jawab sosial perusahaan untuk menghadapi masalah dan hambatan baru, banyak kegiatan akibat pandemi Covid-19 di tahun 2020 membutuhkan waktu lama untuk dilakukan. Sejak pandemi Covid-19, perusahaan harus memikirkan kembali tujuan CSR mereka,

karena ketika mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dalam situasi seperti itu, banyak aspek tak terduga mengalir ke dalam perhitungan perusahaan.

Kegiatan CSR yang dilakukan di masa pandemi Covid-19 akan membangun hubungan yang lebih erat antara perusahaan, pelanggan, dan masyarakat umum sehubungan dengan upaya bersama memerangi virus. Oleh karena itu, pandemi Covid-19 bisa menjadi peluang bagi perusahaan untuk terlibat aktif dalam strategi dan agenda CSR. Per 16 April 2020, Kementerian Tenaga Kerja menunjukkan 229.789 orang terkena dampak Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) di sektor formal. Di masa pandemi Covid-19, beberapa perusahaan turut serta membantu pemerintah meringankan beban masyarakat, antara lain dengan memberikan bantuan sembako, hand sanitizer, alat pelindung diri (APD) dan aksesoris terkait, perawatan rumah tangga, memberikan pendidikan kepada masyarakat, mengembangkan laboratorium PCR di institusi pendidikan tinggi, dan banyak lagi.

Dalam perkembangan praktik akuntansi keuangan di Indonesia, tanggung jawab lingkungan diatur oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) dalam PSAK 01 (revisi 2014) pasal 14. Dalam praktiknya, perusahaan dapat menerbitkan laporan tentang lingkungan dan properti integrasi. Bentuk lain dari tanggung jawab sosial adalah ekspresi tanggung jawab perusahaan (CSR) perusahaan. Tanggung jawab sosial (CSR) adalah tanggung jawab pribadi atau profesional kepada masyarakat dan pemerintah karena ekspansi bisnisnya dapat mempengaruhi keadilan sosial dan mata pencaharian masyarakat di mana mereka beroperasi.

Penelitian yang meneliti tentang faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR di Indonesia telah menghasilkan beberapa temuan menarik yang perlu dikaji lebih lanjut. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fajrul Novrizal & Meutia Fitri, (2016), Aprilia Rindyawati & Johan Arifin (2019) Decky & Tita (2014), dan Aditya & Novrys (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kekeluasan pengungkapan CSR. Namun hasil yang berbeda ditunjukkan pada penelitian Anggraini (2006) dan Yuliana (2008), memperlihatkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh dalam pengungkapan CSR perusahaan.

Pengaruh variabel profitabilitas (*return on asset*) ekonomi pada pengungkapan CSR perusahaan juga menyebabkan hasil penelitian yang berbeda. Studi yang dilakukan oleh Putu & Supartha (2015), Yessica Anjar Sari & Maswar Patuh Priyadi (2020), dan Lela Nurlaela Wati (2018). menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fajrul Novrizal & Meutia Fitri, (2016) dan Decky & Tita (2014), memperoleh bukti lain yang membuktikan jika profitabilitas tidak berpengaruh dalam pengungkapan CSR perusahaan.

Hasil yang bertentangan juga dapat dijumpai pada variabel *leverage (debt to equity ratio)* dan pengungkapan sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Cormier dan Magnan (1999) menghasilkan kaitan negatif signifikan antara kedua variabel tersebut. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Ni Kadek & I Gusti Ayu

(2016), dan Ike Putri Wandriani (2017) tidak terdapat bukti adanya pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR.

Banyak perusahaan yang mengkhawatirkan kinerja keuangannya yang melambat pada tahun 2020 akibat dari pandemi Covid-19. Total aset yang dimiliki perusahaan akan menurun signifikan dari tahun sebelumnya, yang mengartikan bahwa ukuran perusahaan akan mengalami penurunan pada saat pandemi Covid-19. Dari sisi profitabilitas, keuntungan bersih perusahaan akan mengalami penurunan yang signifikan bila dibandingkan pada tahun sebelumnya pada saat tidak terjadinya pandemi Covid-19. Hal ini mengakibatkan rasio profitabilitas perusahaan akan menurun. Jika dilihat dari *leverage* perusahaan, dimana terjadi penambahan aset yang berasal dari biaya utang perusahaan, mengakibatkan bertambahnya aset namun dari utang perusahaan, dikhawatirkan perusahaan akan mengalami penurunan perusahaan dalam membayar utang. Karena pendapatan perusahaan yang didapatkan dari hasil penjualan pada saat pandemi Covid-19 menurun diakibatkan menurunnya daya beli masyarakat.

Namun, apabila melihat perbandingan kinerja keuangan perusahaan manufaktur dari laporan keuangan perusahaan pada tahun 2019 pada saat belum terjadi pandemi Covid-19 dan tahun 2020 dimana telah terjadi pandemi Covid-19. Terdapat perbedaan dari pertumbuhan kinerja keuangan perusahaan. Sebagian perusahaan mengalami kenaikan dari tahun 2020 namun sebagian perusahaan juga mengalami penurunan yang signifikan pula bila dibandingkan dengan tahun 2019. Seperti pada PT. FKS Food Sejahtera Tbk yang mengalami

kenaikan asset pada tahun dari tahun 2019. Dengan total asset pada tahun 2019 sebesar Rp 1.868.966 naik pada tahun 2020 sebesar Rp 2.011.557. Berbeda dengan PT. FKS Food Sejahtera Tbk, PT. Phapros Tbk mengalami penurunan asset. Pada tahun 2019 PT. Phapros Tbk memiliki asset sebesar Rp 2.096.719 namun pada tahun 2020 jumlah asset PT. Phapros Tbk sebesar Rp 1.915.989.

Perbedaan signifikan yang terjadi sebelum dan sesudah pandemi pada kinerja keuangan mengakibatkan faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR terjadi perbedaan. Alasan memilih variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* karena variabel yang cukup sering ditemukan positif berhubungan dengan banyaknya informasi CSR dalam laporan tahunan berdasarkan *National Center for Sustainability Reporting*.

Fenomena yang terjadi serta hasil kajian sebelumnya terhadap banyak faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR bahkan bertentangan antara hasil penelitian dengan hasil kajian lainnya. Ini akan menjadi *research gap* pada kajian ini, sebagai akibatnya akan sangat menarik serta membutuhkan kajian lebih lanjut yang sesuai dengan *research gap* pada kajian ini. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian menggunakan judul **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Manufaktur Selama Pandemi Covid-19”**

1.2 Rumusan Penelitian

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur selama pandemi Covid-19?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur selama pandemi Covid-19?
3. Apakah *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur selama pandemi Covid-19?
4. Apakah ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur selama pandemi Covid-19?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur selama pandemi Covid-19.
2. Untuk menguji apakah profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur selama pandemi Covid-19.
3. Untuk menguji apakah *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur selama pandemi Covid-19.

4. Untuk menguji apakah ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur selama pandemi Covid-19.

1.4 Batasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada tahun 2020.
2. Penelitian ini hanya memakai perusahaan dari sektor perusahaan manufaktur.
3. Penelitian ini hanya meneliti perusahaan yang tidak mengalami kerugian.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dalam kajian ini ialah:

1.4.1 Manfaat teoritis

Penelitian ini diduga mampu menyediakan tambahan wawasan mengenai bagaimana teori legitimasi dan teori *stakeholder* terkonfirmasi pada masa pandemi Covid-19.

1.4.2 Manfaat praktis

Bagi investor, hasil dari penelitian ini dimaksudkan laksana model untuk merefleksikan data kinerja perusahaan saat mengambil keputusan investasi, bukan hanya berfokus pada informasi keuangan perusahaan.

1.6 Lingkup Penelitian

Tabel 1.1 Lingkup Penelitian

Jenis Penelitian	Isu Penting	Metode Penelitian	Dasar Teori	<i>Time Frame</i>
Jenis penelitian yang dilakukan peneliti yakni penelitian kuantitatif.	Isu penting yang dibahas pada penelitian ini ialah terkait pengungkapan CRS perusahaan pada saat pandemi Covid-19.	Pendekatan yang dipakai pada penelitian ini ialah kuantitatif. Penelitian kuantitatif menggunakan hipotesis-hipotesis yang telah dikumpulkan lalu diuji menggunakan alat uji statistik.	Teori yang dipakai dalam penelitian ini ialah teori legitimasi.	<i>Time frame</i> pada penelitian ini adalah selama masa pandemi Covid-19 yaitu pada tahun 2020.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis

1. Teori Legitimasi

Dowling dan Pfeffer (1975), yang pertama kali memberikan tanggapannya tentang teori legitimasi. Mereka menyatakan bahwa legitimasi dapat digambarkan sebagai manfaat bagi perusahaan agar tetap eksis. Akibatnya, perusahaan akan mengungkapkan lebih banyak informasi lingkungan untuk mendapatkan kepercayaan (Aziza, 2014). Teori legitimasi, menurut Asyraf Wajdi Dusuki, mengemukakan bahwa CSR perusahaan merupakan respon terhadap kendala lingkungan yang disebabkan oleh kekuatan sosial, politik, dan ekonomi. Menurut pengertian ini, perusahaan berusaha untuk mencapai keseimbangan antara kebutuhan mereka sendiri dan masyarakat sekitar. Persepsi publik terhadap perusahaan sangat penting, dan dapat memiliki dampak jangka panjang pada kelangsungan hidup perusahaan. Persepsi publik pada akhirnya dapat membahayakan peluang perusahaan untuk mendapatkan laba. Masyarakat memiliki hak untuk memprotes perusahaan atau mengeluarkan panggilan pengadilan jika masyarakat tidak senang dengan tindakan ilegal dan tidak etis perusahaan (Yusuf, 2017).

Terdapat "kontrak sosial" antara organisasi dan masyarakat, dan pengelolaan sehari-hari secara harmonis. Akibatnya, perusahaan berusaha melegitimasi tindakannya dengan melaporkan tanggung jawab sosial perusahaan untuk mendapatkan persetujuan masyarakat (pendekatan sosial) dan memastikan kelangsungan hidupnya. Sesuai dengan kontrak sosial, masyarakat memiliki harapan terhadap administrasi perusahaan pengelola. Teori legitimasi didasarkan pada gagasan bahwa agar bisnis berhasil, mereka harus bertindak dalam batas dan norma masyarakat. Mengingat tugas perusahaan, terutama kewajiban perlakuan kepada pemangku kepentingan, menjaga hubungan yang saling menguntungkan dengan pemangku kepentingan sangat penting untuk legitimasi perusahaan (Rahmawati, 2020).

Teori legitimasi menegaskan bahwa perusahaan berusaha untuk beroperasi dalam kerangka serta kesepakatan yang terdapat pada masyarakat atau lingkungan di mana mereka berada, mencoba untuk menjamin bahwa kegiatan perusahaan diakui oleh pihak luar sebagai perusahaan yang legal. Perusahaan umumnya memakai kinerja berbasis lingkungan serta data lingkungan untuk menetapkan legitimasi untuk kegiatannya di mata masyarakat umum. Pengungkapan CSR meningkatkan perusahaan dengan meningkatkan nilainya serta mengurangi biaya sosial yang tiba lebih lambat dari aktivitas perusahaan lainnya (Ayuni & Gorda, 2020).

Perusahaan yang lebih besar akan mengungkapkan lebih banyak informasi daripada perusahaan kecil. Perusahaan yang mempunyai ukuran besar akan terlibat dalam lebih banyak kegiatan sosial untuk mendapatkan kredibilitas dan pengaruh atas pemangku kepentingan internal dan eksternal. Sesuai dengan teori legitimasi, perusahaan akan terus berusaha untuk beroperasi dalam kerangka serta norma-norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan di mana mereka berada, di mana mereka berusaha untuk memastikan bahwa kegiatan mereka diterima oleh masyarakat. Profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aset atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Arus laba dapat memberikan kontribusi pada peningkatan kinerja pasar dari saham perusahaan. Dengan profitabilitas yang dimiliki perusahaan termasuk dalam kategori tinggi, maka akan lebih mudah untuk meyakinkan investor dalam melakukan penanaman modal dalam perusahaan.

Rasio *leverage* adalah metrik yang digunakan oleh bisnis untuk menentukan berapa banyak bisnis yang dibiayai oleh utang terhadap kapasitas modal mereka. Karena dapat menjelaskan struktur permodalan perusahaan dan mengetahui risiko piutang tak tertagih, *leverage* memberikan cerminan dari risiko keuangan perusahaan (Sari & Priyadi, 2020). Secara umum, perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi memiliki tujuan untuk menghasilkan lebih banyak informasi sebagai cara untuk menurunkan

biaya pemantauan investor. Berbeda dengan perusahaan yang memiliki utang lebih rendah, organisasi akan menyajikan informasi yang lebih menyeluruh yang ada pada laporan tahunan.

2. Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder*)

Teori pemangku kepentingan adalah teori manajemen organisasi dan etika bisnis yang membahas tentang moral dan nilai-nilai dalam mengelola organisasi. Teori pemangku kepentingan memastikan bahwa semua pemangku kepentingan memiliki hak yang sama untuk memahami situasi perusahaan. Artinya tidak ada satu pemegang saham yang lebih penting dari yang lain untuk memperoleh informasi. Teori pemangku kepentingan menekankan bahwa karyawan, pelanggan, pemasok, pemodal, masyarakat, lembaga pemerintah, kelompok politik, asosiasi perdagangan dan serikat pekerja terlibat sebagai pemangku kepentingan. Bahkan pesaing terkadang dianggap sebagai pemangku kepentingan – status mereka berasal dari kemampuan mereka untuk mempengaruhi perusahaan dan pemangku kepentingannya (Noviarty & Edryani, 2021).

Teori pemangku kepentingan mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang beroperasi semata-mata untuk dirinya sendiri, tetapi harus memberikan manfaat kepada pemangku kepentingannya yang terhubung dan/atau dipengaruhi oleh keberadaan perusahaan. Konsep tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) muncul dari teori ini. Berdasarkan

prinsip-prinsip teori pemangku kepentingan, perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari lingkungan sosial sekitarnya (Kartini, Maiyarni, & Tiswiyanti, 2019).

Teori ini menjelaskan bahwa setiap pemangku kepentingan juga menentukan kinerja perusahaan, termasuk kinerja sosialnya. Lembaga dipandang sebagai pihak yang paling mampu dalam membimbing dan mengelola investasinya, baik di bidang pengetahuan, sistem informasi maupun sumber daya. Kepemilikan institusional yang tinggi akan menyebabkan upaya pengawasan investor semakin besar, sehingga perilaku oportunistik manajer dapat terhambat. Pernyataan ini didukung dengan pernyataan bahwa investor institusional memiliki insentif untuk mengontrol pengambilan keputusan ketika kepemilikan saham tinggi (Krisna & Suhardianto, 2016).

Perusahaan bukanlah entitas yang bertindak semata-mata untuk kepentingannya sendiri, tetapi juga harus menguntungkan para pemangku kepentingannya, termasuk pemegang saham, kreditur, pemasok, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain. Kelangsungan hidup suatu perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholders* dan dukungan tersebut harus diupayakan agar kegiatan perusahaan ditujukan untuk mencari dukungan tersebut. Semakin kuat pemangku kepentingan, semakin besar upaya perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian

dari dialog antara perusahaan dan pemangku kepentingannya (Wahyuningsih & Mahdar, 2018).

3. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Triple bottom line, yang terdiri dari kesehatan ekonomi, kualitas lingkungan, dan keadilan sosial, adalah fokus dari gagasan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perusahaan dapat melanjutkan kegiatannya dengan menggabungkan teori *triple bottom line* menjadi tiga aspek: keuntungan (*profit*), terlibat dalam kesejahteraan masyarakat (*people*), dan pelestarian lingkungan (*planet*). Dalam laporan keberlanjutan, perusahaan mengomunikasikan langkah-langkah tanggung jawab sosial yang telah diambilnya kepada para pemangku kepentingan. Laporan keberlanjutan perusahaan memberikan penilaian yang seimbang dan adil atas kinerja keberlanjutan organisasi atau perusahaan pelapor, termasuk kontribusi positif dan negatif yang dibuat dari waktu ke waktu (Sari N, 2014).

Jika perusahaan ingin memverifikasi bahwa laporan keberlanjutan telah diselesaikan sesuai dengan Standar Global Reporting Initiative (GRI), perusahaan harus mengadopsi prinsip pelaporan. GRI memberikan prinsip umum dan metrik yang jelas untuk kegiatan ekonomi, lingkungan, dan sosial organisasi. Dengan GRI sebagai kriteria pelaporan untuk mengukur tingkat kinerja berkelanjutan, beberapa lembaga di Indonesia mulai menganggap serius pelaporan keberlanjutan. Bahkan sekarang, Standar GRI tersedia

dalam bahasa Indonesia, mudah bagi perusahaan untuk mengacu pada standar GRI dalam melaporkan laporan keberlanjutannya.

Pengungkapan CSR berkualitas tinggi dipuji sebagai wawasan penting yang dapat digunakan oleh bisnis sebagai pendorong kinerja keuangan dan alat reputasi. Dalam situasi ini, keterbukaan informasi sangat penting untuk meningkatkan kinerja badan usaha (baik keuangan maupun non-keuangan) dengan meningkatkan status mereka di mata para pemangku kepentingan, terutama dalam konsep tanggung jawab sosial perusahaan dan kepedulian terhadap lingkungan. Tujuan utama entitas adalah untuk meningkatkan citra perusahaan, dan kualitas informasi dalam laporan CSR dianggap sebagai pendorong reputasi perusahaan. Inilah sebabnya mengapa perusahaan menginvestasikan sejumlah besar uang untuk meningkatkan reputasi mereka atau untuk sekadar menjalankan aktivitas perusahaan reputasi. Pengungkapan CSR tidak serta merta menyiratkan kualitas yang lebih baik, dan akan berdampak pada kinerja perusahaan (Usman, 2020).

4. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan karakteristik yang sering digunakan untuk menjelaskan bagaimana bisnis mengungkapkan informasi sosial dalam laporan tahunan mereka. Perusahaan besar rata-rata akan mengungkapkan lebih banyak informasi daripada bisnis kecil. Perusahaan besar pada umumnya tidak akan lepas terhadap tekanan politik yaitu tuntutan untuk

melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan dapat menghemat uang untuk biaya politik dengan meningkatkan transparansi sosial mereka (Sumilat & Destrina, 2017). Pada perusahaan dengan skala menengah ke atas, jangkauan dalam melaporkan tanggung jawab sosialnya akan lebih besar ketimbang pada bisnis dengan skala menengah sampai kecil. Karena semakin besar skala perusahaan maka semakin besar pengaruhnya terhadap jumlah karyawan dan jangkauan kegiatan perusahaan, begitu pula sebaliknya pada perusahaan dengan skala yang lebih kecil. Karena jumlah karyawan dan ruang lingkup operasi mereka minimal, tanggung jawab manajer juga terbatas (Ismayanti, 2015).

5. Profitabilitas

Profitabilitas adalah metrik yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan melalui penjualan aset dan modal. Perusahaan harus mempertimbangkan tidak hanya indikator makroekonomi seperti margin keuntungan, tetapi juga faktor-faktor seperti sosial seperti dampak positif dan buruk dari operasi tersebut untuk mendapatkan dukungan dari pemangku kepentingan. Semakin baik profitabilitas perusahaan, semakin efektif dalam menghasilkan keuntungan dari asetnya (Rindiyawati & Arifin, 2019). Profitabilitas sering digunakan sebagai tolak ukur baik dalam pelaksanaan CSR maupun keputusan manajemen mengenai tambahan dana dari pasar modal, *book to equity market value*, *leverage*, risiko yang

diukur dengan volatilitas harga saham, kebaruan aset perusahaan, modal, biaya, dan apakah perusahaan beroperasi di industri yang berbeda. Bisnis yang menguntungkan juga lebih mungkin untuk menarik perhatian publik dan pemerintah, dan karenanya lebih termotivasi untuk memanfaatkan pengungkapan CSR untuk memuaskan para aktivis dan regulator (Rahmawati, 2020).

6. *Leverage*

Persentase aset yang dibiayai oleh utang dinilai dengan rasio *leverage*. Rasio *leverage* memberikan gambaran tentang struktur akuntansi perusahaan, memungkinkan untuk diagnosis utang tak tertagih. Informasi lebih lanjut diperlukan untuk meredakan kekhawatiran pemegang obligasi tentang pemenuhan hak-hak mereka sebagai kreditur. Sebagai kesimpulan, organisasi dengan rasio *leverage* tinggi dipaksa untuk menyatakan lebih banyak informasi daripada perusahaan dengan rasio *leverage* rendah (Sumilat & Destrina, 2017)

Rasio ini menunjukkan risiko keuangan perusahaan. Pengenalan komponen modal yang diperoleh dari utang akan menguntungkan pemilik dalam bentuk keuntungan yang diterima dari pertumbuhan modal, tetapi pemilik harus membayar bunga atas utang. Perusahaan dengan rasio utang yang lebih besar akan berusaha untuk mengomunikasikan lebih banyak informasi sebagai cara untuk menurunkan biaya pemantauan investor.

Dibandingkan dengan organisasi dengan utang yang lebih rendah, mereka menawarkan data yang lebih komprehensif dalam laporan tahunan untuk memenuhi tuntutan ini

2.2 Penelitian terdahulu

Berikut adalah beberapa kajian terdahulu yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mensugesti pengungkapan corporate social responsibility (CSR).

1. “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi” oleh Fitri Aulia Arif dan Andi Wawo, (2016) (Arif & Wawo , 2016). Sinta 4, Garuda rujukan digital, Google Scholar, Crossref, Indonesia One Search, Dimensions. Fokus kajian ialah menunjukkan bagaimana ukuran suatu perusahaan, *leverage* dan likuiditas mempengaruhi pengungkapan CSR perusahaan serta profitabilitas dengan memodulasi keterkaitan antara tiga variabel dependen. Hasil kajian menandakan ukuran organisasi memiliki pengaruh yang baik dan besar pada pengungkapan CSR perusahaan. *Leverage* mempengaruhi secara signifikan dan cukup besar terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan variabel likuiditas berpengaruh positif dan signifikan pada pengungkapan CSR perusahaan. Pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, profitabilitas memoderasi variabel likuiditas maupun *leverage*, tetapi tidak untuk variabel ukuran perusahaan.

2. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responbility (CSR) pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) tahun 2012- 2015 dengan Menggunakan Islamic Social Reporting (ISR) Index sebagai Tolok Ukur”, oleh Muhammad Fajrul Novrizal dan Meutia Fitri, (2016) (Novrizal & Fitri, 2016). Diterbitkan oleh Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA) dan terindeks Google Scholar, Indonesia One Search, IPI Index, dan Sinta 5. Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi empiris untuk studi elemen yang mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan. Profitabilitas, jenis industri, kinerja lingkungan, dan ukuran perusahaan adalah beberapa faktor yang dipertimbangkan. Hasil menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan pada pengungkapan CSR; Profitabilitas tidak memiliki dampak material pada pengungkapan CSR; Jenis industri tidak memiliki dampak material pada pengungkapan CSR; kinerja lingkungan berpengaruh signifikan pada pengungkapan CSR.
3. “Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, Serta Komite Audit Pada Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR sebagai Variabel Moderating dan Firm Size sebagai Variabel Kontrol” oleh Dewi Widyaningsih, (2018) (Widyaningsih, 2018). Diterbitkan oleh Jurnal Akuntansi dan Pajak dan terindeks Sinta 3, Google Sholar, Academic Resource Index Indonesia One Search, PKP Index, BASE, World Cat, Crossref, IPI Index. Tujuan dari penelitian ini adalah

untuk menguji bagaimana pengungkapan CSR mempengaruhi hubungan antara struktur kepemilikan manajemen, institusi, komisaris independen dan dewan audit, serta valuasi perusahaan dan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI dari 2015 hingga 2015, Dampak 2016. Menggunakan regresi linier berganda ditemukan bahwa Kepemilikan Manajemen (MOWN), Kepemilikan Institusional (INST), Komisaris Independen, dan Badan Audit semuanya berdampak pada Nilai Bisnis (PBV) secara bersamaan. Kepemilikan manajemen dan komite audit berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan faktor independen lainnya berpengaruh positif namun tidak signifikan. CSR secara simultan dapat memoderasi dampak properti manajemen, institusi, komisaris independen, dan dewan peninjau terhadap nilai bisnis dengan menguji faktor moderasi dengan teknik pengujian interaksi *Moderated Regression Analysis* (MRA).

