



Submit: 18-06-2024

Review: 18-06-2024

Accepted: 18-06-2024

Publish: 18-06-2024

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, LEVERAGE TERHADAP CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BEI

Yovie Setiawan^{1*}, Choirul Hana²

^{1,2}, Program Studi Akuntansi, Universitas Kahuripan Kediri, Jl. Pb. Sudirman No.25,
Plongko, Pare, Kec. Pare, Kabupaten Kediri, Jawa Timur,, Indonesia, Kode pos 64212
myoviesetiawan@students.kahuripan.ac.id¹, choirulhana@kahuripan.ac.id²

No. Telp: 085718260787

Abstrak: Tujuan utama dari suatu perusahaan tentunya menginginkan laba didalam perusahaannya, namun pada dasarnya dengan laba saja tidak cukup sebagai bahan pertimbangan utama bagi para stakeholder, sehingga perusahaan harus menunjukkan keunggulan yang dimiliki, yakni pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage terhadap *corporate social responsibility* (CSR) Pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar DI BEI. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan pendekatan kausal. Populasi penelitian berjumlah 64 perusahaan dengan tahun pengamatan selama 3 tahun yakni mulai dari tahun 2020 - 2022. Sampel yang digunakan sebanyak 57 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel, sehingga jumlah pengamatan dalam penelitian ini adalah 57 perusahaan dikalikan dengan 3 tahun pengamatan, jadi total sebanyak 171 pengamatan. Teknik analisis yang digunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage terhadap Corporate Sosial Responsibility (CSR) secara parsial nampak signifikan. Kemudian secara simultan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage secara bersama-sama juga berpengaruh signifikan terhadap Corporate Sosial Responsibility (CSR).

Kata Kunci: ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, Corporate Sosial Responsibility (CSR)

Abstract: The main goal of a company is of course to want profits within the company, but basically profit alone is not enough as the main consideration for stakeholders, so the company must show its advantages, namely disclosure of corporate social responsibility (CSR). The aim of this research is to examine and analyze the influence of company size, profitability, leverage on corporate social responsibility (CSR) in mining companies listed on the IDX. The research method used is quantitative, with a causal approach. The research population was 64 companies with 3 years of observation, starting from 2020 - 2022. The sample used was 57 companies that met the sample criteria, so the number of observations in this study was 57 companies multiplied by 3 years of observation, for a total of 171 observations. . The analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this research show that company size, profitability, leverage on Corporate Social Responsibility (CSR) partially appear significant. Then simultaneously the variables company size, profitability, leverage together also have a significant effect on Corporate Social Responsibility (CSR).

Keywords: company size, profitability, leverage, Corporate Social Responsibility (CSR)

PENDAHULUAN

Berkembang pesatnya pertumbuhan ekonomi, industri, dan perubahan teknologi saat ini menuntut perusahaan untuk tidak hanya memperhatikan keuntungan semata, melainkan perusahaan harus turut serta memperhatikan dengan seksama terhadap tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility (CSR)*. Tujuan utama dari suatu perusahaan tentunya menginginkan laba didalam perusahaannya dapat meningkat untuk setiap tahunnya, namun pada kenyataannya sekarang dengan laba saja tidak cukup untuk sebagai bahan pertimbangan utama bagi para *stakeholder*, maka dari itu perusahaan harus menunjukkan keunggulan-keunggulan lain yang ada di dalam perusahaan, salah satunya untuk sebagai bahan pertimbangan yang dapat diungkapkan adalah *corporate social responsibility (CSR)*. Perusahaan dituntut untuk tidak lagi terpaku pada sistem single bottom line yakni profit atau laba saja, namun perusahaan mulai tertuju pada sistem triple bottom line (3P) berupa people, profit dan planet (Belinda et al., 2023).

Perusahaan seharusnya tidak hanya berusaha untuk mendapatkan keuntungan, tetapi juga mempertimbangkan dan berpartisipasi dalam memenuhi kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan dan menjaga kelestarian alam. Oleh karena itu, *corporate social responsibility (CSR)* diperlukan untuk mengurangi terjadi kerusakan dan pencemaran juga kepedulian yang ditunjukkan oleh perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat (Sugiharto et al., 2023).

Menurut Savitri & Parasetya, (2023) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR berhubungan secara positif dan searah. Bisnis yang menguntungkan atau yang profitabilitasnya tinggi akan melakukan pengungkapan yang lebih luas (Hanifah, 2023). Perusahaan dengan nilai leverage tinggi mungkin akan berusaha untuk menghindari melaporkan pengungkapan *corporate social responsibility* karena melakukannya memerlukan banyak biaya. Selain itu, perusahaan menghindari pengawasan ketat dan para pemegang hutang (Sugiharto et al., 2023).

Indira & Dita (2018) mengatakan profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan adalah beberapa faktor yang sering dikaitkan dengan pengungkapan CSR. Adapun beberapa *research gap* dari hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage terhadap pengungkapan CSR. Diantaranya adalah penelitian dari (Teguh erawati, et al 2021) yang menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh (-) negative terhadap CSR sedangkan hasil dari penelitian (Dewi dan Khafi , 2018) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh pada CSR.

Faktor yang kedua Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk memperlihatkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memperoleh keuntungan (laba) perusahaan. Perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang baik atau nilai profitabilitasnya tinggi maka akan mendapatkan tekanan dari lingkungan perusahaan untuk mengungkapkan *corporate social responsibility (CSR)* secara luas. Ditinjau dari peneliti terdahulu untuk

profitabilitas, hasil penelitian dari Susanto et al. (2022) bahwa profitabilitas terbukti berpengaruh signifikan terhadap CSR sedangkan hasil penelitian dari (Jannah et al., 2023) bahwa tidak ada adanya pengaruh antara profitabilitas terhadap pengungkapan CSR.

