

PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP PENGUNGKAPAN CSR PERUSAHAAN

Heksa Noor Octaviandito¹, Anik Yuliaty²
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur^{1,2}
18013010134@student.upnjatim.ac.id¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji, serta menganalisis pengaruh dari profitabilitas, likuiditas, dan leverage terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility perusahaan manufaktur Food and Beverages yang terdaftar Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021. Metode penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan data sekunder dengan metode purposive sampling. Berdasarkan kriteria yang ditentukan oleh peneliti ditemukan sampel sebanyak 17 perusahaan dengan total keseluruhan sampel sebanyak 85 pengamatan. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS Versi 26. Hasil penelitian menunjukkan, profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) karena hasil uji t profitabilitas memiliki nilai sig sebesar 0,834, sehingga nilai sig yang diperoleh lebih besar dari 0,05 atau 5%; b) likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) karena hasil uji t likuiditas memiliki nilai sig sebesar 0,010, sehingga nilai sig yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 atau 5%; c) leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) karena hasil uji t leverage memiliki nilai sig sebesar 0,728, sehingga nilai sig yang diperoleh lebih besar dari 0,05 atau 5%. Simpulan, rasio likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sedangkan rasio profitabilitas dan leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Leverage*, Likuiditas, Profitabilitas

ABSTRACT

This study aims to test and analyze the effect of profitability, liquidity and leverage on the disclosure of Corporate Social Responsibility of Food and Beverages manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2021. This research method is quantitative. Data collection techniques using secondary data with purposive sampling method. Based on the criteria determined by the researcher, a sample of 17 companies was found with a total sample of 85 observations. The analysis technique uses multiple linear regression using the SPSS Version 26 tool. The results show that profitability does not affect the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) because the results of the profitability t test have a sig value of 0.834, so the sig value is obtained is greater than 0.05 or 5%; b) liquidity affects the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) because the results of the t-test for liquidity have a value of 0.010, so the sig value obtained is less than 0.05 or 5%; c) leverage has no effect on disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) because the leverage t-test results have a sig value of 0.728, so the sig value obtained is greater than 0.05 or 5%. In conclusion, the liquidity ratio

has an effect on the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR). Meanwhile, profitability and leverage ratios have no effect on the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR).

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR), Leverage, Liquidity, Profitability*

PENDAHULUAN

Kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar merupakan hal yang wajib bagi perusahaan, karena berdirinya suatu perusahaan selalu berada pada posisi ditengah kelompok masyarakat di suatu tempat tertentu. Kehadiran perusahaan ditengah-tengah masyarakat memiliki dampak baik dan buruk. Untuk dampak baiknya perusahaan mampu menciptakan lapangan pekerjaan bagi lingkungan sekitarnya, sehingga langkah tersebut mampu mengurangi angka kemiskinan, dan angka pengangguran. Untuk dampak negatifnya hasil dari aktivitasnya menimbulkan pencemaran dan merusak lingkungan yang berdampak langsung dengan penduduk sekitar perusahaan (Abbas et al., 2019).

Fenomena yang terjadi dialami oleh masyarakat Blitar, Jawa Timur yang diakibatkan oleh aktivitas usaha pabrik pengolahan susu dengan pencemaran limbah yang dikarenakan rusaknya laguna pembuangan limbah yang mengakibatkan tercemarnya sumur warga sekitar, dan polusi udara yang dikarenakan limbah peternakan sapi. Dalam hal ini pabrik tersebut merugikan warga setempat dan lalai dalam melakukan pengolahan limbah. Untuk mengembalikan citra yang baik bagi perusahaan dimata masyarakat setempat, pabrik tersebut harus melakukan program *Corporate social responsibility* dengan cara memperbaharui metode pengolahan limbah. Untuk memperbaiki pencemaran yang terjadi setiap perusahaan wajib bertanggungjawab atas aktivitas usaha yang telah dilakukan perusahaan. Kemajuan bisnis di Indonesia menuju era modern sudah menunjukkan setiap perusahaan harus bertanggungjawab, aktivitas tersebut sering dikenal sebagai CSR (*Corporate Social Responsibility*). Semakin berkembangannya jaman, angka persaingan dalam dunia usaha semakin ketat juga, dalam hal ini pihak perusahaan dituntut untuk memiliki strategi yang cukup efektif dalam melawan kompetitor, serta menguasai pangsa persaingan usaha (Romadhona & Wibowo, 2020).

