

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN KARAKTERISTIK
PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PADA PERUSAHAAN
INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG
TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2016-2022**

SKRIPSI

**SARAH FEBIYANTI
NIM : 17622031**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN
TANJUNGPINANG
2023**

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN KARAKTERISTIK
PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PADA PERUSAHAAN
INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG
TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2016-2022**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi

OLEH

Nama : SARAH FEBIYANTI

NIM : 17622031

PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN
TANJUNGPINANG
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN / PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, DAN KARAKTERISTIK
PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PADA PERUSAHAAN
INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG
TERDAFTAR DIBEI TAHUN 2016-2022**

Diajukan Kepada :

Panitia Komisi Ujian
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang

Oleh

NAMA : SARAH FEBIYANTI
NIM : 17622031

Menyetujui :

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2

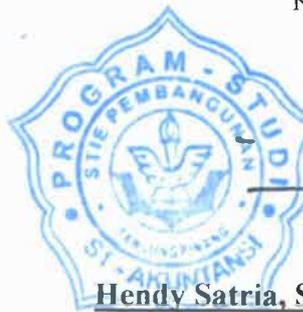


Ranti Utami, SE., M.Si., Ak., CA
NIDN. 1004117701 / Lektor



Hasnarika, S.Si., M.Pd
NIDN. 1020118901 / Lektor

Menyetujui,
Ketua Program Studi,



Hendy Satria, SE., M.Ak., CAO., CBFA., CPFRA
NIDN. 1015069101 / Lektor

Skripsi Berjudul

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, DAN KARAKTERISTIK
PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PADA PERUSAHAAN
INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG
TERDAFTAR DI BETAHUN 2016-2022**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

NAMA : SARAH FEBIYANTI
NIM : 17622031

Telah dipertahankan di depan Panitia Komisi Ujian Pada Tanggal Dua Puluh Dua
November Tahun Dua Ribu Dua Puluh Tiga Dan Dinyatakan Telah Memenuhi
Syarat Untuk Diterima

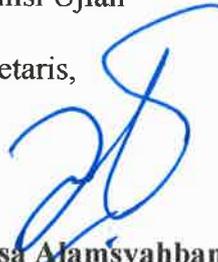
Panitia Komisi Ujian

Ketua,



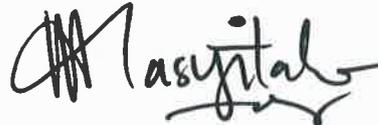
Ranti Utami, SE., M. Si., Ak., CA
NIDN. 1004117701 / Lektor

Sekretaris,



M. Isa Alamsyahbana, SE., M. Ak., CPFRA
NIDN. 1025129302 / Lektor

Anggota,



Masyitah As Sahara, S.E., M.Si
NIDN. 1010109101 / Lektor

Tanjungpinang, 22 November 2023
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang,
Ketua,



Charly Marlinda, SE., M. Ak. Ak., CA
NIDN. 1029127801 / Lektor

PERNYATAAN

Nama : Sarah Febiyanti
NIM : 17622031
Tahun Angkatan : 2017
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,51
Program Studi / Jenjang : Akuntansi / Strata 1
Judul Skripsi : Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI Tahun 2016-2022

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa seluruh isi materi dalam skripsi ini adalah benar hasil karya saya sendiri dan bukan rekayasa maupun karya orang lain. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apabila dikemudian hari saya membuat pernyataan palsu, maka saya siap di proses sesuai peraturan yang berlaku.

Tanjungpinang, 22 November 2023

Penulis



Sarah Febiyanti
NIM. 17622031

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kuucapkan kepada Allah swt Tuhan Yang Maha Esa karena atas segala rahmat dan karunia-Nya serta kesempatan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik dan segala kekurangannya.

Dengan penuh kerendahan hati, penulis mempersembahkan karya ini untuk :

Ibu dan Bapak Tercinta

Sri Supatmi (Ibu) dan Sarbono (Bapak)

Yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan dan selalu mendoakan di setiap doanya dengan harapan anaknya mendapatkan kesuksesan untuk kehidupan yang lebih baik kedepannya dan menjadi kebanggan bagi keluarga.

Sahabat-sahabat Tersayang

Yang selalu memberikan dukungan, doa, semangat, nasihat dan juga saran selama proses penyelesaian skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik.