Faktor ketiga Leverage adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan seberapa besar aset perusahaan dibiayai dengan utang. Perusahaan yang memiliki nilai leverage tinggi menandakan bahwa perusahaan akan berusaha untuk tidak melaporkan pengungkapan CSR, hal tersebut dikarenakan untuk menghemat biaya, karena untuk melakukan kegiatan dan pengungkapan CSR memerlukan biaya yang cukup besar. Ditinjau dari peneliti terdahulu hasil penelitian dari (Sugiharto et al., 2023) bahwasanya leverage tidak berpengaruh terhadap tanggung jawab social perusahaan sedangkan dari penelitian (Hanifah, 2023) bahwa leverage berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial Perusahaan atau CSR.

Dari penjelasan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage terhadap Corporate Sosial Responsibility pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI". Karenanya penelitian ini memiliki tujuan yakni untuk menguji dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage terhadap corporate sosial responsibility (CSR) Pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar DI BEI.

TINJAUAN LITERATUR

A. Teori Agency

Pemahaman teori keagenan adalah hal yang paling dekat dengan pemahaman tata kelola perusahaan. Teori ini memberikan kerangka analitis untuk mengevaluasi dampak hubungan agen-prinsipal atau hubungan prinsipal-prinsipal. Ketika fenomena pemisahan kepemilikan perusahaan dari manajemen meluas, khususnya pada perusahaan-perusahaan besar modern, maka teori klasik tentang perusahaan tidak lagi dapat digunakan sebagai landasan analisis perusahaan tersebut. Teori keagenan mengemukakan bahwa terdapat tiga elemen tambahan yang dapat mengekang perilaku menyimpang manajer (agent) dalam hubungan keagenan antara pemegang saham (principal) dan manajer (agent), yaitu: pertama, elemen pasar tenaga kerja manajerial, kedua, elemen pasar tenaga kerja manajerial, dan elemen pasar tenaga kerja manajerial. beroperasinya pasar modal, dan ketiga, unsur beroperasinya pasar atas keinginan menguasai dan memiliki atau menguasai kepemilikan perusahaan. Artinya, teori ini dapat digunakan untuk memahami bagaimana hal tersebut distrukturkan dan dikelola sehingga pengeluaran pajak dapat direncanakan secara efisien dan nilai perusahaan dapat meningkat di pasar modal (Jensen & Meckling, 1976; Rajabalizadeh & Oradi, 2022; Supriyadi et al., 2024).

B. Corporate Sosial Responsibility (CSR)

Pengungkapan tanggung jawab sosial adalah informasi yang ditujukan kepada pemangku kepentingan agar perusahaan dapat memberikan informasi

tentang tanggung jawab sosial yang telah dilakukan selama periode waktu tertentu (Irham et al., 2018). Perusahaan bertanggung jawab atas dampak keputusan dan aktivitas perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan hidup dengan berperilaku transparan dan beretika yang sejalan dengan pembangunan dan kesejahteraan masyarakat yang berkelanjutan. Ini dikenal sebagai CSR perusahaan (Hanifah, 2023). Dari kedua penjelasan diatas bisa ditarik kesimpulan bahwa CSR adalah konsep bahwa perusahaan bertanggung jawab atas dampak sosial dan lingkungan yang disebabkan oleh aktivitas bisnisnya, seperti masalah limbah, polusi, dan keamanan.

Perusahaan dapat meningkatkan kinerja keuangan dan akses kapital melalui CSR, yang meningkatkan perhatian terhadap lingkungan, kondisi tempat kerja, investasi sosial, hubungan dengan masyarakat, dan citra publik. Setiap perusahaan akan berinteraksi dengan lingkungan sosialnya selama aktivitasnya. Akibat interaksi ini, perlu ada timbal balik antara perusahaan dan lingkungannya. Akibatnya, ada dampak sosial atas kegiatan operasi perusahaan pada lingkungannya. Perusahaan bertanggung jawab untuk menghasilkan keuntungan dan sebagian mengembalikannya kepada masyarakat selama penggunaan sumber daya manusia dan komunitas (Shenurtri et al., 2022).

Standar GRI membantu organisasi dan pemangku kepentingannya berkomunikasi dan memahami dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial mereka. Standar ini dibuat untuk meningkatkan komparabilitas (keterbandingan) dan kualitas informasi tentang dampak ini di seluruh dunia, yang memungkinkan organisasi menjadi lebih transparan dan bertanggung jawab. Pelaporan keberlanjutan, yang dibuat berdasarkan Standar GRI, harus memberikan gambaran yang seimbang dan wajar dari kontribusi organisasi terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan yang positif dan negatif. Informasi yang diberikan melalui pelaporan keberlanjutan memungkinkan para pemangku kepentingan internal dan eksternal untuk membentuk opini dan membuat keputusan terinformasi tentang bagaimana organisasi berkontribusi pada tujuan pembangunan berkelanjutan. Metode ini memungkinkan perusahaan untuk mengukur kinerjanya dalam bidang tata kelola, ekonomi, sosial, dan lingkungan. Selain itu, laporan keberlanjutan ini juga disebut sebagai laporan non-keuangan, laporan tanggung jawab sosial perusahaan, dan laporan lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan (Adzroo & Suryaningrum, 2023; Belinda et al., 2023; Shenurtri et al., 2022; Siddiqui et al., 2023).

Teknik diterapkan untuk mengukur CSR adalah dengan melakukan ceklist laporan tahunan perusahaan. Maka dari itu, skor "1" ditugaskan jika corporate social responsibility itu diungkapkan dan "0" jika tidak. (Savitri & Parasetya, 2023) menyatakan berikut penghitungan pelaporan CSR indeks untuk tiap perusahaan, yakni:

$$CSR = \sum dj / n$$

Dimana:

$d_j = 1$ jika item j di ungkapkan 0 jika item j tidak di ungkapkan

N = jumlah item

Indeks pengungkapan corporate social responsibility secara keseluruhan terdiri dari empat subdimensi, yakni keterlibatan masyarakat (CI), produk dan pelanggan (PC), sumber daya manusia (HR), dan lingkungan dan energi (ENV).