Fenomena selanjutnya dilakukan oleh PT Indofood Sukses Makmur dengan berfokus pada lima pilar programnya seperti: pembangunan sumber daya manusia,

partisipasi aktif dalam kegiatan komunitas, peningkatan nilai ekonomi, menjaga kelestarian lingkungan, dan solidaritas kemanusiaan. Perusahaan tersebut telah sukses dalam menjalankan program *Corporate social responsibility*.

Corporate social responsibilty adalah kewajiban yang harus dijalankan oleh seluruh perusahaan, karena sifat pelaksanaan dari *corporate social responsibility* harus bersifat *mandatory* bukan *voluentary* (Diamastuti & Romadhon, 2021). *Corporate social responsibility* menjadi aspek terpenting bagi perusahaan dalam melaksanakan tanggungjawabnya terhadap lingkungan dan masyarakat. Tujuan dari pengungkapan *corporate social responsibility* adalah meningkatkan citra, nilai perusahaan. *Corporate social responsibility* harus berfokus pada triple bottom lines dengan mementingkan masalah sosial, lingkungan, serta nilai perusahaan (Fauziah & Asyik, 2019).

Upaya dalam meningkatkan nilai perusahaan dapat dilihat dari peningkatan profitabilitas perusahaan (Firdausi & Prihandana, 2022). Dengan rasio profitabilitas dapat mengukur eksekutif perusahaan dalam menciptakan profit baik dalam bentuk laba perusahaan dan nilai ekonomis yang didasarkan pada aktivitas penjualan, aset bersih perusahaan, atau modal sendiri perusahaan (Arita & Mukhtar, 2019). Dengan meningkatnya angka profitabilitas perusahaan, maka dana yang dialokasikan untuk program *corporate social responsibility* angka mengalami peningkatan.

Likuiditas merupakan petunjuk perihal kemampuan perusahaan dalam membiayai semua kewajiban keuangan dalam jangka pendek pada tenggat waktu yang telah ditentukan dengan menggunakan aktiva lancar yang tersedia (Putra et al., 2018). Perusahaan yang siklus keuangannya sehat akan selalu mengulas informasi program *corporate social responsibility*nya.

Leverage merupakan rasio pengukuran seberapa besar aset perusahaan yang dibiayai oleh utang. Perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi akan cenderung melakukan pelanggaran kontrak utang, sehingga melaporkan laba saat ini lebih besar dibandingkan masa yang akan datang

Berdasarkan latar belakang, peneliti mengambil judul penelitian “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *CSR* Perusahaan *Food And Beverages* Yang Terdaftar Pada BEI (Tahun 2017-2021). Dalam penelitian ini peneliti ingin menguji dan menganalisis rasio profitabilitas, likuiditas, dan *leverage* memiliki pengaruh bagi perusahaan dalam mengungkapkan pelaksanaan *Corporate*

social responsibility perusahaan. Penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan kajian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR, serta dapat memberikan saran pemikiran dan masukan yang berguna dan bermanfaat dalam mengembangkan program CSR perusahaan.

KAJIAN TEORI

Teori Stakeholders

Teori *stakeholder* dicetuskan oleh Freeman (1984) yang menjelaskan bahwa *stakeholder* adalah individu atau kelompok yang mempengaruhi dan dipengaruhi proses perusahaan dalam menggapai tujuannya. Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan bukanlah organisasi profit yang beroperasi untuk kepentingan pribadi, tetapi harus memberikan manfaat dan berguna bagi para *stakeholdernya*, seperti: pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain. Hal ini menjadikan perusahaan sangat berpengaruh dengan dukungan yang diberikan para *stakeholder*.

Teori Legitimasi

Teori legitimasi dikemukakan oleh Dowling & Pfeffer (1975) memberikan gambaran tentang adanya perbedaan dari nilai-nilai yang dianut perusahaan dengan nilai yang dianut oleh masyarakat disekitar perusahaan. Hal ini memposisikan perusahaan di keadaan legitimasi gap. Perusahaan yang melakukan aktivitas usaha yang tidak sesuai dengan nilai-nilai sosial yang ada di masyarakat akan dinilai sebagai perusahaan yang tidak sah di lingkungan masyarakat. Untuk menghindari hal tersebut, upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan mengungkapkan *annual report* sehingga dapat memperoleh legitimasi dari masyarakat (Lumbantoruan et al., 2020). Dengan adanya teori legitimasi memberikan dasaran bahwa perusahaan harus mematuhi peraturan-peraturan yang berlaku di masyarakat yang berkaitan erat dengan aktivitas usaha perusahaan, sehingga dapat meminimalisir terjadi konflik.