4. “Corporate Governance, Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Corporate social responsibility”, oleh Heti Herawati (2015) (Herawati, 2015). Diterbitkan oleh Jurnal Riset Akuntansi dan Perpajakan dan terindeks Sinta 3 dan Relawan Jurnal Indonesia (RJI). Penelitian ini bertujuan untuk menguji kepemilikan institusional, dewan direksi independen, profitabilitas, ukuran perusahaan, serta usia perusahaan memiliki pengaruh pada pengungkapan CSR perusahaan. Hasil hipotesis ini menunjukkan bahwa fungsi pengawasan dari Komite Independen Agen

dan kemampuan Komite Independen Agen untuk memberikan manajemen kontrol dan pengawasan operasi perusahaan mungkin terbatas; Profitabilitas terbukti mempengaruhi pengungkapan CSR; Telah terbukti bahwa ukuran perusahaan berpengaruh pada pengungkapan CSR perusahaan.

5. “Pengaruh Hutang, Profitabilitas, dan Tanggung Jawab Lingkungan pada CSR Disclosure Perusahaan Pertambangan”, oleh Ni Putu Emmy Fibrianti dan I Gede Supartha Wisada, (2015) (Fibrianti & Wisada, 2015). Diterbitkan oleh Jurnal Akuntansi Universitas Udayana dan terindeks Sinta 3, EBSCO, Garba Rujukan Indonesia (Garuda), Google Scholar, Crossref, Indonesia One Search, Dimensions, dan Microsoft Academic. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk menguji bagaimana hutang, profitabilitas serta kepedulian pada lingkungan mempengaruhi pengungkapan CSR perusahaan pertambangan. Hasil pengujian menjelaskan bahwa utang serta profitabilitas berpengaruh signifikan dalam pengungkapan CSR perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2011 hingga 2013. Untuk tahun 2011-2013, kepedulian terhadap lingkungan tidak memiliki pengaruh pada pengungkapan CSR perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
6. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”, oleh Decky Dermawan dan Tita Deitiana, (2014)

(Dermawan & Deitiana, 2012). Diterbitkan oleh Jurnal Bisnis & Akuntansi dan terindeks Google Scholar, ROAD, Crossref, Sinta 3, Publons, Neliti, Dimensions, BASE, GARUDA, Index Copernicus International. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan publik, dewan direksi, *leverage* serta media *release* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, setiap perusahaan memiliki program unggulan yang unik terkait dengan upaya CSR di bidang pendidikan.

7. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate social responsibility”, oleh Aditya D Krisna dan Novrys, (2016) (Krisna & Suhardianto, 2016). Diterbitkan oleh Jurnal Akuntansi & Keuangan dan terindeks Sinta 2, Google Scholar, DOAJ, Crossref, World Cat, dan Garuda. Penelitian dilakukan untuk melihat pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, kepemilikan institusional, ukuran dewan serta ukuran komite audit pada pengungkapan CSR perusahaan. Hasil kajian menegaskan bahwa baik ukuran perusahaan maupun ukuran komite audit berpengaruh positif dalam pengungkapan CSR. Profitabilitas, utang, tanggung jawab institusional, ukuran dewan pengawas serta ukuran dewan direksi tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

8. “Pengaruh *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE) dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*”, oleh Puti Tri, Reka, dan Wiwik, (2019) (Kartini, Maiyarni, & Tiswiyanti, 2019). Diterbitkan oleh Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan dan terindeks Sinta 3, DOAJ, Google Scholar, Indonesia One Search, dan ISDJ. Penelitian dilakukan untuk melihat bagaimana ROA, ROE serta ukuran perusahaan mempengaruhi pengungkapan CSR perusahaan. Untuk periode 2011 hingga 2017, perusahaan yang digunakan adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) serta Bursa Efek Thailand (SET). Hasil analisis dan pengujian data menunjukkan bahwa ROA, ROE serta ukuran perusahaan semuanya berpengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI dan SET; ROA dan ROE mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI dan SET. Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh pada pengungkapan CSR di BEI; Bagi perusahaan yang terdaftar di SET, ukuran perusahaan memiliki pengaruh pada pengungkapan CSR perusahaan.
9. “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2013”, oleh Monot Wicaksono dan Paryanto (2016) (Wicaksono & Paryanto, 2015). Diterbitkan oleh Jurnal Akuntansi dan Pajak dan terindeks Sinta 3, Google

Sholar, Academic Resource Index Indonesia One Search, PKP Index, BASE, World Cat, Crossref, IPI Index. Penelitian dilakukan untuk melihat hubungan kausal antara karakteristik perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2013. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, likuiditas dan profil perusahaan berpengaruh pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan kata lain profitabilitas, likuiditas, profil perusahaan tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel bebas bekerja pada variabel terikat secara bersamaan.

10. “Perbankan Syariah dan *Corporate Social Responsibility*, Sebuah Studi Komparasi Indonesia dan Malaysia Dengan Pendekatan *Islamic Social Reporting index* dan *Global Reporting Initiative Index*”, oleh Hafiez Sofyani dan Anggar Setiawan (2015) (Hafiez & Setiawan, 2015). Diterbitkan oleh Jurnal Studi Ekonomi dan terindex Sinta 4, DOAJ, Crossref, GARUDA, ROAD, Moraref, Copac, EBSCO, Google Scholar, BASE, Eurasian Scientific Journal Index (ESJI), dan Journal Factor. Penelitian dilakukan untuk membandingkan kinerja sosial bank syariah di Indonesia serta Malaysia dalam menerapkan model *Islamix Social Reporting Index* (ISR) dan *Reporting Initiative Global Index* (GRI). Subyek kajian ini adalah 3 bank syariah di Indonesia dan 3 bank syariah di Malaysia yang sesuai dengan kriteria tertentu. Hasil kajian memperlihatkan

bahwa kinerja sosial perbankan syariah secara keseluruhan di Malaysia lebih tinggi dibandingkan di Indonesia. Diuji secara statistik, perbedaan ini tidak menunjukkan nilai yang signifikan. Secara umum, kinerja sosial bank syariah di Indonesia serta Malaysia yang diukur dengan indeks ISR dan indeks GRI, tidak menggiring semua bank syariah secara sempurna pada pemenuhan aktivitas sosialnya, melainkan tingkat kinerja sosial masyarakat.

11. “Pengaruh GCG terhadap Kinerja Keuangan dengan CSR sebagai Pemoderasi di Perusahaan Pertambangan”, oleh Ivana Nina Esterlin Baru (2016) (Barus, 2016). Diterbitkan oleh Jurnal Manajemen & Keuangan dan terindeks Sinta 3, Google Scholar, LIPI, Research Gate, Open AIRE, ROAD, Index Copernicus International, Crossref. Dimensions, GARUDA, IPI Index, Indonesia One Search, PKP Index, World Cat, dan BASE. Penelitian dilakukan untuk melihat pengaruh tata kelola perusahaan yang baik terhadap kinerja keuangan perusahaan pertambangan, untuk mengetahui pengaruh CSR perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan pertambangan, dan dampak tanggung CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan pertambangan. Pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan menjadi variabel moderator. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tata kelola perusahaan yang baik terkadang tidak berdampak pada kinerja keuangan perusahaan pertambangan. Namun, CSR perusahaan secara parsial mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan pertambangan.

Sementara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tidak termasuk variabel pemoderasi antara tata kelola perusahaan yang baik dengan kinerja keuangan perusahaan pertambangan.

12. “Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, terhadap *Corporate Social Responsibility*.”, oleh Agus Purwanto (2011) (Purwanto, 2011). Diterbitkan oleh Jurnal Akuntansi & Auditing dan terindeks Sinta 3, DOAJ, Google Scholar, dan Ristekdikti. Penelitian dilakukan untuk melihat menganalisis pengaruh jenis industri, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan. Penelitian ini menggunakan variabel independen seperti: jenis industri, ukuran perusahaan, profitabilitas; sehingga CSR perusahaan digunakan sebagai variabel terikat. Hasil model regresi memperlihatkan bahwa jenis industri dan ukuran perusahaan berpengaruh pada CSR perusahaan. Namun profitabilitas perusahaan tidak berpengaruh pada CSR perusahaan.
13. “Penerapan *Corporate Social Responsibility* Perbankan Syariah Milik Negara dengan Indeks Islamic Social Reporting”, oleh Muhamad Fauzi, Wahyu Haris Akbarudin, Iwan E. Darmasetiawan, dan Ahmad Darussalam, (2020) (Fauzi, Akbarudin, Darmasetiawan, & Darussalam, 2020). Diterbitkan oleh Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam dan terindeks Sinta 3, Google Sholar, Indonesia One Search, Biefeld Academic Search Engine, World Cat, Crossref, Indonesian Publication Index (IPI), dan PKP Index.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui predikat penerapan tanggung jawab sosial sistem bank syariah milik negara dengan menggunakan pendekatan indeks ISR dengan 6 dimensi, yakni pembiayaan dan investasi, produk & layanan, karyawan, masyarakat, lingkungan dan tata kelola perusahaan. Hasil penelitian dengan demikian menunjukkan bahwa sistem perbankan syariah negara memiliki predikat melaksanakan tanggung jawab sosial di atas 50, kecuali pada dimensi lingkungan/topik lingkungan, dimana pembiayaan dan investasi diramalkan sebagai informatif, produk dan layanan sangat informatif, karyawan sebagai informatif, masyarakat diramalkan sebagai informatif, lingkungan diperkirakan kurang informatif dan tata kelola perusahaan diperkirakan sangat informatif. Secara keseluruhan pelaksanaan tanggung jawab sosial sistem perbankan syariah negara pada tahun 2014-2018 ditetapkan sebagai informatif.

14. “Program Kemitraan Upaya Pemberdayaan UMKM Di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus: PT. Jasa Marga Surabaya Gempol)”, oleh Esprit Novry Firstyananda, Khairunnisa Putri Rahma, dan Susi Hardjati, (2021) (Firstyananda, Rahma, & Hardjati, 2021). Diterbitkan oleh Jurnal Administrasi Dan Manajemen dan terindeks Sinta 6, Google scholar, dan Garba Rujukan Digital. Penelitian dilakukan untuk melihat implementasi penguatan UMKM melalui program kemitraan dan upaya iuran selama pandemi Covid-19 yang dilakukan oleh PT Jasa Marga Gempol Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR perusahaan melalui program

kemitraan merupakan pemberdayaan bagi UMKM untuk tumbuh serta berkembang menjadi perusahaan yang kuat, mandiri dan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dan perluasan kesempatan kerja. PT Jasa Marga mengucurkan dana Rp 1,4 miliar di masa pandemi Covid-19 untuk menumbuhkan kewirausahaan agar tetap bertahan dalam situasi seperti ini.

15. “Pengaruh Tanggung Jawab Perusahaan dalam Menanggulangi Krisis terhadap Reputasi Perusahaan”, oleh Theresia Diah Wulandari, (2011) (Wulandari, 2011). Diterbitkan oleh Jurnal Ilmu Komunikasi dan terindeks Directory Of Open Access Journal (DOAJ), Crossref, World Cat, Google Scholar, Biefeld Academic Search Engine, PKP Index, Sinta 2, Garba Rujukan Digital, Scholarsteer, Repositori Ilmiah Indonesia, Indonesia One Search, Indonesian Publication Index (IPI), dan International Association for Media and Communication Research (IAMCR). Penelitian ini memiliki tujuan untuk menemukan hubungan dari bentuk tanggung jawab krisis perusahaan dan pemulihan reputasi. Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa: perusahaan yang mengalami krisis terus-menerus tidak memiliki kemampuan yang baik untuk memilih tanggung jawab krisis yang berdampak pada reputasi; perusahaan yang tidak mengalami krisis berkepanjangan memiliki kemampuan yang baik untuk memilih tanggung jawab krisis untuk memulihkan reputasinya; dan di perusahaan yang terkena dampak insiden karena faktor eksternal, mereka biasanya memiliki pilihan akuntabilitas krisis yang baik untuk meningkatkan reputasi.

16. “*Corporate Social Disclosure during the Global Financial Crisis*”, oleh Parvez Mia dan Abdullah Al-Mamun, (2011) (Mia & Al-Mamun, 2011). Diterbitkan oleh *International Journal of Economics and Finance* dan terindeks Research Gate dan Google Scholar. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menyelidiki sejauh mana pengungkapan sosial perusahaan sebelum tahun 2006 dan selama tahun 2008 krisis keuangan global untuk 48 perusahaan utilitas dan industri Australia yang dipilih. Krisis ekonomi dan keuangan baru-baru ini telah dianggap oleh banyak ekonom dan pakar keuangan sebagai yang terburuk sejak Perang Dunia II dan kemungkinan akan berdampak pada tingkat CSR. Penelitian ini menemukan bahwa pengungkapan CSR tidak berhubungan signifikan dengan *leverage* dan profitabilitas, tetapi berhubungan signifikan dengan ukuran perusahaan. Selain itu, perubahan profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan CSR. Namun, perubahan *leverage* memiliki hubungan negatif yang signifikan dengan perubahan CSR.