C. Ukuran Perusahaan

Guruh. (2023) mengemukakan bahwa Ukuran perusahaan ialah suatu variabel yang diduga berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. secara umum perusahaan besar memiliki aktiva besar pula, selain itu juga memiliki penjualan yang besar, karyawan perusahaan yang terampil, sistem informasi yang canggih serta keberagaman produk yang dimiliki dan juga memiliki struktur kepemilikan secara lengkap, maka perusahaan besar lebih membutuhkan tingkat pengungkapan secara lebih luas. Sedangkan Sugiharto et al. (2023) mengemukakan bahwa ukuran perusahaan adalah pengukuran besar atau kecilnya perusahaan. Semakin tinggi total aset yang dimiliki perusahaan, berarti perusahaan tersebut tergolong ke dalam perusahaan besar.

Perusahaan diharapkan untuk memperbarui hasil kinerja mereka kepada pemangku kepentingan dan mereka berada di bawah tekanan untuk melakukannya (Savitri & Parasetya, 2023). Menurut Safitri & Mujiyati (2023) untuk menghitung penilaian besar kecilnya perusahaan yang nantinya akan mempengaruhi pertumbuhan perusahaan dapat diukur dengan menggunakan nilai keseluruhan aset. Menurut Tinungki et al. (2022) indikator ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

Ukuran Perusahaan = Log (Total Aset)..... (Tinungki et al., 2022)

D. Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio yang menggambarkan seberapa baik sebuah bisnis berhasil menghasilkan keuntungan dalam jangka waktu tertentu. Nilai profitabilitas didasarkan pada seberapa baik bisnis bekerja dan seberapa baik ia menggunakan aktiva yang dimilikinya secara produktif. Dengan kata lain, profitabilitas dapat dihitung dengan membandingkan keuntungan yang dihasilkan dalam jangka waktu tertentu dengan hasil perhitungan aktiva atau hasil perhitungan modal pemilik (Wisma & Fairus, 2023). Sedangkan menurut (Guruh et al., 2023) Kemampuan sebuah organisasi untuk menghasilkan keuntungan dalam upaya untuk meningkatkan nilai bagi pemegang sahamnya dikenal sebagai profitabilitas.

Pada penelitian ini proxy dari profitabilitas diukur dengan menggunakan *Return on Asset* (ROA). Hal tersebut dapat disebabkan karena ROA memilii fungsi yang bersifat menyeluruh. Artinya, jika suatu perusahaan sudah mengerjakan aktivitas akuntansi yang baik, maka pihak manajemen bisa mengukur semua efisiensi dari bisnis tersebut. Mulai dari pengukuran efisiensi modal kerja, produksi, hingga penjualan, dimana semua itu bisa dilakukan dengan pengukuran ROA. Selain itu, ROA mampu memperbandingkan rasio industri yang mana sangat penting untuk perencanaan strategi dan dapat mengukur efisiensi penggunaan modal secara menyeluruh (Shenurtti et al., 2022). Perhitungan ROA dalam peneliian ini akan disajikan sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \dots\dots\dots (\text{Shenurti et al., 2022})$$

E. Leverage

Sugiharto et al. (2023) menyatakan bahwa nilai *leverage* adalah ukuran seberapa besar kemampuan sebuah perusahaan untuk membiayai asetnya dengan utang. *Leverage* juga dapat dimaknai sebagai jumlah utang yang digunakan perusahaan untuk membiayai saham atau asetnya, yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk mememenuhi kewajiban jangka panjang. (Savitri & Parasetya, 2023) dari penjelasan diatas bisa ditarik kesimpulan bahwa leverage adalah leverage artinya pinjaman yang digunakan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan lebih banyak. Proxy atau ukuran untuk mengukur leverage dalam penelitian ini mengacu pada rumus yang dikemukakan oleh Sugiharto et al. (2023) yakni berupa *debt to equity* (DER). Rumus yang digunakan untuk mengukur DER adalah sebagai berikut :

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}} \dots\dots\dots (\text{Sugiharto et al., 2023})$$

F. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR tercermin dalam teori agensi. Teori agensi menjelaskan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka semakin besar juga biaya keagenan yang dikeluarkan perusahaan dalam pengungkapan informasi dibandingkan dengan perusahaan yang kecil. Berdasarkan teori agensi, manajemen perusahaan akan mempertimbangkan keinginan dan kemakmuran pemilik perusahaan dan pemangku kepentingan perusahaan terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial sehingga perusahaan dapat melaksanakan *good government* dengan baik dan tidak terjadi masalah keagenan (Davis & DeWitt, 2021; Supriyadi et al., 2024).

Perusahaan dengan skala ukuran yang besar cenderung memiliki kinerja perusahaan yang lebih baik dibandingkan perusahaan dengan skala ukuran kecil, dimana hal tersebut dapat dilihat dari besarnya laba yang mampu diperoleh oleh perusahaan tersebut dan kemampuan mengoptimalkan nilai ekonomi perusahaan. Berdasarkan kemampuan financial tersebut maka perusahaan mampu memenuhi sebagian besar kewajiban dalam pengungkapan CSR dibandingkan dengan perusahaan dengan skala yang lebih kecil (Dwekat et al., 2020; Susanto et al., 2022).

Besarnya ukuran perusahaan menjadi salah satu *financial characteristics* yang dapat berpengaruh pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan dengan skala ukuran besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar sehingga perusahaan akan melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Ukuran perusahaan menjadi salah satu *financial characteristics* perusahaan yang banyak disoroti baik oleh investor maupun oleh masyarakat, sehingga secara umum perusahaan dengan skala ukuran yang lebih besar akan lebih banyak

mengungkapkan informasi dibandingkan dengan perusahaan kecil (Irmalasari et al., 2022; Jannah et al., 2023). Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H₁ : Terdapat pengaruh positif dan signifikan Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility

2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profit sehingga mampu menaikkan tingkat nilai kesejahteraan pemegang saham perusahaan. Kesuksesan perusahaan dalam mengelola aktivitya dapat menjadi tolok ukur tingkat profitabilitas perusahaan tersebut. Profit yang diperoleh oleh perusahaan merupakan hak dari para pemegang saham, dimana dalam pengelolaannya perlu diadakan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) agar diperoleh kesepakatan dan keputusan bersama antar pemegang saham dengan manajer perusahaan terkait dengan pembagian laba, termasuk keputusan dalam melakukan dan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Jannah et al., 2023; Shenurtti et al., 2022).