Teori Agensi

Teori agensi dicetuskan oleh Jensen & Meckling (1976) dengan menjelaskan hubungan antara pemilik perusahaan (yang memberi perintah) dan manager perusahaan

(yang menjalankan perintah) yang didasari pemisahan kepemilikan, keputusan dan fungsi-fungsi pengendalian. Dalam teori agensi menjelaskan tentang asimetri informasi. Perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial memiliki tujuan untuk membangun citra yang baik perusahaan (Rokhlinasari, 2016).

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu program yang secara sukarela mengintegrasikan perhatian di lingkungan sosial ke dalam aktivitasnya dan interaksi dengan stakeholder yang melebihi tanggung jawab sosial dibidang hukum (Tumanan & Dyah Ratnawati, 2021). CSR menunjukkan suatu komponen penting dan komitmen terhadap pembangunan berkelanjutan, dalam *Global Compact Initiative* menjelaskan pemahaman 3P yang sering dikenal sebagai “*triple bottom line*” (*people, profit, planet*) (Sugeng, 2020). Konsep triple bottom dijelaskan dalam buku karya Elkington pada tahun 1997, konsep 3P yang terdiri dari *People* (Perusahaan yang peduli dengan sosial dan lingkungan sekitarnya), *Profit* (Meningkat keuntungan perusahaan), dan *Planet* (Kemampuan perusahaan dalam menjaga kelestarian alam/ bumi). Sehingga dari ketiga unsur tersebut perusahaan yang baik adalah perusahaan yang melakukan aktivitas usahanya untuk memperoleh keuntungan, serta memperhatikan kelestarian lingkungan, dan peduli terhadap kesejahteraan masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan (Michael et al., 2019).

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menciptakan keuntungan. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka dapat menjadi indikator bahwa tingkat efisiensi perusahaan dalam mengelola asetnya untuk memperoleh keuntungan. Terdapat beberapa cara dalam memproyeksikan rasio profitabilitas, seperti *net profit margin*, *return on asset*, dan *return on equity*. Pada penelitian ini untuk memproyeksikan profitabilitas peneliti menggunakan *Return On Asset*.

Likuiditas

Likuiditas merupakan ratio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dengan melihat aktiva lancar

dengan hutang lancar. Terdapat beberapa cara dalam memproyeksikan rasio likuiditas, seperti *current ratio*, *cash ratio*, *acid test ratio*, dan *cash turnover ratio*. Pada penelitian ini untuk memproyeksikan likuiditas peneliti menggunakan *Current Ratio*.

Leverage

Leverage merupakan cara mengukur seberapa besar perusahaan yang bergantung kepada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Terdapat beberapa cara dalam memproyeksikan rasio *leverage*, seperti *debt to assets ratio*, *debt to equity ratio*, *long term debt to equity ratio*, dan, *times interest earned ratio*. Pada penelitian ini untuk memproyeksikan *leverage* peneliti menggunakan *Debt to Equity Ratio*.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif memiliki tujuan untuk mengukur data statistik untuk menemukan kesimpulan. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data melalui dokumen (Sugiyono, 2018:456). Dokumen yang dimaksud berupa literatur jurnal, publikasi pemerintah, serta *website* yang mendukung. Sampel pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur bidang *food and beverages* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021 dengan jumlah perusahaan sebanyak 74 perusahaan. Untuk mempermudah penelitian, peneliti menentukan kriteria sesuai kebutuhan sebagai berikut.