Seluruh Keluarga Besar

Parno's Family dan Suman's Family

Yang mengajarkan arti persaudaraan dan kekeluargaan, serta selalu mendukung, menyemangati dan mendoakan selama proses penyelesaian skripsi ini.

HALAMAN MOTTO

Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu'

(QS. Al – Baqarah : 45)

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain), dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap

(QS. Al – Insyirah : 6-8)

“If Allah is making you wait, then be prepared to receive more than what you asked for”

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang mana berkat rahmat dan anugerah dari-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PADA PERUSAHAAN INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2016-2022”** yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata 1 (S1) Program Studi Akuntansi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

Dalam hal ini penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritikan yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Pada prosesnya, penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari banyak pihak yang turut membantu hingga akhir penyusunan skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Charly Marlinda, S.E., M.Ak., Ak., CA selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
2. Ibu Ranti Utami, S.E., M. Si., Ak., CA selaku Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang sekaligus dosen pembimbing I yang telah banyak memberi arahan, saran, dan perbaikan terhadap penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
3. Ibu Sri Kurnia., S.E., Ak., M.Si., CA selaku Wakil Ketua II Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

4. Bapak Muhammad Rizki, M,Hsc selaku Wakil Ketua III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
5. Bapak Hendy Satria, S.E., M.Ak., CAO., CBFA., CPFRA selaku Ketua Program Studi S1 Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
6. Ibu Hasnarika, S.Si., M.Pd selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tak pernah lelah dalam memberikan arahan dan bimbingan.
7. Seluruh dosen pengajar dan staf sekretariat Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
8. Ibu tercinta Sri Supatmi dan Bapak tersayang Sarbono terima kasih yang tak terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan hingga saat ini dan yang selalu mendoakan serta memberi dukungan kepada penulis.
9. Keluarga tersayang terutama adik-adik sepupu yang selalu memberikan hiburan, semangat, dan bantuan kepada penulis.
10. Sahabat-sahabat, Nicella Tillani Mellenia dan Irma Wahyuniasti yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan motivasi serta selalu mengingatkan dan memberikan bantuan kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi.
11. Teman-teman seperjuangan Akuntansi Pagi 2 Angkatan 2017 terutama Yunita dan Rosanna yang selalu memberikan semangat dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi dari awal sampai akhir penyusunan.
12. Semua pihak yang terkait dalam penyusunan skripsi, yang tidak dapat dituliskan satu-persatu, terima kasih banyak atas semuanya.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pembaca, khususnya mahasiswa-mahasiswi Jurusan Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

Tanjungpinang, 22 November 2023

Penulis

Sarah Febiyanti
NIM. 17622031

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN BIMBINGAN	
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI UJIAN	
HALAMAN PERNYATAAN	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
HALAMAN MOTTO	
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.5.1 Kegunaan Ilmiah	9
1.5.2 Kegunaan Praktis	10
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	12
2.1.2 Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	13
2.1.3 Perhitungan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	15
2.1.4 Ukuran Perusahaan	17
2.1.5 Karakteristik Perusahaan.....	19

2.1.5.1	Profitabilitas	19
2.1.5.2	<i>Leverage</i>	21
2.1.5.3	Kepemilikan Manajerial.....	22
2.1.5.4	Likuiditas	23
2.2	Hubungan Antar Variabel	23
2.2.1	Hubungan antara Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR.	23
2.2.2	Hubungan antara Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR.....	24
2.2.3	Hubungan antara <i>Leverage</i> terhadap Pengungkapan CSR	25
2.3	Kerangka Pemikiran	25
2.4	Hipotesis.....	26
2.5	Penelitian Terdahulu	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		31
3.1	Jenis Penelitian	31
3.2	Jenis Data	31
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.3.1	Studi Pustaka	32
3.3.2	Dokumentasi.....	32
3.4	Populasi dan Sampel	33
3.4.1	Populasi.....	33
3.4.2	Sampel.....	35
3.5	Definisi Operasional Variabel	37
3.6	Teknik Pengolahan Data	39
3.7	Teknik Analisis Data	39
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif	39
3.7.2	Metode Estimasi Model Regresi	40
3.7.2.1	Metode <i>Common Effect</i> atau <i>Pooled Least Square (PLS)</i>	40
3.7.2.2	Metode <i>Fixed Effect</i>	40
3.7.2.3	Metode <i>Random Effect</i>	40
3.7.3	Model Regresi Data Panel.....	41
3.7.3.1	Uji <i>Chow</i>	41
3.7.3.2	Uji <i>Hausman</i>	42