Hal tersebut dilakukan oleh manajer agar perusahaan dapat menciptakan good government dan perusahaan dapat memenuhi serta menambah nilai kemakmuran bagi para pemangku kepentingan perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi salah satu keputusan yang harus disepakati bersama antara manajer dengan para pemangku kepentingan perusahaan. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung akan melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan yang semakin tinggi. Tingkat profitabilitas yang tinggi menyebabkan perusahaan dengan persetujuan pemangku kepentingan perusahaan bersedia mengeluarkan sejumlah dana untuk melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Corporate Social Responsibility* (CSR) bermanfaat bagi perusahaan yang ingin menjaga dan menambah citra baik bagi perusahaannya sehingga perusahaan tersebut mendapat nilai tambah dari pemangku kepentingan, calon investor, masyarakat, dan lingkungan sekitar perusahaan karena pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan (Jannah et al., 2023; Shenurtti et al., 2022). Berdasarkan hal ini maka hipotesis penelitian,yaitu:

H₂ : Terdapat pengaruh positif Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

3. Pengaruh Leverage terhadap Corporate Social Responsibility

Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Tingkat *leverage* membandingkan antara jumlah kewajiban yang harus dibayar oleh perusahaan dengan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin tinggi tingkat *leverage* menunjukkan bahwa semakin tingginya perusahaan bergantung pada pihak kreditur, sehingga perusahaan yang memiliki tingkat leverage tinggi akan mengurangi informasi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan agar tidak menjadi

sorotan dari kreditur dan penyandang dana (Dwekat et al., 2020; Orajekwe & Ogbodo, 2023).

Perusahaan dengan tingkat Leverage tinggi cenderung untuk mengalokasikan dana yang dimilikinya untuk melakukan investasi dan pengembangan kinerja perusahaan daripada melakukan CSR. Hal tersebut dilakukan agar perusahaan tetap mendapat kepercayaan dari pihak kreditur dan penyandang dana bahwa perusahaan tersebut memang terbukti menggunakan dana tersebut untuk meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan. Selain mempertimbangkan asumsi dari pihak kreditur dan penyandang dana, manajer juga akan mempertimbangkan kesepakatan dari para stakeholder dan stokeholder sebelum melakukan CSR baik pada saat tingkat Leverage tinggi ataupun rendah sebab manajer perusahaan akan lebih mendahulukan kepentingan dan kemakmuran para stakeholder dan stokeholder terlebih dahulu (Shenurti et al., 2022; Utomo et al., 2023). Berdasarkan hal ini maka hipotesis penelitian, yaitu:

H₃ : Terdapat pengaruh negatif *Leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

4. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Jumlah aktiva yang dimiliki oleh suatu perusahaan dapat digunakan untuk menentukan seberapa besar kemampuan perusahaan untuk mendanai kegiatan operasionalnya. Perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki aktivitas yang lebih kompleks, sehingga pelaksanaan CSR dapat membantu perusahaan mengurangi resiko yang akan ditanggung di masa depan. (INDIRA). Perusahaan dengan tingkat entitas bisnis yang tinggi akan mendorong calon investor untuk menginvestasikan saham di dalamnya. Akibatnya, jika kepemilikan saham perusahaan meningkat, pengungkapan CSR juga akan meningkat karena kepemilikan saham yang tinggi adalah pendorong pengungkapan CSR (Davis & DeWitt, 2021; Supriyadi et al., 2024). Sehingga dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan menjadi pendorong perusahaan untuk melaporkan corporate social responility (CSR).

Selain itu profitabilitas juga menggambarkan seberapa baik sebuah bisnis berhasil menghasilkan keuntungan dalam jangka waktu tertentu. Nilai profitabilitas didasarkan pada seberapa baik bisnis bekerja dan seberapa baik ia menggunakan aktiva yang dimilikinya secara produktif. Dengan kata lain, profitabilitas dapat dihitung dengan membandingkan keuntungan yang dihasilkan dalam jangka waktu tertentu dengan hasil perhitungan aktiva atau hasil perhitungan modal pemilik (Wisma & Fairus, 2023). Sedangkan menurut (Guruh et al., 2023) Kemampuan sebuah organisasi untuk menghasilkan keuntungan dalam upaya untuk meningkatkan nilai bagi pemegang sahamnya dikenal sebagai profitabilitas.

Sehingga dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan menjadi pendorong perusahaan untuk melaporkan *corporate social responsility* (CSR). Tidak hanya itu, perusahaan juga harus mampu memanage terkait hutanghutang yang dimiliki dengan membuat kebijakan yang tepat. Hal

tersebut disebabkan karena leverage merupakan rasio yang mengukur seberapa efektif perusahaan mengelola utang perusahaan yang menggambarkan potensi keuntungan dan risiko terhadap utang. Maka apabila perusahaan dapat mengolah utang yang dimiliki secara efektif akan mengakibatkan kenaikan nilai perusahaan. Hal tersebut terjadi karena investor dan calon investor menganggap perusahaan memiliki kemampuan dalam memperhitungkan risiko menggunakan hutang untuk membiaya operasional perusahaan (Irmalasari et al., 2022; Jannah et al., 2023). Berdasarkan paparan di atas maka dapat ditarik sebuah benang merah bahwa secara simultan, variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage berpengaruh secara signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR).