Tabel 1.
Kriteria Penelitian

No.	Kriteria	Jumlah perusahaan
1	Perusahaan manufaktur bidang food and beverages yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) rentang tahun 2017-2021	74
2	Perusahaan manufaktur bidang food and beverages yang tidak pernah delisting rentang tahun 2017-2021 dalam laman website Bursa Efek Indonesia (BEI) dan website perusahaan.	17
3	Perusahaan manufaktur bidang Food and Beverages yang memiliki data lengkap sesuai dengan kebutuhan penelitian	17
4	Perusahaan manufaktur bidang food and beverages yang mempublikasikan laporan tahunannya pada tahun 2017-2021	17

5	Perusahaan manufaktur bidang food and beverages yang telah mempublikasikan aktivitas program Corporate Social Responsibility dalam laporan tahunannya pada tahun 2017-2021	17
	Total Sampel	17
	Total Keseluruhan Sampel	85

Berdasarkan kriteria yang ditentukan oleh peneliti, sampel pada penelitian ini perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang *food and beverageaes* pada periode tahun 2017-2021 sebanyak 17 perusahaan dengan total keseluruhan sampel sebanyak 85 data.

Pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam menganalisis dan mengolah data yang diperoleh, peneliti menggunakan *software SPSS* versi 26. Analisis pada *software SPSS* Versi 26 dilakukan dengan tiga metode, yakni uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

HASIL PENELITIAN

Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui reaksi dari variabel independen terhadap variabel dependen berubah. Analisis regresi berganda merupakan gabungan dari cross-section dan time series. Berdasarkan uji asumsi klasik yang telah dilakukan sebelumnya, data yang memenuhi persyaratan berdistribusi normal, mengalami heterokedastisitas.

Tabel 2.
Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,519	0,016		33,085	0,000
1 Profitabilitas	-0,005	0,026	-0,023	-0,211	0,834
Likuiditas	0,008	0,003	0,298	2,647	0,010
Leverage	0,004	0,013	0,040	0,348	0,728

Berdasarkan uji regresi berganda menunjukkan semua variabel independent nilainya dianggap konstan, maka rata-rata variabel dependennya sebesar 0,519. Nilai koefisien profitabilitas sebesar -0,005 menunjukkan setiap kenaikan 1% profitabilitas perusahaan maka Corporate Social Responsibility juga akan turut naik sebesar -0,005. Nilai koefisien likuiditas sebesar 0,008 menunjukkan setiap kenaikan 1% likuiditas perusahaan maka Corporate Social Responsibility juga akan turut naik sebesar 0,008.

Nilai koefisien leverage sebesar 0,004 menunjukkan setiap kenaikan 1% leverage perusahaan maka Corporate Social Responsibility juga akan turut naik sebesar 0,004.

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengukur seberapa besar kemampuan dari variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen.

Tabel 3.
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,287 ^a	0,082	0,048	0,07734
a. Predictors: (Constant), Leverage, Profitabilitas, Likuiditas				
b. Dependent Variable: CSR				

Berdasarkan koefisien determinasi (R^2) menunjukkan hasil nilai dari adjust R square pada penelitian ini sebesar 0,048 atau 48%, hal ini menunjukkan kemampuan variabel independent profitabilitas, likuiditas dan leverage dalam menjelaskan variasi variabel dependen Corporate Social Responsibility (CSR) sebesar 48%. Sedangkan sisanya 52% (100% - 48%) dijelaskan oleh variasi variabel independent lain di luar penelitian.

Uji signifikansi parameter parsial (Uji t) dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui tiap variabel bebas berpengaruh pada variabel terikat secara parsial atau tidak.

Tabel 4.
Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji T)

Model	t	Sig.	Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
(Constant)	33,085	0,000		
1 Profitabilitas	-0,211	0,834	0,933	1,072
Likuiditas	2,647	0,010	0,896	1,116
Leverage	0,348	0,728	0,862	1,160
b. Dependent Variable: CSR				

Berdasarkan hasil uji signifikansi parameter parsial (Uji t) menunjukkan terdapat satu variabel yang memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Hal ini terjadi karena nilai sig > 0,05.

Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) karena

hasil uji t profitabilitas memiliki nilai sig sebesar 0,834, sehingga nilai sig yang diperoleh lebih besar dari 0,05 atau 5%. Dapat disimpulkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility dan hipotesis pertama ditolak (H1 ditolak).

Likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) karena hasil uji t likuiditas memiliki nilai sig sebesar 0,010, sehingga nilai sig yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Dapat disimpulkan likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility dan hipotesis kedua diterima (H2 diterima).

Leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) karena hasil uji t leverage memiliki nilai sig sebesar 0,728, sehingga nilai sig yang diperoleh lebih besar dari 0,05 atau 5%. Dapat disimpulkan leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility dan hipotesis ketiga ditolak (H3 ditolak).

PEMBAHASAN

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti, menjelaskan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Karena program *Corporate Social Responsibility* bersifat kewajiban dan keharusan bagi perusahaan, dengan *Return of Assets* tinggi ataupun rendah tidak mempengaruhi dalam pelaporan *Corporate Social Responsibility* nya. Karena pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* tidak dihitung dari kemampuan perusahaan dalam memperoleh profit, dalam hal ini bergantung pada manajemen perusahaan.

Pengaruh Likuiditas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti, menjelaskan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dalam teori legitimasi, perusahaan yang mencapai rasio likuiditas tinggi dapat diindikasikan perusahaan tersebut dalam keadaan likuid. Sehingga perusahaan tersebut memiliki keuangan yang baik dan berdampak terhadap pemberian informasi keuangan

perusahaan. Dengan memproyeksikan *Current Ratio* perusahaan yang tinggi, maka sangat berhubungan erat dengan *Corporate Social Responsibility*.

Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil pengujian yang ditelaah dilakukan oleh peneliti, menjelaskan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Karena dengan angka *leverage* yang tinggi perusahaan akan mengurangi pengurangan *Corporate Social Responsibility*, hal ini dilakukan perusahaan untuk tidak melanggar perjanjian kredit. Berdasarkan teori *stakeholders*, perusahaan berfokus pada laba yang dicapai untuk memenuhi keuntungan para *stakeholders* dari perusahaan dengan mengecilkan biaya biaya pengeluaran baik *Corporate Social Responsibility*, serta operasional perusahaan. Pada investor perusahaan lebih tertarik dengan laporan keuangan yang menghasilkan laba daripada laporan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Karena program *Corporate Social Responsibility* merupakan kesadaran bagi perusahaan.

SIMPULAN

Simpulan pada penelitian ini adalah, a) profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode dari tahun 2017-2021; b) likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode dari tahun 2017-2021; c) leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode dari tahun 2017-2021.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, D. S., Hakim, M. Z., & Istianah, N. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017). *COMPETITIVE Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2), 1. <https://doi.org/10.31000/c.v3i2.1824>
- Ali, D. R., Safitri, V. A. D., & Fadly, M. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social

- Responsibility Pada Perusahaan Pertambangan Subsektor Batu Bara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019. *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 1(1), 67–77. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/article/view/1074>
- Anggraeni, D. P., & Hastuti, S. (2020). Does Managerial Ownership Moderate the Relationship between Corporate Social Responsibility Disclosure and Tax Aggressiveness? *Journal of Accounting and Strategic Finance*, 3(2), 229–242. <https://doi.org/10.33005/jasf.v3i2.137>
- Arita, E., & Mukhtar, R. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Likuiditas Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2014 – 2018. *MENARA Ilmu*, XIII(10), 13–21.
- Beny. B. (2012). Corporate Social Responsibility. San francisco
- Diamastuti, E., & Romadhon, F. (2021). “ Si Peduli ” Triple Bottom Line Implementation in Corporate Social Responsibility Perspective. *AKRUAL: Jurnal Akuntansi*, 13(1), 41–55. <https://doi.org/10.26740/jaj.v13n1.p41-55>
- Elkington, J. (1997). Cannibals with forks – Triple bottom line of 21st century business. Stoney Creek, CT: New Society Publishers.
- Fauziah, I., & Asyik, N. F. (2019). Pengaruh Profitabilitas , Likuiditas , Leverage , Ukuran Perusahaan Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8(3), 1–18.
- Firdausi, S., & Prihandana, W. A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 10(02), 1–12. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/akunesa/article/view/12518/7523>
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Handayani, P., & Maharani, N. K. (2021). Effect of Environmental Performance, Company Size, and Profitability on Corporate Social Responsibility Disclosures. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik*, 4(1), 121–133. <https://doi.org/10.54783/japp.v4i1.446>
- Hery. (2015). Analisis Laporan Keuangan. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service). <https://www.globalreporting.org/standards/>. (n.d.). Global Report Initiative (GRI) versi G4. <https://www.idx.co.id/> (*diakses pada 13 Agustus 2022*) <https://www.mongabay.co.id/2022/05/17/pencemaran-laut-terus-terjadi-di-ntb-dan-ntt-pemerintah-diminta-bersikap-tegas/> (*diakses pada 23 Juli 2022*) <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-5625602/pencemaran-limbah-pabrik-susu-di-blitar-hanya-surat-peringatan-tak-ada-eksekusi> (*diakses pada 23 Juli 2022*)
- Irawan, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *JURNAL ILMIAH CORE IT Vol. 9 No. 3, 9*, 1–10. <https://doi.org/10.35137/jabk.v8i2.544>
- James C, Van Horne dan John M. Wachowicz. (2005). Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan. Edisi kedua belas. Jakarta: Salemba Empat.