17. “*Factors Influencing the Assurance of Sustainability Reports in the Context of the Economic Crisis in Portugal*”, oleh Manuel Castelo Branco dan Catarina Delgado, (2014) (Branco & Delgado, 2014). Diterbitkan oleh *Managerial Audit Journal* dan terindeks Emerald Insight dan Google Scholar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keterlibatan dalam pengungkapan sustainability reporting dengan sampel survei perusahaan

Portugis antara tahun 2008 dan 2011. Penelitian ini memberikan hasil bahwa variabel ukuran perusahaan, *leverage* dan afiliasi perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan, sedangkan variabel profitabilitas, perusahaan yang terdaftar, dan BUMN tidak berpengaruh terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan.

18. "*Institutional and Economic Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure by Banks: Institutional Perspectives*" oleh Oliveira, Jonas da Silva, Graça Maria do Carmo Azevedo, and Maria José Pires Carvalho Silva, (2019) (Oliveira, Jonas, Azevedo, & Silva, 2019). Diterbitkan oleh *Meditari Accountancy Research* terindeks Google Scholar dan emerald insight. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kekuatan institusional perusahaan dan negara yang menentukan keragaman pelaporan CSR bank selama krisis keuangan global (2005-2011). Meneliti kekuatan institusional tingkat perusahaan dan negara yang mendorong keragaman pelaporan CSR bank selama krisis keuangan global baru-baru ini (2005-2011). Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor ekonomi tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Faktor kelembagaan yang terkait dengan lingkungan hukum, regulasi mandiri industri dan keterlibatan organisasi dalam menjaga dialog dengan pemangku kepentingan terkait merupakan elemen penting dalam menjelaskan pelaporan CSR. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan

bahwa pengungkapan CSR secara statistik tidak terkait dengan ukuran perusahaan, *leverage*, dan *listing profile*.

19. “*Determinants of CSR Disclosure of Tunisian Listed Banks: a Multi-Support Analysis*”, oleh Raida Chakroun, Hamadi Matoussi dan Sarra Mbirki (2017) (Chakroun, Matoussi, & Mbirki, 2017). Diterbitkan oleh *Social Responsibility Journal* dan terindeks emerald insight dan research gate. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki tingkat dan tren pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan serta untuk menganalisis faktor-faktor penentu laporan tahunan dan situs web bank yang terdaftar di pasar modal yang muncul, yaitu Tunisia untuk periode antara 2007 sampai 2012. Pada saat terjadi krisis ekonomi pada tahun 2008, terdapat penurunan informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan bank. Berdasarkan hasil uji analisis ditemukan bahwa dengan faktor penentu, usia bank, kinerja keuangan dan kepemilikan saham negara merupakan faktor utama yang mempengaruhi pengungkapan CSR dalam laporan tahunan bank-bank yang terdaftar di Tunisia. Namun, ukuran bank, *leverage*, kepemilikan saham asing, dan jenis auditor tidak terkait dengan pengungkapan CSR bank yang terdaftar baik dalam laporan tahunan atau di situs web.
20. “*Factors Affecting Corporate Social Responsibility Disclosure in Egypt*”, oleh Khaled Hussainey, Mohamed Elsayed, dan Marwa Abdel Razik (2011) (Hussainey, Elsayed, & Razik, 2011). Diterbitkan oleh *corporate*

ownership & control dan terindeks research gate. Penelitian memiliki tujuan untuk memberikan kontribusi terhadap faktor-faktor penentu dalam perusahaan melakukan pengungkapan CSR, menggunakan sampel 111 perusahaan yang terdaftar di Mesir untuk periode 2005-2010. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR, namun variabel jenis audit memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan variabel ukuran perusahaan, struktur kepemilikan, *gearing*, dan likuiditas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

21. “*Financial Crisis Impact on Sustainability Reporting*”, oleh M Antonia García-Benau, Laura Sierra-Garcia, Ana Zorio, (2013) (Garcia-Benau, Sierra-Garcia, & Zorio, 2013). Diterbitkan oleh *Management Decision* dan terindeks emerald insight dan Google Scholar. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menjelaskan dampak krisis keuangan saat ini terhadap pelaporan CSR perusahaan serta strategi asuransi CSR yang dilaporkan perusahaan kepada pemangku kepentingannya secara online dengan membagi cakrawala waktu menjadi dua periode sebelum 2008 dan dari 2008. Meskipun krisis keuangan telah menimbulkan kekhawatiran tentang kepastian bahwa laporan CSR dapat menimbulkan ancaman bagi bisnis sehubungan dengan inisiatif pemotongan biaya bersama, temuan studi menunjukkan bahwa jumlah laporan CSR telah meningkat secara

signifikan dengan krisis (sebenarnya perbedaan yang signifikan di ROE ditemukan antara pengguna CSR dan perusahaan).

22. “*Corporate Communication and Impression Management–New Perspectives Why Companies Engage in Corporate Social Reporting*”, oleh Reggy Hooghiemstra, (2000) (Hooghiemstra, 2000). Diterbitkan oleh *Journal of Business Ethics* dan terindeks Springer Link dan Google Scholar. Penelitian ini memiliki tujuan untuk dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang menjelaskan mengapa satu perusahaan lebih memperhatikan pelaporan sosial perusahaan daripada yang lain. Hasil dari penelitian ini adalah perspektif legitimasi menganggap pelaporan sosial perusahaan sebagai sarana untuk mempengaruhi persepsi publik. Sementara kerangka pelaporan sosial perusahaan saat ini bermaksud untuk memberikan informasi untuk melegitimasi tindakan entitas. Dari perspektif komunikasi entitas, pelaporan sosial perusahaan bertujuan untuk melindungi atau meningkatkan citra atau reputasi entitas, serta dapat membantu menciptakan keunggulan kompetitif.

23. “*Determinants of the Adoption of Sustainability Assurance Statements: An International Investigation*”, oleh Ans Kolk dan Paolo Perego, (2010) (Kolk & Perego, 2010). Diterbitkan oleh *Business Strategy and the Environment* dan terindeks Wiley Online Library dan Google Scholar. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji faktor-faktor yang terkait dengan keputusan sukarela untuk memastikan pelaporan sosial, lingkungan

dan keberlanjutan. Studi ini berfokus pada sejumlah faktor kelembagaan di tingkat negara untuk menjelaskan adopsi pernyataan keberlanjutan oleh panel internasional dari 212 perusahaan Fortune Global 250 untuk tahun 1999, 2002 dan 2005. Hasilnya menunjukkan bahwa perusahaan yang beroperasi di negara lebih berorientasi pada pemangku kepentingan dan rezim penegakan tata kelola yang lebih lemah cenderung mengadopsi pernyataan keberlanjutan. Oleh karena itu, permintaan akan jaminan lebih tinggi di negara-negara di mana praktik perusahaan yang berkelanjutan lebih mungkin dimungkinkan oleh mekanisme pasar dan kelembagaan.

24. *“Corporate Reputation: A Combination of Social Responsibility and Industry”*, oleh Tiago Melo dan Alvaro Garrido-Morgado, (2012) (Melo & Garrido-Morgado, 2012). Diterbitkan oleh *Wiley Online Library* dan terindeks *Wiley Online Library* dan *Google Scholar*. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengatasi kesalahan spesifikasi dalam desain penelitian untuk mengembangkan kerangka kerja reputasi perusahaan, menyoroti peran penting CSR dalam membangun reputasi dengan mengusulkan model perbaikan untuk lima titik kelemahan potensial dalam penelitian sebelumnya. Hasil penelitian mencakup lima dimensi (hubungan karyawan, masalah keragaman, masalah produk, hubungan masyarakat dan aspek lingkungan). CSR memiliki pengaruh yang signifikan dan tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan dan pengaruh ini dimoderatori oleh perusahaan industri.

25. “*Corporate Social Responsibility Disclosure in Indonesia*”, oleh Retnoningrum, Indah Fajarini, Evi Nofriyanti, Kiswanto, dan Imang, (2020) (Hidayah, Wahyuningsih, Nofriyanti, Kiswanto, & Pamungkas, 2020). Diterbitkan oleh *International Journal of Innovation, Creativity and Change* dan terindeks Research Gate. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan indikator Dewan Komisaris, *leverage*, sertifikasi lingkungan dan agresi pajak. Hasil kajian menjelaskan bahwa Dewan Komisaris serta sertifikasi lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Kemudian *leverage* berpengaruh negatif signifikan pada pengungkapan CSR. Sementara itu, belum ada bukti bahwa agresivitas pajak mempengaruhi pengungkapan CSR. .

2.3 Pengembangan Hipotesis

Laporan keberlanjutan perusahaan berfungsi untuk meningkatkan reputasi perusahaan di mata banyak pemangku kepentingan (Hooghiemstra, 2000). Reputasi memberikan sebagai pengingat yang berkesinambungan kepada masyarakat tentang karakteristik utama perusahaan, sekaligus sebagai jaminan. Mengingat bahwa masyarakat mempercayai dan memilih organisasi berdasarkan perilaku dan tindakan masa lalu, diyakini bahwa perilaku dan peristiwa serupa perusahaan sesuai dengan undang-undang tidak akan memiliki pengaruh yang merugikan terhadap lingkungan masyarakat. Kepercayaan publik, yang diperkuat

oleh reputasi yang kuat, dapat membuka jalan bagi keunggulan kompetitif jangka panjang (Melo & Garrido-Morgado, 2012).

Potensi laporan keberlanjutan perusahaan untuk membantu dalam pengembangan reputasi positif ditentukan oleh tingkat kepercayaan para pemangku kepentingannya terhadap informasi yang dipublikasikannya. Mengingat tingginya biaya jaminan independen untuk laporan keberlanjutan, perusahaan dengan pendapatan yang lebih besar lebih mungkin untuk mendapatkan laporan yang terjamin. Menghabiskan lebih sedikit biaya energi dan kepercayaan pengguna yang lebih besar dalam integritas data yang diberikan adalah dua hal positifnya (Simnett, Vanstraelen, & Chua, 2007).

1. Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Perusahaan besar pada umumnya akan mengalami tekanan politik, yaitu kewajiban untuk memenuhi tanggung jawab. Perusahaan dapat menghemat uang untuk biaya politik dengan meningkatkan transparansi sosial mereka. Dalam jangka panjang, organisasi juga dapat menghemat pengeluaran yang sangat besar karena tuntutan masyarakat dengan menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan melalui pelaporan keuangan. Sesuai teori legitimasi, ada hubungan antara ukuran bisnis dan pengungkapan. Perusahaan yang lebih besar terlibat dalam lebih banyak upaya untuk memiliki dampak sosial yang lebih kuat, memiliki lebih banyak pemegang saham yang tertarik

pada program sosial perusahaan, dan laporan tahunan merupakan instrumen yang efisien untuk berbagi pengetahuan ini (Sumilat & Destrina, 2017).

Beberapa hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR, antara lain penelitian Aprilia Rindyawati & Johan Arifin (2019), Aditya Dharmawan Krisna & Novrys Suhardianto (2016), Justyna Dyduch dan Joanna Krasodomska (2017), Hillary Sumilat & Nicken Destriana (2017), Yessica Anjar Sari & Maswar Patuh Priyadi (2020), Lela Nurlaela Wati (2018), Parvez Mia & Abdullah Al-Mamun (2011), Manuel Castelo Branco & Catarina Delgado (2014), dan Jaenal Abidin & Siska Anggun Lestari (2019).

Maka hipotesis yang dapat terbentuk adalah sebagai berikut:

H1: Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

2. Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Profitabilitas sangat penting dalam menanamkan kepercayaan pada organisasi untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan untuk melegitimasi dan menghasilkan nilai yang positif dari masyarakat (*stakeholder*). Perusahaan dengan profitabilitas tinggi akan menggambarkan bagaimana mereka "menciptakan" keuntungan melalui pengungkapan CSR, dibandingkan dengan perusahaan dengan profitabilitas rendah. Dengan kata lain, organisasi yang mendapatkan keuntungan (*profit*) paling banyak harus

beroperasi dalam norma-norma masyarakat (Asmeri, Alvionita, & Gunardi , 2017).

Kemampuan manajemen untuk menghasilkan uang diukur dengan profitabilitas. Laba perusahaan yang besar akan memberikan kesan kepada masyarakat bahwa perusahaan semata-mata hanya peduli untuk memperkaya pemegang sahamnya dan mengabaikan kesenjangan sosial ekonomi yang ada di masyarakat. Ini akan menangkalkan gagasan ini dan memperkuat reputasi perusahaan di mata publik dan investor dengan berbagi lebih banyak tentang inisiatif sosial (Tangdiella, 2019).