METODE

Penelitian ini berjenis kuantitatif dengan pendekatan asosiatif (Ahyar et al., 2020). Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini mempunyai tingkatan tertinggi dibandingkan dengan diskriptif dan komparatif karena dengan penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan adalah seluruh perusahaan pertambangan *go public* yang terdaftar dibursa efek Indonesia yang berjumlah 64 perusahaan dengan tahun pengamatan selama 3 tahun yakni mulai dari tahun 2020 – 2022.

Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling, yakni sampel yang dipilih berdasarkan ketentuan-ketentuan tertentu yang relevan dengan kriteria penelitian. Dalam pengambilan sampel ini, terdapat beberapa kriteria yang ditetapkan antara lain 1) Perusahaan pertambangan yang menerbitkan laporan keuangan selama periode berturut turut; 2) Laporan keuangan harus dibatas dengan Rupiah; dan 3) Perusahaan tersebut memiliki profitabilitas yang tidak mengalami kerugian. Berdasarkan kriteria sampel tersebut, terjaring sebanyak 57 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel, sehingga jumlah pengamatan dalam penelitian ini adalah 57 perusahaan dikalikan dengan 3 tahun pengamatan, jadi total sebanyak 171 pengamatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengawali penyajian hasil uji data penelitian, penulis akan memaparkan pengujian normalitas data. Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi antara variabel dependen dengan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Proses uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Distribusi data dapat dilihat dengan kriteria sebagai berikut (Ahyar et al., 2020): 1) Jika angka signifikan $>$ taraf signifikansi (α) 0,05 maka distribusi data dikatakan normal; Jika angka signifikan $<$ taraf signifikansi (α) 0,05 maka distribusi data dikatakan tidak normal, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1
 Hasil Uji Normalitas
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		171
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,11269201
Most Extreme Differences	Absolute	,066
	Positive	,045
	Negative	-,066
Test Statistic		,066
Asymp. Sig. (2-tailed)		,066 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Olah Data (2024)

Berdasarkan hasil pengujian, nampak bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yakni sebesar 0,066, dimana nilai tersebut berada diatas nilai kritis yang disyaratkan yakni 0,05. Untuk itu, pada penelitian ini diputuskan bahwa data yang digunakan telah memenuhi syarat asumsi normalitas. Kemudian peneliti juga akan menguji asumsi klasik sebagai syarat pengujian regresi berganda yang meliputi uji multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas. Hasil selengkapny adalah sebagai berikut:

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel - variabel ini tidak orthogonal. Uji multikolinieritas perlu dilakukan jika jumlah variabel independen lebih dari satu. Pendeteksi problem multikolinieritas menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas didalam regresi adalah sebagai berikut (Rahman & Muktadir, 2021):

- Jika nilai tolerance > 0,10 atau jika nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas diantara variabel bebas.
- Jika nilai tolerance < 0,10 atau jika nilai VIF > 10 maka terjadi gejala multikolinieritas diantara variabel bebas.

Berdasarkan hasil pengujian SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2
 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-,165	,229		
Log Total Asset	,032	,016	,876	1,141
ROA	,119	,046	,881	1,135
DER	-,038	,028	,991	1,009

Sumber: Hasil Olah Data (2024)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa setelah dilakukan pengujian nilai tolerance menunjukkan angka $> 0,10$ dan nilai VIF juga menunjukkan angka < 10 , hal ini berarti data dalam penelitian ini telah terbebas dari penyimpangan multikoliniritas.

2. Uji Autokorelasi

Menurut Rahman & Muktadir (2021) Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi liner ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan cara uji Durbin-Waston (DW test), uji durbin-waston hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya interpect (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel log di antara variabel bebas (Rahman & Muktadir, 2021). Berikut ini adalah dasar pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi:

- Nilai D-W di bawah -2 artinya terdapat autokorelasi positif.
- Nilai D-W di antara -2 sampai $+2$ artinya tidak ada autokorelasi.
- Nilai D-W di atas $+2$ artinya terdapat autokorelasi negatif.

Mengacu pada keterangan diatas, hasil pengujian menunjukkan angka sebagai berikut:

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,243 ^a	,059	,042	,113700	1,589

Sumber: Hasil Olah Data (2024)

Berdasarkan tabel diatas, nampak bahwa nilai Durbin-Watson adalah 1,589, dimana nilai D-W di antara -2 sampai $+2$ artinya tidak ada autokorelasi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Rahman & Muktadir (2021) Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam regresi, salah satu yang harus dipenuhi adalah varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tidak memiliki pola tertentu. Pola yang tidak sama ditunjukkan dengan nilai yang tidak sama antar satu varians dari residual. Gejala varians yang tidak sama disebut dengan gejala heteroskedastisitas.

Heteroskedastisitas terjadi apabila variasi residual regresi (ut) tidak konstan atau berubah-ubah secara sistematis seiring dengan berubahnya nilai variabel independen. Konsekuensi dari keberadaan heteroskedastisitas adalah analisis regresi akan menghasilkan estimator yang bias untuk nilai variasi ut dan dengan demikian variasi dari koefisien regresi. Akibatnya uji t , uji F dan estimasi nilai variabel dependen menjadi tidak valid. Uji yang dipergunakan adalah uji glejser dimana dilakukan perhitungan dari kausal berupa koefisien

regresi antara variabel absolut ut dengan variabel-variabel bebas. Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan angka sebagai berikut:

Tabel 5
 Hasil Uji Heteroskedastisitas
 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,065	,128		-,507	,613
Log Total Asset	,012	,009	,107	1,312	,191
ROA	,025	,026	,080	,983	,327
DER	-,028	,016	-,138	-1,802	,073

a. Dependent Variable: AbsUt

Sumber: Hasil Olah Data (2024)

Berdasarkan tabel diatas, nampak bahwa nilai probabilitas dari masing-masing variabel menunjukkan angka diatas nilai kritis yang ditentukan yakni 0,05. Artinya, data yang digunakan dalam penelitian ini telah terbebas dari penyimpangan heteroskedastisitas.