- Jensen dan Meckling (1976). Theory of firm: managerial behaviour, agency cost and ownership structure.
- Kasmir. (2016). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kasmir. (2017). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Lela Nurlela W. (2019). Model Corporate Social Responsibility (CSR). Jawa Timur: Myria Publisher.
- Lumbantoruan, S., Mashuri, A. A. S., & Sari, R. H. D. P. (2020). Profitabilitas Memoderasi Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1(1), 1059–1076.
- Manghayu, A. dkk. (2018). Manajemen pemangku kepentingan dalam ranah pengambilan keputusan pemerintah daerah. *Jurnal MP (Manajemen Pemerintahan)*, 5(2), 109–123. <https://ejournal.ipdn.ac.id/JMP/article/view/425>
- Michael, R., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Program Csr Yayasan Unilever Indonesia Berdasarkan Teori Triple Bottom Line. *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 23. <https://doi.org/10.24198/focus.v2i1.23116>
- Purba, I. A. P. L., & Candradewi, M. R. (2019). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Csr Perusahaan Manufaktur Di Bei. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(9), 5372. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i09.p02>
- Putra, H. K., Kamilah, & Indrawati, N. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Likuiditas, Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Food And Beverages Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014 S.D 2018. *Jurnal Akuntansi*, 9(1), 61–72.
- Rokhlinasari, S. (2016). Teori –Teori dalam Pengungkapan Informasi Corporate Social Responbility Perbankan. *Kampung Jurnal IAIN Syekh Nurjati Cirebon*, 1(2), 274–282.
- Romadhona, D. W., & Wibowo, D. (2020). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, profitabilitas, likuiditas dan kepemilikan institusional terhadap pengungkapan CSR. *Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9, 1–23.
- Ruroh, Ivon Nurmas, Latifah, S. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Risk Minimization Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei Periode 2015- 2016). *JURNAL AKADEMI AKUNTANSI 2018 Volume. 1 No. 1, 1*. http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1268/1127%0Ahttp://publicacoes.cardiol.br/portal/ijcs/portugues/2018/v3103/pdf/3103009.pdf%0Ahttp://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-75772018000200067&lng=en&tlng=
- Saragih, Afni Eliana., dan Sembiring, Y. (2019). *Pengaruh Corporate Governance, Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di BEI*. 5(2), 139–164.
- Satriana, G. C. (2017). Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, Efisiensi Modal KerjadanLeverage terhadap Profitabilitas (Studi Kasus pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Tahun 2008-2014. Skripsi Thesis Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

- Simanjuntak, I. M. S. & A. (2017). Pengaruh Corporate Governance, Financial Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Corporate Financial Performance Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(2), 137–144.
- Sugeng, A. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Ukuran Dewan Komisaris Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Go Public Tahun 2016-2018 Di Bursa Efek Indonesia). *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi*, 15(3), 405. <https://doi.org/10.32400/gc.15.3.29211.2020>
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Tampubolon. E.G. dan Siregar. D.A. (2019). Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Pada Perusahaan Asuransi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *JURNAL MANEKSI (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 8(1), 69–80. <https://doi.org/10.29259/ja.v12i1.930>
- Tumanan, N., & Dyah Ratnawati. (2021). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Leverage Terhadap Nilai Perusahaan, CSR Sebagai Pemoderasi. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 123–136. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v14i1.380>
- Viriany, Y. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 1(3), 703. <https://doi.org/10.24912/jpa.v1i3.5573>
- Yanti, N. L. E. K., Made, E. D., & Asri, P. & I. G. A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Leverage, Dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Ekonomi Bisnis*, 3(1), 43–51.