3.7.3.3	Uji <i>Lagrange Multiplier</i>	42
3.7.4	Uji Asumsi Klasik	43
3.7.4.1	Uji Normalitas	43
3.7.4.2	Uji Multikolinearitas.....	43
3.7.4.3	Uji Autokorelasi	44
3.7.4.4	Uji Heterokedastisitas	44
3.7.5	Analisis Regresi Berganda	45
3.7.6	Uji Hipotesis.....	46
3.7.6.1	Uji t (Parsial)	46
3.7.6.2	Uji F (Simultan).....	46
3.7.6.3	Uji R ² (Koefisien Determinasi)	47
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1	Pembahasan Hasil Analisis.....	91
4.4.1	Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	91
4.4.2	Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	92
4.4.3	Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	93
4.4.4	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan <i>Leverage</i> terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	94
BAB V	PENUTUP	95
5.1	Kesimpulan	95
5.2	Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
<i>CURRICULUM VITAE</i>		

DAFTAR TABEL

1. Tingkat Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)	5
2. Perusahaan Industri Barang Konsumsi.....	33
3. Penentuan Sampel Penelitian.....	36
4. Sampel Perusahaan.....	36
5. Definisi Operasional Variabel.....	37
6. Data Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	59
7. Data Ukuran Perusahaan	64
8. Data Profitabilitas.....	69
9. Data <i>Leverage</i>	74
10. Hasil Statistik Deskriptif	79
11. Hasil Uji Estimasi <i>Common Effect</i>	81
12. Hasil Uji Estimasi <i>Fixed Effect</i>	82
13. Hasil Uji Estimasi <i>Random Effect</i>	82
14. Hasil Uji <i>Chow</i>	83
15. Hasil Uji <i>Hausman</i>	84
16. Hasil Uji <i>Lagrange Multiplier</i>	85
17. Hasil Uji Normalitas.....	86
18. Hasil Uji Multikolinearitas	86
19. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	87

DAFTAR GAMBAR

1. Kerangka Pemikiran	26
2. Grafik Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	63
3. Grafik Ukuran Perusahaan.....	68
4. Grafik Profitabilitas	73
5. Grafik <i>Leverage</i>	78

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Laporan Tahunan Perusahaan
- Lampiran 2 : Data Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)
- Lampiran 3 : Data Ukuran Perusahaan
- Lampiran 4 : Data Profitabilitas
- Lampiran 5 : Data *Leverage*
- Lampiran 6 : Indeks GRI G4
- Lampiran 7 : Hasil Pengujian Eviews
- Lampiran 8 : Persentase Plagiat

ABSTRAK

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PADA PERUSAHAAN INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2016-2022

Sarah Febiyanti.17622031.Akuntansi.STIE Pembangunan Tanjungpinang

sarahfebiyantii82@gmail.com

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari Ukuran Perusahaan dan Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian ini menggunakan sampel yang terdiri dari 22 perusahaan industri barang konsumsi dengan periode pengamatan dari tahun 2016-2022 dengan pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis linier berganda. Data yang digunakan adalah data sekunder dengan jenis penelitian kuantitatif kausal komparatif. Alat yang digunakan untuk melakukan uji asumsi klasik, analisis regresi data panel, dan uji hipotesis dengan menggunakan *Eviews (Econometric Views)*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sedangkan ukuran perusahaan yaitu profitabilitas dan *leverage* secara parsial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Kesimpulannya, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2022. Diperoleh nilai *Adjusted R-Squared* sebesar 15,44% memiliki pengaruh sedangkan sisanya yaitu 84,56% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

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

Dosen Pembimbing 1 : Ranti Utami, SE., M.Si. Ak. CA.