Terpenuhinya seluruh uji kualitas data dan uji asumsi klasik memberikan tanda bahwa peneliti layak untuk melanjutkan kepada uji selanjutnya yakni uji regresi linier berganda, sebagai jawaban atas hipotesis yang diajukan. Hasil selengkapya sebagai berikut:

Tabel 6
 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,165	,229		-,719	,473
Log Total Asset	,032	,016	,156	1,943	,054
ROA	,119	,046	,207	2,587	,011
DER	-,038	,028	-,103	-1,367	,173

Sumber: Hasil Olah Data (2024)

Berdasarkan tabel di atas, maka pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebagai berikut :

- a) Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan (X_1) berpengaruh positif terhadap CSR (Y). Berdasarkan tabel output SPSS "Coefficients" di atas diketahui nilai Signifikansi (Sig) variabel ukuran perusahaan adalah sebesar 0,054. Karena nilai Sig. 0,054 > probabilitas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak dan H_0 diterima. Artinya tidak ada pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan (X_1) terhadap CSR (Y).
- b) Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah ROA (X_2) berpengaruh positif terhadap CSR (Y). Berdasarkan tabel output SPSS "Coefficients" di atas diketahui nilai Signifikansi (Sig) variabel ukuran perusahaan adalah sebesar 0,011. Karena nilai Sig. 0,011 < probabilitas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya ada pengaruh signifikan antara ROA (X_2) terhadap CSR (Y).

c) Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah DER (X_3) berpengaruh positif terhadap CSR (Y). Berdasarkan tabel output SPSS "Coefficients" di atas diketahui nilai Signifikansi (Sig) variabel ukuran perusahaan adalah sebesar 0,173. Karena nilai Sig. 0,173 > probabilitas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya ada pengaruh signifikan antara DER (X_3) terhadap CSR (Y).

Selanjutnya secara simultan, kondisi pengaruh dari kelima variabel bebas terhadap variabel terikat tercermin dalam tabel dibawah ini:

Tabel 7
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,135	3	,045	3,491	,017 ^b
	Residual	2,159	167	,013		
	Total	2,294	170			

a. Dependent Variable: Indeks GRI

b. Predictors: (Constant), DER, ROA, Log Total Asset

Sumber: Hasil Olah Data (2024)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa secara bersama sama variabel Ukuran perusahaan, ROA, dan DER memiliki pengaruh yang signifikan terhadap CSR. Hal tersebut ditunjukkan dengan besarnya nilai F_{hitung} sebesar 3,491 dengan probabilitas 0,017 yang lebih kecil dari nilai kritis yang disyaratkan yakni 0,05.

PEMBAHASAN

Pengaruh ukuran perusahaan (X_1) terhadap CSR (Y)

Berdasarkan tabel output SPSS "Coefficients" di atas diketahui nilai Signifikansi (Sig) variabel ukuran perusahaan adalah sebesar 0,054. Karena nilai Sig. 0,054 > probabilitas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak dan H_0 diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR tercermin dalam teori agensi. Teori agensi menjelaskan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka semakin besar juga biaya keagenan yang dikeluarkan perusahaan dalam pengungkapan informasi dibandingkan dengan perusahaan yang kecil.

Berdasarkan teori agensi, manajemen perusahaan akan mempertimbangkan keinginan dan kemakmuran pemilik perusahaan dan pemangku kepentingan perusahaan terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial sehingga perusahaan dapat melaksanakan *good government* dengan baik dan tidak terjadi masalah keagenan. Perusahaan dengan skala ukuran yang besar cenderung memiliki kinerja perusahaan yang lebih baik dibandingkan perusahaan dengan skala ukuran kecil, dimana hal tersebut dapat dilihat dari besarnya laba yang mampu diperoleh oleh perusahaan tersebut dan kemampuan mengoptimalkan nilai ekonomi perusahaan.

Berdasarkan kemampuan financial tersebut maka perusahaan mampu memenuhi sebagian besar kewajiban dalam pengungkapan CSR dibandingkan dengan perusahaan dengan skala yang lebih kecil. Besarnya ukuran perusahaan menjadi salah satu *financial characteristics* yang dapat berpengaruh pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan dengan skala ukuran besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar sehingga perusahaan akan melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Ukuran perusahaan menjadi salah satu *financial characteristics* perusahaan yang banyak disoroti baik oleh investor maupun oleh masyarakat, sehingga secara umum perusahaan dengan skala ukuran yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Pengaruh ROA (X_2) terhadap CSR (Y)

Berdasarkan tabel output SPSS "*Coefficients*" di atas diketahui nilai Signifikansi (Sig) variabel ukuran perusahaan adalah sebesar 0,011. Karena nilai Sig. $0,011 < \text{probabilitas } 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya ada pengaruh signifikan antara ROA (X_2) terhadap CSR (Y). Hasil tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profit sehingga mampu menaikkan tingkat nilai kesejahteraan pemegang saham perusahaan. Kesuksesan perusahaan dalam mengelola aktivitya dapat menjadi tolok ukur tingkat profitabilitas perusahaan tersebut.

Profit yang diperoleh oleh perusahaan merupakan hak dari para pemegang saham, dimana dalam pengelolaannya perlu diadakan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) agar diperoleh kesepakatan dan keputusan bersama antar pemegang saham dengan manajer perusahaan terkait dengan pembagian laba, termasuk keputusan dalam melakukan dan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal tersebut dilakukan oleh manajer agar perusahaan dapat menciptakan good government dan perusahaan dapat memenuhi serta menambah nilai kemakmuran bagi para pemangku kepentingan perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi salah satu keputusan yang harus disepakati bersama antara manajer dengan para pemangku kepentingan perusahaan. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung akan melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan yang semakin tinggi. Tingkat profitabilitas yang tinggi menyebabkan perusahaan dengan persetujuan pemangku kepentingan perusahaan bersedia mengeluarkan sejumlah dana untuk melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Corporate Social Responsibility* (CSR) bermanfaat bagi perusahaan yang ingin menjaga dan menambah citra baik bagi perusahaannya sehingga perusahaan tersebut mendapat nilai tambah dari pemangku kepentingan, calon investor, masyarakat, dan lingkungan sekitar perusahaan karena pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan.