Beberapa hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Ni Putu Emmy Fibrianti & I Gede Supartha Wisada (2015), Yessica Anjar Sari & Maswar Patuh Priyadi (2020), Ni Kadek Ayu Giri Yanti & I Gusti Ayu Nyoman Budiasih (2016), Lela Nurlaela Wati (2018). Sementara itu, ada inkonsistensi hasil penelitian profitabilitas terhadap pengungkapan CSR. Beberapa temuan penelitian sebelumnya menemukan bahwa hasil profitabilitas tidak terbukti berpengaruh secara signifikan pada tingkat pengungkapan CSR, diantaranya penelitian oleh Manuel Castelo Branco dan Catarina Delgado (2014), Parvez Mia & Abdullah Al-Mamun (2011), Justyna Dyduch & Joanna Krasodomska (2017), Monot Wicaksono & Paryanto (2016), Aprilia Rindyawati & Johan Arifin (2019), dan Ike Putri Wandriani (2017).

Maka hipotesis yang dapat terbentuk adalah sebagai berikut:

H2: Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

3. *Leverage* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi atau rendah akan melaporkan CSR karena hal tersebut dipandang membawa berbagai manfaat seperti citra positif di mata konsumen, investor, masyarakat, dan lain-lain. Hal ini sejalan dengan hipotesis legitimasi, yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR dapat membantu perusahaan mempertahankan reputasinya untuk menegakkan kontrak sosial yang dimilikinya dengan masyarakat untuk menahan penolakan masyarakat (Tangdialla, 2019).

Leverage memberikan gambaran tentang struktur keuangan perusahaan, memungkinkan penilaian risiko utang yang tidak dapat ditagih. Semakin rendah *leverage*, semakin kecil kemungkinan pelanggaran pengaturan pinjaman akan terjadi. Apabila perusahaan dengan *leverage* rendah mengalami hal yang tidak diinginkan terjadi, misalnya terjadi kebangkrutan, perusahaan akan tetap bisa membayar utang atau kewajibannya. Sebab beban perusahaan oleh pihak luar sedikit.

Beberapa temuan penelitian sebelumnya menemukan bahwa hasil *leverage* terbukti berpengaruh secara signifikan pada tingkat pengungkapan CSR, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Manuel Castelo Branco dan Catarina Delgado (2014). Sementara hasil yang bertentangan menunjukkan

bahwa *leverage* tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR, diantaranya penelitian oleh Justyna Dyduch & Joanna Krasodomska (2017), Parvez Mia dan Abdullah Al-Mamun (2011), Hillary Sumilat & Nicken Destriana (2017), Yessica Anjar Sari & Maswar Patuh Priyadi (2020), dan Ike Putri Wandriani (2017).

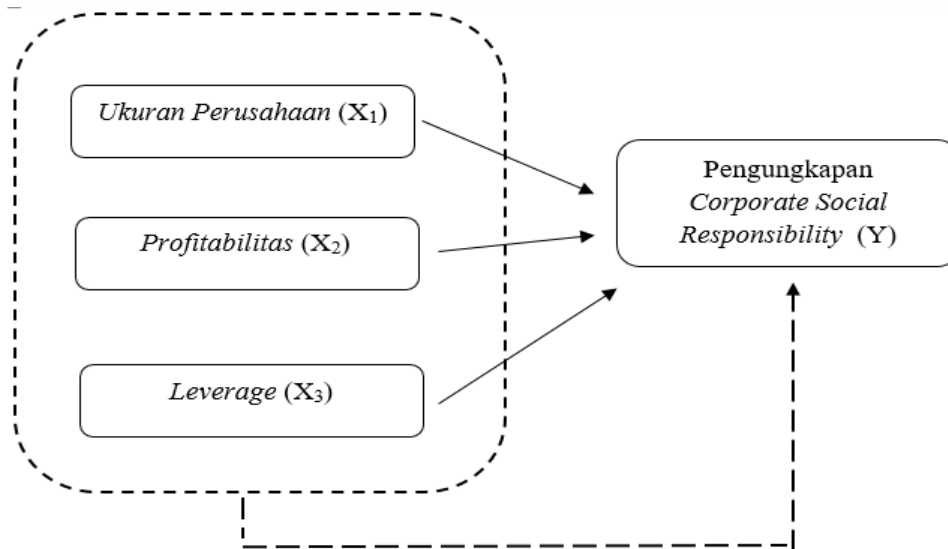
Maka hipotesis yang dapat terbentuk adalah sebagai berikut:

H3: *Leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

H4: Ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan pengungkapan CSR.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

2.4 Kerangka Konseptual



Keterangan:

—————> : Pengaruh Parsial

- - - - -> : Pengaruh Simultan

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan yakni penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif ialah penelitian ilmiah yang mengambil data berupa angka-angka dan mengevaluasinya dengan bantuan statistik (Nurdin, 2019).

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di rumah peneliti sendiri dengan menggunakan sumber data sekunder berwujud laporan keuangan usaha manufaktur yang diperoleh dari website Bursa Efek Indonesia (BEI), yaitu www.idx.co.id.

3.3 Definisi Operasional

1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Y)

CSR adalah proses sukarela di mana perusahaan memasukkan isu-isu lingkungan dan sosial ke dalam operasi dan hubungan dengan pemangku kepentingan, yang melampaui tugas hukum organisasi. Pengungkapan CSR adalah informasi tentang inisiatif sosial perusahaan yang telah dipublikasikan. Dalam penelitian ini, definisi operasional pengungkapan sosial adalah jumlah item pengungkapan sosial yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Komponen *Corporate Social Responsibility* berdasarkan Indikator *Global Reporting Initiative* (GRI 4) dimanfaatkan dalam mengukur CSR.

Menurut Sumilat & Destrina (2017) indeks tanggung jawab sosial perusahaan dihitung sebagai berikut:

$$CSR D = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{\text{Jumlah item yang ditetapkan GRI}}$$

2. Ukuran Perusahaan (X1)

Ukuran perusahaan merupakan representasi dari jumlah aset yang dimiliki perusahaan. Akan semakin banyak pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan jika ukuran suatu perusahaan lebih besar (Darwis, 2009). Menurut Werner R. Murhadi (2013) ukuran perusahaan dapat diukur dengan:

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Log natural (Total Aset)}$$

3. Profitabilitas (X2)

Profitabilitas mengacu pada kapasitas perusahaan untuk menghasilkan uang. Profitabilitas perusahaan merupakan salah satu elemen yang memungkinkan manajemen untuk lebih terbuka dan fleksibel dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial kepada pemegang saham (Darwis, 2009). Menurut Wati (2018) profitabilitas dapat diukur dengan:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aktiva}} \times 100\%$$

4. *Leverage* (X3)

Rasio *leverage* adalah metrik untuk menentukan berapa banyak hutang perusahaan kepada kreditur untuk membiayai asetnya (Dwipayadnya, Wiagustini, & Purwabangsa, 2015). *Leverage* dapat diukur dengan (Wahyuningsih & Mahdar, 2018):

$$DER = \frac{\text{Total liabilitas}}{\text{Total ekuitas}} \times 100\%$$

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah umum yang terdiri dari hal-hal dengan atribut dan karakteristik tertentu yang telah dipilih untuk dipelajari serta akan diambil kesimpulan (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, 192 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020 dijadikan sebagai populasi. Sedangkan sampel mewakili ukuran dan karakteristik populasi. *Purposive sampling* digunakan untuk mengumpulkan sampel dalam penelitian ini. *Purposive sampling* adalah sampel yang telah dipilih dengan cermat agar relevan dengan strategi penelitian. Peneliti akan melakukan segala upaya untuk memastikan bahwa sampel mencakup perwakilan dari berbagai tingkat sosial ekonomi (Amir, Junaidi, & Yulmardi, 2009). Kriteria sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2020 yang termasuk dalam perusahaan manufaktur.

2. Perusahaan manufaktur yang menerbitkan *financial statements* serta *annual report* pada periode tahun 2020.
3. Perusahaan yang menghasilkan laba pada tahun 2020.
4. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian berkelanjutan yang mengakibatkan defisiensi modal.

3.5 Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data sekunder merupakan jenis data yang digunakan pada penelitian ini. Data dikumpulkan secara tidak langsung dari peneliti (tidak ada perjumpaan atau tatap muka dengan sumber penelitian). Sehingga data yang dibutuhkan pada penelitian ini adalah laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan yang berasal dari website Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah.

2. Sumber Data

Data penelitian dapat dilihat di lam web Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui www.idx.co.id maupun yang berasal dari laman web resmi perusahaan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Guna memperoleh informasi yang diperlukan untuk riset ini, peneliti melaksanakan sebagian metode dalam pengumpulan informasi:

1. Penelitian kepustakaan (*Library Research*)

Mengumpulkan data atau informasi dari buku, literatur, jurnal, serta sumber lain yang relevan dengan penelitian ini.

2. Penelitian dokumentasi (*Documentacion Research*)

Data tentang perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dikumpulkan untuk penelitian ini melalui website www.idx.co.id dan website resmi yang dimiliki perusahaan.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis dan mengolah data dapat dilakukan dengan menempuh beberapa tahapan berikut:

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah cabang statistik yang menyelidiki alat, pendekatan, dan prosedur untuk memvisualisasikan atau mengkarakterisasi kumpulan data yang berasal dari pengamatan. Tujuan dari analisis deskriptif adalah untuk memberi gambaran umum berisi informasi yang telah dikumpulkan (Pandjaitan & Ahmad, 2017). Penelitian ini memakai statistik deskriptif untuk memberikan ringkasan variabel terikat yaitu pengungkapan CSR, serta variabel bebas yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas serta *leverage*. Kegunaannya adalah untuk membuat variabel dalam penelitian lebih mudah dipahami.

2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum menguji hipotesis, perlu untuk menyatakan bahwa data itu masuk akal, setelah itu uji asumsi klasik digunakan untuk mengevaluasi data penelitian. Dari penjelasan tersebut, (Rochaety, 2019) asumsi klasik regresi data *cross section* yang dilakukan dalam kajian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier variabel *dependent* serta variabel *independent* keduanya berdistribusi normal ataupun tidak. Model regresi yang baik ialah yang mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal (Rochaety, 2019).

b. Uji Asumsi Multikolinieritas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana variabel bebas yang termasuk dalam konstruksi regresi linier memiliki hubungan atau asosiasi yang signifikan. Sebuah model dalam analisis regresi harus bebas dari gejala multikolinearitas (Diddowiseiso, 2017). Multikolinearitas diterapkan pada analisis regresi berganda yang terdiri dari dua atau lebih variabel bebas (*independen variabel*) dimana kedekatan hubungan antar variabel bebas akan diukur dengan besarnya koefisien korelasi (r). Uji multikolinearitas dideteksi dengan nilai Variance Inflation Factor (VIF) atau nilai toleransi dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Nilai VIF $> 10,00$, terdapat multikolinearitas
2. Nilai VIF $< 10,00$, tidak terdapat multikolinearitas

c. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas mengacu pada fakta bahwa variasi residual berbeda dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya, sedangkan homoskedastisitas menunjukkan bahwa varians residual adalah sama dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya, menghasilkan estimasi model yang lebih akurat (Pandjaitan & Ahmad, 2017). Uji heteroskedastisitas menentukan ada tidaknya ketidaksamaan varians antara residual satu pengamatan serta residual pengamatan lain pada model regresi. Uji Breusch-Pagan dapat digunakan untuk mendeteksi apakah terdapat tanda-tanda heteroskedastisitas pada kondisi sebagai berikut:

1. Nilai probabilitas $> 5\%$, tidak ada gejala heteroskedastisitas.
2. Nilai probabilitas $< 5\%$, ditemui gejala heteroskedastisitas.

3.8 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis adalah pengujian dalam mendapatkan suatu hasil tentang apakah suatu hipotesis pada penelitian bisa diterima atau ditolak.

1. Analisis Regresi Linear

Analisis regresi linear dalam bentuknya yang paling mendasar, adalah metode untuk mendekati data faktual yang terkadang sulit dijelaskan. Secara sederhana, regresi adalah suatu metode untuk menggambarkan fakta-fakta

yang ada secara lebih tepat (pendekatan) (Hermawan & Amirullah, 2016). Dalam penelitian, analisis regresi linier telah terbukti dapat menjelaskan dan mengukur hubungan antara dua variabel atau lebih. Persamaan Analisis Regresi Linear adalah sebagai berikut (Digdowiseiso, 2017):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Estimasi variabel dependen

α = Nilai konstanta/parameter intercept

β = Nilai koefisien regresi variabel independen

X_1 = Ukuran Perusahaan

X_2 = Profitabilitas

X_3 = *Leverage*

ε = *Error*

2. Analisis Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimanfaatkan untuk menilai interpretasi serta pengaruh variabel terikat terhadap variabel bebas. Koefisien determinasi adalah 0 sampai dengan 1 atau $0 < R^2 < 1$. Jika R^2 mendekati 0, sehingga variabel bebas memiliki pengaruh yang lebih kecil terhadap variabel terikat. Sedangkan R^2 mendekati 1, hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas dapat menjelaskan dan memprediksi variabel terikat.