Dosen Pembimbing 2 : Hasnarika, S.Si., M. Pd

ABSTRACT

THE EFFECT OF COMPANY SIZE AND THE CHARACTERISTICS COMPANY ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DISCLOSURE ON CONSUMER GOODS INDUSTRY COMPANIES LISTED ON IDX 2016-2022

Sarah Febiyanti.17622031.Accounting.STIE Pembangunan Tanjungpinang.

sarahfebiyantii82@gmail.com

The purpose of this study was to determine the effect of Company Size and Company Characteristics on Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure. This study used a sample consisting of 22 consumer goods industry companies with an observation periode from 2016-2022 with sample selection using purposive sampling method.

The analytical method used in this study is the multiple linear analysis method. The data used is secondary data with a type of comparative causal quantitative research. The tool used to perform classical assumption, panel data regression analysis, and hypothesis tests using Eviews (Econometric Views).

The results of this study show that the company size partially have an effect on Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure. Meanwhile, characteristics company, namely profitability and leverage partially has no effect on Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure.

The conclusion is company size, profitability, and leverage simultaneously have an effect on Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure in consumer good industry companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016-2022. Obtained the Adjusted R-Squared value of 15.44% had an influence while the remaining 84.56% influenced by other variables.

Keywords : company size, company characteristics, profitability, leverage, and CSR disclosure

Supervisor 1 : Ranti Utami, SE., M.Si., Ak. CA

Supervisor 2 : Hasnarika, S.Si., M.Pd

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era sekarang ini, perekonomian semakin berkembang. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya perusahaan-perusahaan yang muncul dalam berbagai bidang. Ada banyaknya perusahaan-perusahaan yang berdiri saat ini memiliki dampak positif dan juga dampak negatif bagi masyarakat. Dampak positifnya, perusahaan dapat membangun perekonomian negara dan juga menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Sedangkan dampak negatif dari banyaknya perusahaan yang memanfaatkan sumber daya alam ini yaitu berkaitan dengan kondisi lingkungan sekitar masyarakat yang menjadi tercemar akibat adanya buangan limbah dan juga terdapat polusi udara dan suara dari banyaknya perusahaan ini. Padahal lingkungan alam sangat perlu dijaga, hal ini berkaitan dengan perusahaan yang memerlukan sumber daya alam pada kegiatannya, salah satunya perusahaan manufaktur.

Perusahaan manufaktur adalah jenis perusahaan yang banyak menggunakan sumber daya alam. Perusahaan manufaktur terdiri dari beberapa bidang usaha, salah satunya perusahaan industri barang konsumsi. Perusahaan industri barang konsumsi merupakan perusahaan yang menghasilkan barang konsumsi seperti makanan, minuman, pakaian, dan lain-lain. Dimana dalam proses produksinya, perusahaan tersebut menggunakan bahan baku yang berasal dari sumber daya alam dan terdapat juga pengaruh negatif dari berdirinya perusahaan-perusahaan tersebut. Oleh karena itu, untuk mencegah terjadinya hal

negatif pada lingkungan, maka perlu adanya kesadaran masyarakat akan pentingnya pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. Contoh kasus pencemaran lingkungan yang dilakukan PT. Siantar Top pada tahun 2021 di Bekasi, perusahaan dilaporkan melakukan pencemaran lingkungan yang menimbulkan bau tidak sedap disekitar lingkungan(Www.jakpos.com, 2021).

Alasan penulis memilih perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi adalah karena perusahaan memproduksi barang kebutuhan harian yang banyak digunakan masyarakat, selain dalam prosesnya menghasilkan limbah, kemasan dan produknya juga memiliki resiko terhadap keselamatan konsumen. Alasan lain yaitu karena pada penelitian sebelumnya belum banyak yang meneliti perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi.

Perusahaan memiliki suatu bentuk tanggung jawab sosial terhadap masyarakat di sekitar perusahaan tersebut. Bentuk tanggung jawab sosial ini dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR merupakan suatu bentuk tanggungjawab sosial yang diterapkan oleh sebuah perusahaan dengan tujuan agar dapat memberikan manfaat kepada masyarakat dengan adanya perusahaan tersebut. Selain memberikan manfaat bagi masyarakat di sekitar perusahaan, perusahaan juga mendapatkan keuntungan yaitu dapat menjalankan kegiatan perusahaan dengan mudah. Maka dari itu CSR sangat penting diterapkan oleh perusahaan.