Pengaruh Leverage terhadap Corporate Social Responsibility

Berdasarkan tabel output SPSS "*Coefficients*" di atas diketahui nilai Signifikansi (Sig) variabel ukuran perusahaan adalah sebesar 0,173. Karena nilai Sig. 0,173 > probabilitas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H₁ diterima dan H₀ ditolak. Artinya ada pengaruh signifikan antara DER (X₃) terhadap CSR (Y). Hasil tersebut menunjukkan bahwa leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Tingkat Leverage membandingkan antara jumlah kewajiban yang harus dibayar oleh perusahaan dengan total aset yang dimiliki oleh perusahaan.

Semakin tinggi tingkat Leverage menunjukkan bahwa semakin tingginya perusahaan bergantung pada pihak kreditur, sehingga perusahaan yang memiliki tingkat leverage tinggi akan mengurangi informasi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan agar tidak menjadi sorotan dari kreditur dan penyandang dana. Perusahaan dengan tingkat Leverage tinggi cenderung untuk mengalokasikan dana yang dimilikinya untuk melakukan investasi dan pengembangan kinerja perusahaan daripada melakukan CSR.

Hal tersebut dilakukan agar perusahaan tetap mendapat kepercayaan dari pihak kreditur dan penyandang dana bahwa perusahaan tersebut memang terbukti menggunakan dana tersebut untuk meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan. Selain mempertimbangkan asumsi dari pihak kreditur dan penyandang dana, manajer juga akan mempertimbangkan kesepakatan dari para stakeholder dan stokeholder sebelum melakukan CSR baik pada saat tingkat Leverage tinggi ataupun rendah sebab manajer perusahaan akan lebih mendahulukan kepentingan dan kemakmuran para stakeholder dan stokeholder terlebih dahulu.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, sebagaimana telah diuraikan pada paparan sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut *pertama*, tidak ada pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan (X₁) terhadap CSR (Y), *kedua* ada pengaruh signifikan antara ROA (X₂) terhadap CSR (Y), *ketiga* tidak ada pengaruh signifikan antara DER (X₃) terhadap CSR (Y), dan *keempat* variabel Ukuran Perusahaan (X₁), ROA (X₂), dan DER (X₃) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap CSR (Y).

SARAN

Berdasarkan temuan hasil penelitian, analisis dan pembahasan, maka saran atau rekomendasi yang dapat disampaikan dalam penelitian ini yakni penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan untuk mempertimbangkan jenis pengungkapan informasi yang direspon oleh investor atau pasar khususnya terkait CSR. Kemudian Sedangkan kontribusi terhadap regulasi, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi regulator dalam membuat regulasi mengenai pengungkapan informasi perusahaan, khususnya informasi mengenai CSR yang bernilai bagi investor (misalnya menentukan jenis informasi CSR yang wajib diungkapkan oleh perusahaan).

Melalui penelitian ini dapat di kenalkan lebih mendalam perihal aplikasi pengukuran CSR dengan pendekatan indeks yang lebih baru dan mempertimbangkan bentuk, isi atau makna, keragaman dan volume informasi dari sebuah pengungkapan CSR, dengan memberikan skor untuk setiap pengungkapan item CSR. Serta, Penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan pendukung literatur sebeumnya yang mengkaji keterhubungan antara ukuran perusahaan, profitabilitas dan DER terhadap CSR yang didukung oleh teori sinyal, dan memperkaya sumber literasi ilmiah di perpustakaan Universitas Kahuripan Kediri.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami sampaikan terima kasih kepada kepada almamater dan seluruh pihak yang mendukung terselesaikan penelitian ini. Selain itu kepada kepada Dosen pembimbing, yang dengan sabar memberin petunjuk juga arahan demi terselesaikannya penelitian ini.

REFERENSI

- Adzroo, N., & Suryaningrum, D. (2023). Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Financial Distress Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode. *Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi*, 18(1), 128-150. <http://journal.unj/unj/index.php/wahana-akuntansi>
- Affan, J., & Nuswantoro, B. A. (2023). Pengaruh Roa, Roe Dan Npm Terhadap Harga Saham (Studi Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bei Pada Masa Pandemi Covid 19 Periode 2019-2021). *Albama: Jurnal Bisnis Administrasi Dan Manajemen*, 16(1), 1. <https://doi.org/10.56606/albama.v16i1.110>
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Akuntansi, J. I., & Volume, E. (2018). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Ekonomi Volume .3. No. 1 Februari 2018* 56. 40, 56-76.
- Belinda, A. W., Dewi, A. K., & Nurmala, N. (2023). Pengaruh Leverage Dan Umur Perusahaan Terhadap CsrD Pada Perusahaan Pertambangan Di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 7(2), 421-432. <https://doi.org/10.29303/jaa.v7i2.191>
- Clustering, B. K., & Metode, M. (2023). 3 1,2,3. 07(02), 1-8.
- Davis, G. F., & DeWitt, T. (2021). Organization Theory and the Resource-Based View of the Firm: The Great Divide. *Journal of Management*, 47(7), 1684-1697. <https://doi.org/10.1177/0149206320982650>
- Dwekat, A., Seguí-Mas, E., & Tormo-Carbó, G. (2020). The effect of the board on corporate social responsibility: bibliometric and social network analysis.