3. Uji Signifikan Individual (Uji t)

Uji beda t-test dimanfaatkan untuk melihat apakah nilai rata-rata dari dua sampel yang tidak berhubungan bervariasi. Selisih antara kedua nilai rata-rata tersebut dibandingkan dengan standar *error* selisih rata-rata kedua sampel pada uji-t. Uji t digunakan untuk menentukan signifikansi. Pengujian tingkat signifikansi pada $\alpha = 5\%$ (0,05), dengan kriteria pengujian:

1. Apabila signifikan $< 0,05$ secara parsial menyatakan bahwa variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, maka hipotesis diterima.
2. Apabila nilai signifikan $> 0,05$ menyatakan secara parsial variabel independen tidak berpengaruh pada variabel dependen sehingga hipotesis ditolak.

4. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada penelitian bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh simultan variabel terikat pada variabel bebas. Uji F mempunyai tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dengan ketentuan yaitu:

1. Nilai signifikan $> 5\%$ sekaligus menyatakan bahwa variabel bebas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat, mengakibatkan hipotesis tidak diterima.
2. Nilai signifikan $< 5\%$ sekaligus menyatakan bahwa variabel bebas berpengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat, mengakibatkan hipotesis dapat diterima.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan menggunakan cara menentukan sampel yang akan dianalisis. Objek penelitian yang dipergunakan pada penelitian ini merupakan jenis perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk periode tahun 2020 dengan memenuhi syarat tertentu. Dari 192 perusahaan, terdapat 122 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel yang telah ditentukan. Proses eliminasi ini memakai metode *purposive sampling*. Periode penelitian ini ialah selama tahun 2020. Diperoleh sampel sebanyak 122 perusahaan manufaktur, sesuai dengan metode *purposive sampling* sebagai berikut:

Tabel 4.1 Jumlah sampel penelitian

Keterangan	Jumlah
Jumlah perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2020	192
Jumlah perusahaan manufaktur yang tidak menerbitkan <i>financial statements</i> dan <i>annual report</i> di website BEI atau website resmi perusahaan	(6)
Perusahaan yang mengalami kerugian pada tahun 2020	(62)
Perusahaan yang mengalami kerugian berkelanjutan yang mengakibatkan defisiensi modal	(2)
Jumlah sampel yang memenuhi kriteria	122

Berdasarkan karakteristik diatas maka peneliti mendapatkan 122 sampel perusahaan. Pada saat peneliti melakukan olah data terdapat temuan yaitu sampel berupa *outlier* sehingga diharuskan untuk mengeluarkan sampel tersebut. Jadi total sampel pada penelitian ini adalah 115.

4.2 Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Terdapat 3 variabel bebas yang terdapat dalam penelitian ini, diantaranya ialah ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas (*ROA*), dan *leverage* (*DER*). Dengan menggunakan pengungkapan CSR sebagai variabel terikat. Dibawah ini merupakan data deskripsi dari masing-masing variabel:

Tabel 4.2 Deskriptif variabel penelitian

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSRD	115	0,15217	0,58696	0,37013	0,06978
SIZE	115	6,65157	21,23759	16,23722	2,57590
ROA	115	0,00002	0,59902	0,06379	0,08019
DER	115	0,00347	7,94070	1,03291	1,16272

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS, 2022

Berdasarkan table 4.2, diperoleh hasil bahwa variabel *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRD) menunjukkan nilai minimal sebesar 0,15217 pada PT. Boston Furniture Industries Tbk (SOFA) dan untuk nilai maksimal sebesar 0,58696 pada PT. Kino Indonesia Tbk (KINO). Sedangkan untuk nilai rata-rata sebesar 0,37013 dengan standar deviasi sebesar 0,06978.

Selanjutnya untuk variabel ukuran perusahaan (SIZE) menunjukkan nilai minimal sebesar 6,65157 pada PT. Sekar Laut Tbk (SKLT) dan untuk nilai maksimal sebesar 21,23759 pada PT. Satyamitra Kemas Lestari Tbk (SMKL). Sedangkan untuk nilai rata-rata sebesar 16,23722 dengan standar deviasi sebesar 2,57590.

Kemudian variabel profitabilitas (ROA) menunjukkan nilai minimal sebesar 0.00002 pada PT. Indofarma Tbk (INAF) dan untuk nilai maksimal sebesar 0,59902 pada PT. PT FKS Food Sejahtera Tbk (AISA). Sedangkan untuk nilai rata-rata sebesar 0,06379 dengan standar deviasi sebesar 0,08019.

Berikutnya terdapat variabel *leverage* (DER) menunjukkan nilai minimal sebesar 0,00347 pada PT Buana Artha Anugerah Tbk (STAR) dan untuk nilai maksimal sebesar 7,94070 pada PT Central Proteina Prima Tbk (CPRO). Sedangkan untuk nilai rata-rata sebesar 1,03291 dengan standar deviasi sebesar 1,16272.

2. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Dalam menandakan bahwa data dari setiap masing-masing variabel dalam sampel penelitian telah berdistribusi normal maka dilakukan uji normalitas. Hasil dari uji normalitas dapat ditinjau dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.3 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		115
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,06714892
Most Extreme Differences	Absolute	0,048
	Positive	0,048
	Negative	-0,035
Test Statistic		0,048
Asymp. Sig. (2 tailed)		0.200 ^{c,d}

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS, 2022

Dalam melakukan uji normalitas, penelitian ini memakai pendekatan *Kolmogorov-Smirnov* menggunakan ketentuan jika data menunjukkan hasil $> 5\%$ atau 0.05 maka bisa diartikan bahwa data telah berdistribusi normal. Dari tabel 4.3 dapat dicermati dari hasil dari *Asymp. Sig* sebesar 0.200 yang merupakan bahwa $0,200 > 0,05$ maka bisa diartikan bahwa data yang digunakan pada penelitian ini sudah berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Untuk menilai apakah terdapat hubungan antar variabel dalam model regresi yang digunakan maka dilakukan uji multikolinearitas. Hasil dari uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4 Uji Multikolinearitas

Model		t	Sig	Colinearity Statistics	
				Tolerance	VIF
1	(Constant)	10,376	0,000		
	SIZE	-2,663	0,009	0,893	1,120
	ROA	0,065	0,949	0,903	1,108
	DER	0,609	0,544	0,965	1,037

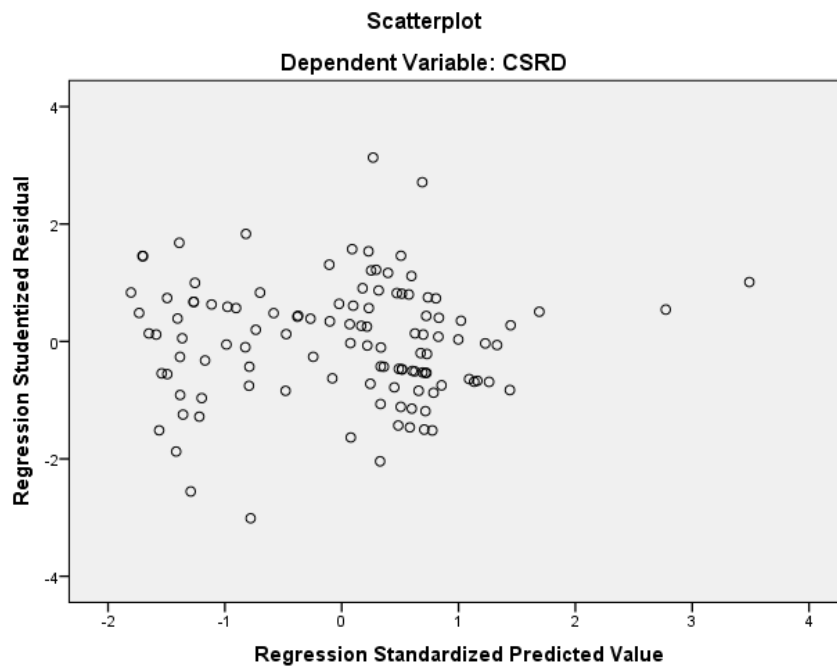
Sumber: Hasil olah data SPSS, 2022

Dalam uji multikolinearitas, agar tidak terjadi hubungan maka hasil dari data penelitian yang dipakai harus bahwa nilai $VIF \leq 10$ dan nilai $tolerance \geq 0,10$. Dari tabel 4.4 memberikan hasil bahwa variabel ukuran perusahaan (size) memiliki nilai VIF sebesar 1,120 serta nilai tolerance sebesar 0,893. Untuk variabel profitabilitas (ROA) memiliki nilai VIF sebesar 1,108 serta nilai tolerance sebesar 0,903. Sedangkan variabel *leverage* (DER) memiliki nilai VIF sebesar 1,037 serta nilai tolerance sebesar 0,965. Dari hasil yang sudah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* mempunyai nilai $VIF \leq 10$ serta nilai $tolerance \geq 0,10$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terindikasi multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui terjadi penyimpangan atau tidak dari residual antara penagmatan pada model regresi digunakan uji heteroskedastisitas. Dalam menguji heteroskedastisitas, penelitian ini menggunakan grafik *scatterplot*

dalam mengidentifikasi gejala heteroskedastisitas. Hasil dari uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:



Gambar 1 Grafik Scatterplot 1

Berdasarkan grafik *scatterplot* diatas memperlihatkan bahwa pola sudah tersebar dengan rata diatas dan dibawah angka 0 serta tidak membentuk suatu pola. Kesimpulannya ialah penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menguji reaksi variabel bebas terhadap variabel terikat berganti atau tetap. Menurut uji asumsi yang telah dilakukan peneliti, data yang digunakan

dalam penelitian ini telah sesuai ketentuan seperti data telah berdistribusi normal, tidak terdapat multikolinearitas, serta tidak ditemukan heteroskedastisitas. Maka hasil dari analisis regresi linear berganda yaitu:

Tabel 4.5 Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standard Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,479	0,046		10,376	0,000
	SIZE	-0,007	0,003	-0,257	-2,663	0,009
	ROA	0,005	0,084	0,006	0,065	0,949
	DER	0,003	0,006	0,057	0,609	0,544

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2021.

$$Y = \alpha + \beta_1 \text{ SIZE} + \beta_2 \text{ ROA} + \beta_3 \text{ DER} + \varepsilon$$

$$\text{CSR} = 0,479 - 0,007 + 0,005 + 0,003 + \varepsilon$$

Berdasarkan hasil diatas, maka interpretasi dari persamaan linear berganda yaitu:

- I. Nilai konstanta sebesar 0,479 yang berarti bahwa variabel bebas yaitu pengungkapan CSR bernilai 0,479 apabila semua variabel bebas memiliki nilai konstan.
- II. Nilai koefisien ukuran perusahaan (SIZE) sebesar -0,007 yang berarti bahwa setiap penambahan 1% ukuran perusahaan (SIZE) maka pengungkapan CSR akan mengalami penurunan sebesar - 0,007.

III. Nilai koefisien profitabilitas (ROA) sebesar 0,005 yang berarti bahwa setiap penambahan 1% profitabilitas (ROA) maka pengungkapan CSR akan mengalami kenaikan sebesar 0.005.

IV. Nilai koefisien *leverage* (DER) sebesar 0,003 yang berarti bahwa setiap penambahan 1% *leverage* (DER) maka pengungkapan CSR akan mengalami kenaikan sebesar 0.003.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dilakukan untuk menunjukkan seberapa besar kapabilitas variabel bebas dalam mengungkapkan variabel terikat. Hasil dari uji koefisien determinan (R^2) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6 Uji Koefisien Determinasi

Modal Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,272 ^a	0,074	0,049	0,06805	1,641

Sumber: Hasil olah data SPSS 24, 2022

Dari tabel 4.6, hasil dari uji koefisien determinasi didapatkan dari nilai *Adjust R Square* sebesar 0,049. Dapat diartikan bahwa kapabilitas seluruh variabel bebas yakni ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* dalam mengungkapkan variabel terikat sebesar 4,9%, sedangkan sisanya sebesar 95,1% (100% - 4,9%) dapat diungkapkan oleh variabel yang tidak dipakai pada penelitian ini.

3. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji signifikan parsial dilakukan agar dapat menunjukkan apakah tiap variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat secara parsial. Untuk melihat hasilnya dapat dilihat tabel berikut:

Tabel 4.7 Uji t

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	10,376	0,000
	SIZE	-2,663	0,009
	ROA	0,065	0,949
	DER	0,609	0,544

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2022

Menurut ketentuan pada uji t, jika nilai sig < 0,05 atau 5% Maka variabel bebas berpengaruh positif signifikan terhadap variabel terikat secara parsial. Berdasarkan hasil uji t yang terdapat tabel 4.7 menunjukkan bahwa hanya ada 1 variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, sehingga dapat dijelaskan sebagai berikut:

- I. Ukuran perusahaan (X_1) berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR (Y)

Hasil pada uji t variabel ukuran perusahaan memiliki nilai sig sebesar 0,009 yang berarti bahwa nilai sig < 0,05

sehingga variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

II. Profitabilitas (X_2) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR (Y)

Hasil pada uji t variabel profitabilitas memiliki nilai sig sebesar 0,949 yang berarti bahwa nilai sig > 0,05 sehingga variabel profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

III. *Leverage* (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR (Y)

Hasil pada uji t variabel *leverage* memiliki nilai sig sebesar 0,544 yang berarti bahwa nilai sig > 0,05 sehingga variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

4. Uji Kelayakan Model Regresi (uji f)

Pada uji model regresi ini dilakukan untuk mengetahui secara simultan pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel bebas yang akan diuji yakni ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap pengungkapan CSR sebagai variabel terikat. Terdapat ketentuan pada uji ini, apabila nilai sig < 0,05 atau 5% Maka variabel bebas berpengaruh positif signifikan terhadap variabel terikat secara simultan.

Tabel 4.8 Uji f

ANOVA						
Model		Sum of Square	df	Mean Square	f	sig
1	Regression	0,041	3	0,014	2,967	0,035 ^b
	Residual	0,514	111	0,005		
	Total	0,555	114			

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2022

Menurut tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai sig sebesar 0,035 yang berarti bahwa nilai tersebut $< 0,05$ Maka variabel independen yang terdiri dari ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* secara simultan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V

PEMBAHASAN

Secara keseluruhan, teori legitimasi menawarkan pandangan penting untuk mempublikasikan tanggung jawab sosial perusahaan pada publik. Satu hal terpenting dalam menyapaikan CSR perusahaan dapat menggunakan satu atau lebih strategi dari teori legitimasi. Tujuan perusahaan dalam mengungkapkan CSR adalah untuk menunjukkan kepada masyarakat kegiatan sosial perusahaan dan dampaknya terhadap masyarakat sekitar serta sebagai media untuk menjaga reputasi perusahaan. Sebagai sistem yang juga mengutamakan kepentingan publik, perusahaan wajib menjalankan aktivitasnya sesuai dengan harapan masyarakat. Hal ini dapat dijadikan sebagai strategi untuk membangun strategi perusahaan terutama dalam upaya memposisikan diri di tengah masyarakat serta membangun hubungan baik dengan lingkungan sekitar perusahaan (Abidin & Lestari, 2019).

Kegiatan CSR yang dilakukan selama pandemi Covid-19 akan menciptakan hubungan yang lebih erat antara perusahaan, pelanggan, serta masyarakat umum sehubungan dengan upaya bersama memerangi virus. Oleh karena itu, pandemi Covid-19 dapat menjadi peluang bagi perusahaan untuk berpartisipasi aktif dalam strategi serta agenda CSR mereka. Partisipasi perusahaan dalam memecahkan masalah sosial menunjukkan bahwa organisasi bisnis tidak identik dengan mengejar keuntungan atau akumulasi modal belaka. Kebijakan CSR menunjukkan komitmen

perusahaan untuk berbagi dalam semua dampak kegiatan industri terhadap lingkungan dan masyarakat di mana ia beroperasi (Taliding, 2021).

Penelitian menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*. Berikut penjelasan dari masing-masing variabel:

1. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR

Ukuran perusahaan mencerminkan perbedaan risiko antara perusahaan kecil dan besar. Semakin besar perusahaan maka semakin baik teknologi serta sistem yang dimiliki perusahaan serta kemudahan bagi manajemen dalam menggunakan sumber daya perusahaan sehingga akan meningkatkan kinerja bisnis (Taliding, 2021). Secara teori, perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, serta perusahaan yang lebih besar dengan kegiatan operasional dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat dapat memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial perusahaan, sehingga publikasi CSR perusahaan menjadi lebih luas (Darwis, 2009).

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, diperoleh hasil uji statistik untuk variabel ukuran perusahaan sebesar 0,009, hal ini dapat diartikan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Kemampuan rata-rata perusahaan dalam menghasilkan aset adalah sebesar 16,237 sedangkan standard deviasi sebesar 2,575 yang artinya ukuran dari penyebaran variabel ukuran perusahaan pada sampel penelitian adalah

sebesar 2,575. Hipotesis pertama (H_1) yang diajukan terbukti dan dapat diterima. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Parvez Mia & Abdullah (2011), dan Manuel C. Branco & Catarina (2014) membuktikan bahwa pada saat krisis ekonomi ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Di masa pandemi Covid-19, perusahaan diyakini mampu memecahkan masalah dalam membangun masyarakat yang “terpuruk” akibat melambatnya perekonomian nasional. Pandemi Covid-19 tidak bisa menghentikan perusahaan untuk melaksanakan CSR. Padahal, banyak ide kegiatan CSR yang bisa dilakukan di masa pandemi ini (Sudirman & Disemadi, 2021).

Adanya pengaruh yang signifikan antara ukuran perusahaan dan CSR mungkin disebabkan oleh faktor kebutuhan masyarakat terhadap perusahaan yang lebih besar, selain perusahaan yang memiliki lebih banyak sumber daya untuk menghasilkan lebih banyak informasi dan lebih banyak sumber daya untuk menghasilkan informasi. Perusahaan besar adalah perusahaan yang diperhatikan oleh investor atau pemegang saham. Oleh karena itu, perusahaan besar memiliki tanggung jawab sosial yang lebih besar terhadap masyarakat luas dan pemiliknya (Arif & Wowo, 2016).

Hasil penelitian sesuai dengan teori legitimasi yang menyatakan semakin besar perusahaan akan terlibat dalam lebih banyak kegiatan sosial untuk mendapatkan kredibilitas dan pengaruh terhadap pemangku kepentingan internal

dan eksternal. Sejalan dengan teori stakeholder yang menjelaskan bahwa perusahaan berkembang menjadi sangat besar serta menyebabkan masyarakat terkait di dalamnya. Dengan demikian, masyarakat akan memperhatikan perusahaan, maka perusahaan perlu meningkatkan akuntabilitas dan tanggung jawabnya tidak hanya kepada pemegang saham saja tapi kepada masyarakat secara luas. Pernyataan dari teori *stakeholder* mampu menjelaskan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka perlu melakukan pengungkapan CSR (Arif & Wowo , 2016).

2. Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Profitabilitas merupakan ukuran untuk menilai keberhasilan suatu perusahaan dalam menggunakan modal kerja secara tepat dan efisien untuk tujuan menghasilkan laba yang diharapkan. Profitabilitas yang lebih tinggi mencerminkan kemampuan entitas untuk menghasilkan laba sehingga entitas akan meningkatkan tanggung jawab sosialnya dan mampu mengkomunikasikan tanggung jawab sosial dalam laporan perusahaan yang lebih luas (Sari & Priyadi, 2020).

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh hasil uji statistik untuk variabel profitabilitas sebesar 0,949, hal ini dapat diartikan bahwa variabel profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Kemampuan rata-rata aktif dalam menghasilkan laba adalah sebesar 0,063 sedangkan standard deviasi sebesar 0,080 yang artinya ukuran dari penyebaran variabel ROA adalah sebesar

0,080. Hipotesis kedua (H_2) yang diajukan tidak terbukti dan tidak dapat diterima. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Manuel C. Branco & Catarina (2014), Parvez Mia (2011), yang membuktikan bahwa pada saat krisis ekonomi profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR pada saat krisis ekonomi.

Sebagaimana diketahui bahwa perusahaan memiliki prinsip kerja sampai saat ini untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dan kerugian yang sekecil-kecilnya. Perusahaan tidak cukup hanya fokus pada pertumbuhan laba, tetapi juga memperhatikan pihak eksternal (*stakeholder*). Sinergi ini dimaksudkan untuk menghasilkan dukungan pemangku kepentingan, yang nantinya akan memperkuat posisi perusahaan di tengah persaingan global yang semakin ketat. Implementasi CSR perusahaan adalah untuk menciptakan loyalitas pelanggan perusahaan, sehingga terlepas dari besar kecilnya keuntungan perusahaan, perusahaan tetap mengungkapkan tanggung jawab sosialnya (Noviarty & Edryani, 2021).

Hasil penelitian bertentangan dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan lebih mudah meyakinkan investor untuk berinvestasi pada perusahaan dengan mencantumkan CSR dalam laporannya. Namun, hasil survei ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan profitabilitas tinggi merasa tidak perlu mengungkapkan kegiatan CSR mereka, dengan asumsi bahwa pembaca laporan tahunan cukup tertarik dengan hanya melihat kinerja bisnis keuangan yang baik. Sehingga pengungkapan CSR

perusahaan dilakukan hanya karena memenuhi peraturan undang-undang yang merupakan program tahunan yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan (Rukmana, 2020).

Sebaliknya, ketika tingkat profitabilitas rendah, mereka mengharapkan pengguna laporan membaca kabar baik tentang kinerja perusahaan. Dalam penelitian ini, profitabilitas yang diproksi dengan laba per saham menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Artinya tingkat profitabilitas tidak berpengaruh terhadap derajat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Darwis, 2009).

3. Pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Leverage adalah proporsi total utang relatif terhadap ekuitas rata-rata. Rasio ini memberikan gambaran tentang struktur modal perusahaan. Perusahaan dengan rasio utang yang lebih tinggi akan mencoba mengomunikasikan lebih banyak informasi sebagai cara untuk menurunkan biaya pemantauan investor. Dibandingkan dengan perusahaan dengan utang rendah, mereka menyediakan data yang lebih komprehensif dalam laporan tahunan untuk memenuhi tuntutan ini.

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, diperoleh hasil uji statistik untuk variabel *leverage* sebesar 0,544, hal ini dapat diartikan bahwa variabel *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hutang rata-rata perusahaan yang digunakan dalam membiayai perusahaan untuk menghasilkan laba adalah sebesar 1,032 sedangkan standard deviasi adalah sebesar 1,162 artinya ukuran dari penyebaran variabel *debt to equity ratio* adalah

sebesar 1,162. Hipotesis ketiga (H_3) yang diajukan tidak terbukti dan tidak dapat diterima. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Parvez Mia & Abdullah Al-Mamun (2011), Oliveira, dkk (2019), dan Raida Chakroun (2017), membuktikan bahwa pada saat krisis ekonomi *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Di masa pandemi, penurunan kinerja keuangan menyebabkan pendanaan internal melalui laba perusahaan masih belum mencukupi. Perusahaan yang tidak meningkatkan utang memiliki risiko utang dan kebangkrutan lebih tinggi (Aprilianto & Wardhaningrum, 2021). Bukan hanya utang perusahaan, tetapi juga peningkatan utang negara dan beban bunga harus ditanggung negara. Pandemi Covid-19 memaksa pemerintah bekerja keras mencari pendanaan. Namun kini, pemerintah harus mencari sumber pembiayaan lain selain utang untuk memenuhi kebutuhan belanja negara.

Perusahaan yang memiliki tingkat utang yang tinggi akan lebih berisiko tinggi, karena perusahaan lebih mengamankan posisinya di depan para kreditor daripada mendanai program CSR. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, hal ini ditunjukkan dengan perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi tidak selalu melakukan kegiatan sosial secara detail, karena perusahaan lebih fokus pada pengurangan risiko keuangan untuk melindungi aset perusahaan dihadapan kreditor. Hal ini tidak sejalan dengan teori legitimasi, dimana informasi tambahan yang dilakukan

perusahaan seharusnya diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi tentang pemenuhan haknya sebagai kreditor

4. Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Pembahasan kali ini berdasarkan hasil uji f dengan nilai Sig sebesar 0,035 dimana hasil tersebut $< 0,05$ sehingga dapat diartikan bahwa variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hipotesis keempat (H_4) yang diajukan terbukti dan dapat diterima. Selanjutnya, pada uji koefisien determinasi (R^2) memperlihatkan nilai sebesar 0,049 atau 4,9%. Dapat diartikan bahwa variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* mempunyai kapabilitas dalam mengungkapkan variabel pengungkapan CSR sebesar 0,049 atau 4,9%. Sehingga sisa nilai uji koefisien determinasi (R^2) yang sebesar 0,951 atau 95,1% dapat diungkapkan oleh variabel yang selain terdapat pada penelitian ini, seperti variabel likuiditas, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan lain sebagainya.