Penerapan CSR juga diatur dalam undang-undang. Di Indonesia, penerapan dan pengungkapan CSR perusahaan diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas No 40 tahun Pasal 66 ayat (2) bagian c yang berisi, bahwa

selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan melaporkan tanggungjawab social dan lingkungan. Pasal 74 ayat (1) Undang-Undang Perseroan Terbatas berisi tentang perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang atau berkaitan dengan segala sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan. Meskipun demikian, dalam pelaksanaannya CSR yang dilakukan oleh perusahaan masih belum dilaksanakan dengan baik sesuai dengan hukum yang berlaku. Bahkan masih ada perusahaan yang melanggar hukum tersebut.

Perusahaan wajib menerapkan CSR dan melaporkannya. CSR dilaporkan dalam *Annual Report* dan *Sustainability Report* perusahaan. Pelaporan CSR saat ini mulai mendapat banyak perhatian, khususnya dari pihak investor. Dengan adanya pelaporan CSR dalam laporan tahunan suatu perusahaan, maka dapat dijadikan sebagai alat untuk meyakinkan investor dan calon investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.

Adapun pentingnya pengungkapan CSR untuk perusahaan menurut (Sri Ardani & Mahyuni, 2020) yaitu sebagai berikut.

1. Perusahaan dapat tumbuh dan berkembang serta memiliki citra yang baik dimata Masyarakat sehingga mengalami keberlanjutan usaha.
2. Mempermudah akses perusahaan dalam memperoleh modal.
3. Perusahaan mampu menciptakan dan mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas.
4. Perusahaan dapat meningkatkan pengambilan sebuah keputusan bila terjadi hal-hal kritis dan mengelola dengan baik manajemen risiko.

Pengungkapan CSR dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor pertama yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan suatu ukuran atau skala yang menggambarkan besar kecilnya perusahaan dilihat dari beberapa indikator seperti total aset, nilai pasar saham, total pendapatan, dan lain-lain. Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan ukuran perusahaan adalah total aset, karena total aset dapat digunakan sebagai skala pengukuran dan dapat menggambarkan ukuran perusahaan (Yuliawati dan Sukirman, 2015).

Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial, disamping itu perusahaan yang berukuran lebih besar akan cenderung memiliki *public demand* yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang berukuran lebih kecil, karena perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar tentu akan mengungkapkan informasi yang lebih luas, tujuannya untuk mengurangi biaya keagenan yang dikeluarkan (Trisnawati, 2014).

Faktor lainnya yaitu karakteristik perusahaan. Karakteristik perusahaan merupakan ciri khas atau sifat yang khusus yang melekat dari sebuah perusahaan yang dimana ciri khas atau sifat khusus ini dapat dilihat dari beberapa hal, diantaranya profitabilitas, dan *leverage*. Profitabilitas menunjukkan keberhasilan sebuah perusahaan dalam menghasilkan laba, dimana perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang baik juga akan mendapat tekanan yang lebih kuat dari lingkungan perusahaan untuk lebih luas dalam mengungkapkan CSR, dan semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan tanggung jawab sosialnya (Ruroh & Latifah, 2018).

Leverage dapat diartikan sebagai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai operasinya, dengan demikian *leverage* juga mencerminkan tingkat risiko keuangan perusahaan (Yuliatwati & Sukirman, 2015). Perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat agar tidak diawasi secara ketat atau menghindari pengawasan khusus dari para pemegang hutang (Ruroh & Latifah, 2018).

Berikut tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) beberapa perusahaan industri barang konsumsi pada tahun 2016-2022 :

Tabel 1.1
Tingkat Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

No	Nama Perusahaan	Tahun						
		2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
1	PT. Sariguna Primatirta Tbk	7,7%	7,7 %	24,2 %	24,2 %	31,9 %	33%	28,6 %
2	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	8,7%	6,5 %	32,9 %	18,6 %	28,5 %	36,2 %	40,6 %

Sumber : www.idx.co.id

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa pada tahun 2016 tingkat pengungkapan CSR pada PT. Sariguna Primatirta Tbk sebesar 7,7%. Tahun 2017 pengungkapan CSR sama dengan tahun 2016, tidak mengalami peningkatan maupun penurunan yaitu sebesar 7,7%. Lalu pada tahun 2018 mengalami peningkatan menjadi sebesar 24,2%. Di tahun 2019 juga sama dengan tahun sebelumnya yaitu sebesar 24,2%. Kemudian pada tahun 2020 mengalami peningkatan, yaitu menjadi sebesar 31,9%. Pada tahun 2021, tingkat pengungkapan CSR PT. Sariguna Primatirta mengalami peningkatan menjadi

sebesar 33%. Selanjutnya pada tahun 2022 juga mengalami penurunan menjadi sebesar 28,6%.