- Economic Research-Ekonomika Istrazivanja*, 33(1), 3580-3603.
<https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1776139>
- Hanifah, A. (2023). *The Effect Of Profitability And Leverage On Corporate Social Responsibility Disclosure (Study of the Annual Report of BUMN operating in the insurance sector for the 2016-2019 period)*. 2(3), 663-677.
- Hermanto, & Tjahjadi, E. (2021). Analisis Rasio Profitabilitas, Solvabilitas Terhadap Stock Price Perusahaan Perbankan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 5(1), 2021.
- Irhama, A. R., Yuliana, S., & Widiyanti, M. (2018). The effect firm characteristic on corporate social responsibility disclosure in the firms listed in Indonesia Sharia Stock Index. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*, 6(3), 303-318. <https://doi.org/10.22437/ppd.v6i3.5820>
- Irmalasari, E., Gurendrawati, E., & Muliarsari, I. (2022). Pengaruh Good Corporate Governance (GCG), dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan dan Leverage Sebagai Variabel Kontrol. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 3(2), 425-442. <https://doi.org/10.21009/japa.0302.11>
- Jannah, M., Oktavianie, R., Akuntansi, P., Ekonomi, F., & Rawas, U. M. (2023). *Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Disclosure Corporate Social Responsibility (CSRD) Pada Perusahaan Pertambangan Di Bei The Effect of Profitability and Company Size on Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD) in Mining*. 83-96.
- Jensen, & Meckling. (1976). Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(2), 305-360.
- Kahitela, Y. B. (2023). Rasio Keuangan dan Harga Saham Perusahaan di Bursa Efek Indonesia. *Owner*, 7(4), 3096-3106.
<https://doi.org/10.33395/owner.v7i4.1673>
- Kannia Aulia Sahari. (2020). Pengaruh NPM, ROA, ROE terhadap Harga Saham pada Perusahaan LQ45. *E-Jurnal Akuntansi*, 30, 1258-1269.
- Lestari, A. P., & Susetyo, A. (2020). Pengaruh NPM, EPS, DER dan PBV Terhadap Harga Saham pada Perusahaan Terdaftar IDX HIDIV20 Dengan DPR sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 184-196.
<https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i2.461>
- Manajerial, P. K., Perusahaan, U., & Sari, L. I. (2021). *No Title*. 5, 45-59.
- Orajekwe, J. C., & Ogbodo, O. C. (2023). Firm Attributes and Environmental Disclosure of Energy Corporations in Nigeria. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD)*, 7(4), 423-432.
<http://www.ijtsrd.com/papers/ijtsrd59698.pdf>
- Pasaoran, R., Wineh, S., Suliska, G., Ade, R., & Anjaya, T. (2023). *Pengaruh Roa, Roe, Dan Eps Terhadap Harga Saham Perusahaan Perbankan Di Bursa Efek Indonesia*. 3(1), 1-10.
- Rahman, A., & Muktadir, M. G. (2021). SPSS: An Imperative Quantitative Data Analysis Tool for Social Science Research. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 05(10), 300-302.

- <https://doi.org/10.47772/ijriss.2021.51012>
- Rajabalizadeh, J., & Oradi, J. (2022). Managerial ability and intellectual capital disclosure. *Asian Review of Accounting*, 30(1), 59–76.
<https://doi.org/10.1108/ARA-11-2020-0180>
- Return, T., Assets, O., Perusahaan, P., Dan, T., Manajemen, P. S., & Ekonomi, F. (2023). *Student Research Journal*. 2(1), 1–19.
- Safitri, D., & Mujiyati. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Penilaian Pasar, Dan Risiko Sistematis Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2019-2021. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 5519–5529.
- Savitri, A., & Parasetya, M. T. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Secara Online (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Keuangan Tahun 2020 di BEI). *Diponegoro Journal of Accounting*, 12, 1–15.
- Setiawan, S., Danisworo, D. S., Nur'aeni, N., & Sandra, A. B. (2021). Analisis Dampak Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sektor Infrastruktur. *Jurnal Accounting Information System (AIMS)*, 4(2), 1–8.
<https://doi.org/10.32627/aims.v4i2.269>
- Shenurti, E., Erawati, D., & Nur Kholifah, S. (2022). Analisis Return on Asset (ROA) , Return on Equity (ROE) dan Corporate Social Responsibility (CSR) yang mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 19(01), 01–10.
<https://doi.org/10.36406/jam.v19i01.539>
- Siddiqui, F., YuSheng, K., & Tajeddini, K. (2023). The role of corporate governance and reputation in the disclosure of corporate social responsibility and firm performance. *Heliyon*, 9(5), e16055.
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e16055>
- Sugiharto, B., Umiyati, I., & Nuraini, W. (2023). *The Effect Of Profitability , Leverage , Institutional Ownership Company Size And Gender Diversity Of The Board Of Commissioners On Corporate Social Responsibility (CSR) DISCLOSURE (Case Study Of Multiple Industrial Companies Listed On The Indonesia St. 07*, 52–71.
- Supriyadi, S. G., Antoro, E. W., & Harddian, R. (2024). Digital Corporate Governance and Sustainability Reporting's Effect on Cash ETR and Firm Value. *Kilisuci International Conference on Economic & Business*, 1(1), 300–320.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/kilisuci/article/view/4106/3236>
- Susanto, C., Analisis, M., Responsibility, C. S., Perusahaan, K., Kelola, T., Corporate, M., & Disclosure, S. R. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR) di Indonesia: Meta Analisis. 1267–1288. <https://doi.org/10.24843/EJA.2023.v33.i05.p09>
- Sutriyadi, R. (2023). Pengaruh Roa, Roe, Eps Dan Npm Terhadap Harga Saham Indeks Lq45 Tahun 2018-2022. *Jurnal Lentera Akuntansi*, 8(1), 249.
<https://doi.org/10.34127/jrakt.v8i1.864>

- Tinungki, G. M., Robiyanto, R., & Hartono, P. G. (2022). The Effect of COVID-19 Pandemic on Corporate Dividend Policy in Indonesia: The Static and Dynamic Panel Data Approaches. *Economies*, 10(1). <https://doi.org/10.3390/economies10010011>
- Utomo, M. N., Karunia, E., & Kurniati. (2023). Peran rasio keuangan dalam meningkatkan nilai perusahaan dengan pendapatan perkapita sebagai variabel moderasi. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 19(2), 359–367.
- Yemri Tanapuan, E. Y. T. (2022). Analisis Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(3), 01–14. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v3i3.46>