Variabel independen mempunyai nilai koefisien dimana untuk memperlihatkan urutan simultan tiap variabel. Ukuran perusahaan mempunyai nilai koefisien sebesar -0,007. Profitabilitas mempunyai nilai koefisien sebesar 0,005 dan *leverage* mempunyai nilai koefisien sebesar 0,003. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa urutan simultan variabel yaitu profitabilitas, kemudian *leverage*, dan terakhir adalah ukuran perusahaan.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2020. Sebanyak 115 perusahaan merupakan sampel dalam penelitian ini. Berdasarkan analisis statistik yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t (parsial) sebesar $0,009 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi total aset perusahaan, tidak akan mempengaruhi luasnya pengungkapan CSR perusahaan.
2. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t (parsial) sebesar $0,949 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tinggi *return on asset* perusahaan, tidak akan mempengaruhi luasnya pengungkapan CSR perusahaan.
3. *Leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Hal ini dibuktikan dalam hasil uji t (parsial) sebesar $0,544 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa besar kecilnya rasio *leverage*, tidak akan mempengaruhi luasnya pengungkapan CSR perusahaan.

4. Ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* tidak berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Hal ini dibuktikan dalam hasil uji t (parsial) sebesar $0,035 < 0,05$.

6.2 Saran

Keterbatasan dalam penelitian ini ialah terdapat unsur subjektivitas dalam menentukan indeks pengungkapan. Hal ini dikarenakan tidak ada standar penentuan sebagai acuan, yang berakibat penentuan indeks untuk indikator pada kategori yang sama dapat berbeda. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, maka saran dari penelitian ini yaitu:

1. Pemerintah harus lebih terlibat dalam pengawasan CSR perusahaan-perusahaan di Indonesia, agar praktik serta pengungkapan CSR di Indonesia meningkat.
2. Penelitian yang akan datang dapat menambahkan variabel independen yang terkait dengan pengungkapan CSR perusahaan, karena 95,1% dari nilai variabel dependen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.
3. Penelitian yang akan datang dapat meningkatkan jumlah sampel untuk memprediksi variabel yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR.

4. Penelitian yang akan datang dianjurkan menggunakan periode pengamatan yang lebih lama sehingga akan memberi peluang yang besar dalam mendapatkan kondisi yang terjadi.



DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, J., & Lestari, S. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Ukuran Komite Audit terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Riset & jurnal akuntansi*, 50.
- Amir, A., Junaidi, & Yulmardi. (2009). *Metodologi Penelitian Ekonomi & Penerapannya*. Jambi: IPB Press.
- Aprilianto, B., & Wardhaningrum, O. (2021). Pandemi Covid-19: Lebih Baik Menambah Utang atau Ekuitas? *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 25.
- Arif, F. A., & Wowo, A. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 184-192.
- Artiacha, T., Leea, D., Nelson, D., & Walker, J. (2010). The Determinants of Corporate Sustainability Performance. *Journal Accounting & Finance*, 32.
- Asmeri, R., Alvionita, T., & Gunardi, A. (2017). CSR Disclosure in the Mining Industry: Empirical Evidence from Listed Mining Firms in Indonesia. *Indosean Journal of Sustainability Accounting and Management*, 16-17.
- Ayuni, N., & Gorda, A. (2020). *Balance Scorecard*. Bali: Nilacakra.
- Aziza, N. (2014). Anteseden Pengungkapan Lingkungan dan Pengaruhnya Terhadap Image Perusahaan. *Jurnal Fairness*, 7.
- Barus, I. E. (2016). Pengaruh GCG terhadap Kinerja Keuangan dengan CSR sebagai Pemoderasi di Perusahaan Pertambangan. *Jurnal Manajemen & Keuangan*, 479.
- Branco, M., & Delgado, C. (2014). Factors Influencing the Assurance of Sustainability Reports in the Context of the Economic Crisis in Portugal. *Managerial Audit Journal*, 237-247.
- Branco, M., & Delgado, C. (2014). Factors Influencing the Assurance of Sustainability Reports in the Context of the Economic Crisis in Portugal. *Managerial audit journal*, 237-250.

- Chakroun, R., Matoussi, H., & Mbirki, S. (2017). Determinants of CSR disclosure of Tunisian listed banks: a multi-support analysis. *Social responsibility journal*, 552-576.
- Darwis, H. (2009). Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Financial Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan High Pofile Di BEI. *Jurnal Keuangan & Perbankan*, 58.
- Dermawan, D., & Deitiana, T. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corprate Social Responsibility. *Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 158.
- Dias, A., Rodrigues, L., & Craig, R. (2016). Global Financial Crisis and Corporate Social Responsibility Disclosure”. *Social Responsibility Journal*, 1-19.
- Diddowiseiso, K. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Naisonal.
- Digdowiseiso, K. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional.
- Dwipayadnya, P., Wiagustini, N., & Purwabangsa, I. (2015). Kepemilikan Manajerial dan Leverage sebagai Prediktor Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, 153.
- Dyduch, J., & Krasodomska, J. (2017). Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Empirical Study of Polish Listed Companies”. *MDPI Journal Responsibility*, 1-18.
- Fauzi, M., Akbarudin, W. H., Darmasetiawan, I., & Darussalam, A. (2020). Penerapan Tanggung Jawab Sosial Perbankan Syariah Milik Negara dengan Indeks Islamic Social Reporting. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 490-498.
- Fibrianti, N. E., & Wisada, I. S. (2015). Pengaruh Hutang, Profitabilitas, dan Tanggung Jawab Lingkungan pada CSR Disclosure Perusahaan Pertambangan. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 100-101.
- Firstyananda, E. N., Rahma, P. K., & Hardjati, S. (2021). Program Kemitraan Upaya Pemberdayaan UMKM Di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus: PT. Jasa Marga Surabaya Gempol). *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 46-49.

- Garcia-Benau, M., Sierra-Garcia, L., & Zorio, A. (2013). Financial Crisis Impact on Sustainability Reporting. *Management Decision*, 1528.
- Hafiez, S., & Setiawan, A. (2015). Perbankan Syariah dan Tanggung Jawab Sosial, Sebuah Studi Komparasi Indonesia dan Malaysia Dengan Pendekatan Islamic Soial Reporting index dan Global Reporting Initiative Index. *Jurnal Studi Ekonomi*, 1-6.
- Hendrayani, Y., & Uljanatunnisa. (2021). CSR di Era Pandemi Berbasis Nilai-Nilai Bela Negara: Analisis Konten pada Situs Website Resmi Lima Badan Usaha Milik Negara. *Society*, 2.
- Herawati, H. (2015). Corporate Governance, Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Corporate social responsibility. *Jurnal Riset Akuntansi dan Perpajakan*, 203-215.
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis; Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. -: MNC Publishing.
- Hidayah, R., Wahyuningsih, I., Nofriyanti, E., Kiswanto, & Pamungkas, I. (2020). Corporate Social Responsibility Disclosure in Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 527.
- Hooghiemstra, R. (2000). Corporate Communication and Impression Management—New Perspectives Why Companies Engage in Corporate Social Reporting. *Journal of Business Ethics*, 55-64.
- Hussainey, K., Elsayed, M., & Razik, M. (2011). Factors affecting corporate social responsibility disclosure in Egypt. *corporate ownership & control*, 1-20.
- Ismayanti, N. (2015). Akuntansi Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Bank Syariah. *Jurnal An-Nisbah*, 16.
- Kartini, P. T., Maiyarni, R., & Tiswiyanti, W. (2019). Pengaruh Return on Asset (ROA), Return on Equity (ROE) dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 243.
- Kolk, A., & Perego, P. (2010). Determinants of the Adoption of Sustainability Assurance Statements: An International Investigation. *Business Strategy and the Environment*, 182.

- Krisna, A. D., & Suhardianto, N. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 119.
- Marom, S., & Lussier, R. (2020). Corporate Social Responsibility during the Coronavirus Pandemic: An Interim Overview. *Business and Economic Research*, 250.
- Masruhah, Amin, M., & Junaidi. (2021). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan, Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan LQ-45 Di Masa Pandemi Covid-19. *E-JRA*, 84.
- Melo, T., & Garrido-Morgado, A. (2012). Corporate Reputation: A Combination of Social Responsibility and Industry. *Wiley Online Library*, 2-3.
- Mia, P., & Al-Mamun, A. (2011). Corporate Social Disclosure during the Global Financial Crisis. *International Journal of Economics and Finance*, 174.
- Mia, P., & Al-Mamun, A. (2011). Corporate Social Disclosure during the Global Financial Crisis. *International journal of economics and finance*, 230-246.
- Noviarty, H., & Edryani, Y. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Sektor Farmasi. *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi*, 12.
- Novrizal, M. F., & Fitri, M. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) tahun 2012- 2015 dengan Menggunakan Islamic Social Reporting (ISR) Index sebagai Tolok Ukur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 182-188.
- Nurdin, I. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Oliveira, Jonas, d., Azevedo, G. d., & Silva, M. P. (2019). Institutional and economic determinants of corporate social responsibility disclosure by banks: Institutional perspectives. *Meditari accountancy research*, 1-36.
- Panda, M., & Kumar, A. (2021). Corporate Social Responsibility During Covid-19: A Qualitative Study. 108.
- Pandjaitan, D., & Ahmad, A. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Bandar Lampung: Aura Publishing.

- Purwanto, A. (2011). Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi & Auditing*, 12-27.
- Rafika, & Maharini, Y. (2021). Analisis CSR dan Hubungannya dengan Profitabilitas Masa Covid-19 pada Perusahaan Konsumsi. *Jurnal Pemiikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 68-74.
- Rahmawati. (2020). *Corporate Social Responsibility, Berbasis Kearifan Lokal: Perspektif Kedaulatan Luwu*. Malang: Peneleh.
- Rindiyawati, A., & Arifin, J. (2019). Determinan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Industri Perbankan. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 4-7.
- Rochaety, E. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Aplikasi SPSS*. Bogor: Mitra Wacana Media.
- Rukmana, E. (2020). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Mediasi*, 10.
- Sari, N. (2014). Analisis Pengungkapan Corporate Social Responsibility Berdasarkan Global Reporting Intiatives (GRI): Studi Kasus Perusahaan Tambang BatuBara Bukit Asam (Persero) Tbk dan Timah (Persero) Tbk. *Binus Business Review*, 528.
- Sari, Y., & Priyadi, M. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 3.
- Simnett, R., Vanstraelen, A., & Chua, W. (2007). Assurance on Sustainability Reports: An International”, Sustainability Accounting, Management and Policy Journal. *Management and Policy Journal*, 9.
- Sudirman, L., & Disemadi, H. (2021). Kebijakan Corporate Social Responsibility: Investasi Sosial dalam Pengembangan. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 289-295.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sumilat, H., & Destrina, N. (2017). CSR Reports, CSR Disclosure Quality, and Corporate Reputations: a Systematic Literature Review. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 133.
- Taliding, A. (2021). Evaluasi Efektivitas Corporate Social Responsibility Pada PT. Semen Tonasa. *Jurnal Online Manajemen*, 51.
- Tangdialla, R. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR): Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Economix*, 58.
- Titisari, K. H., Suwardi, E., & Setiawan, D. (2010). Corporate Social Responsibility. *Simposium Nasional Akuntansi*, 5.
- Usman, B. (2020). CSR Reports, CSR Disclosure Quality, and Corporate Reputations: a Systematic Literature Review. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 29-30.
- Wahyuningsih, A., & Mahdar, N. M. (2018). Pengaruh Size, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Bisnis & Ekonomi*, 28.
- Wati, L. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dengan Gri 3. *Jurnal Ecodemica*, 140-246.
- Wicaksono, M., & Paryanto. (2015). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2013. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 18.
- Widyaningsih, D. (2018). Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, Serta Komite Audit Pada Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR sebagai Variabel Moderating dan Firm Size sebagai Variabel Kontrol. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 1.
- Wulandari, T. D. (2011). Pengaruh Tanggung Jawab Perusahaan dalam Menanggulangi Krisis terhadap Reputasi Perusahaan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1-12.
- Yusuf, M. (2017). *Islamic Corporate Social Responsibility, (I-CSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah*. Depok: Kencana.