Pada tahun 2016, tingkat pengungkapan CSR PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk sebesar 8,7%. Tingkat pengungkapan CSR mengalami penurunan pada tahun 2017 menjadi sebesar 6,5%. Pada tahun 2018 tingkat pengungkapan CSR mengalami peningkatan menjadi sebesar 32,9%. Lalu mengalami penurunan ditahun berikutnya yaitu tahun 2019 menjadi sebesar 18,6%. Kemudian tingkat pengungkapan CSR mengalami peningkatan pada tahun 2020 menjadi sebesar 28,5%. Selanjutnya pada tahun 2021, pengungkapan CSR perusahaan mengalami peningkatan menjadi sebesar 36,2%. Pada tahun 2022 pengungkapan CSR perusahaan meningkat menjadi sebesar 40,6%.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Pratiwi & Ismawati, 2019) mendapatkan hasil bahwa tipe industri, ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014, sedangkan leverage tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Wiyono & Sondakh, 2019), hasil penelitian yang didapat menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR, pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR, profitabilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan

CSR, kepemilikan saham publik tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Dilihat dari beberapa penelitian terdahulu diatas, masih terdapat hasil yang berbeda-beda dan menggunakan variabel yang berbeda-beda pula. Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR. Dalam penelitian ini, peneliti akan menguji lebih lanjut lagi mengenai pengungkapan CSR dengan memfokuskan pada variabel-variabel independen yaitu, ukuran perusahaan dan karakteristik perusahaan.

Penulis menggunakan data penelitian dari tahun 2016-2022 karena perusahaan industri barang konsumsi banyak yang mengungkapkan CSR nya dengan lebih lengkap dalam laporan tahunan mulai dari tahun 2016. Selain itu, pada penelitian-penelitian sebelumnya data yang digunakan lebih sedikit sehingga penulis mengambil data dengan rentang waktu lebih lama agar mendapat hasil yang lebih baik.

Berdasarkan fenomena diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2022”**.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2022?

2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2022?
3. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2022?
4. Apakah ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2022?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yaitu penelitian hanya dilakukan pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode tahun 2016-2022. Karakteristik perusahaan yang digunakan ada dua, yaitu profitabilitas dan *leverage*. Kriteria-kriteria untuk menentukan sampel yaitu :

1. Pengungkapan CSR hanya fokus pada penyajian informasi dalam laporan tahunan.
2. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2022.
3. Perusahaan telah melakukan publikasi laporan tahunan selama periode 2016-2022.
4. Perusahaan mengungkapkan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara berturut-turut selama periode 2016-2022.
5. Variabel ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural total aset.
6. Variabel profitabilitas diukur dengan *Return on Asset* (ROA).

7. Variabel *leverage* diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER).

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti empiris yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2022.
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2022.
3. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2022.
4. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2016-2022.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Ilmiah

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menambah wawasan dan pemahaman mengenai pengaruh ukuran perusahaan dan karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021 serta dapat digunakan sebagai bahan referensi tambahan bagi mahasiswa lain ataupun pihak lain yang berkepentingan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

a. Untuk Perusahaan

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat bermanfaat sebagai referensi atau bahan pertimbangan dalam menerapkan CSR.

b. Untuk Peneliti

Penelitian ini dilakukan agar dapat membandingkan antara teori yang didapat selama kuliah dengan realita yang sesungguhnya terjadi dilapangan, serta untuk meningkatkan dan menambah wawasan dan pemahaman peneliti mengenai ukuran perusahaan dan karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan industri barang konsumsi.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan ini, secara umum terdiri dari tiga bab yang mana masing-masing bab memiliki keterkaitan antara satu sama lain untuk memberikan gambaran sistematis mengenai penelitian ini. Berikut akan diuraikan mengenai sistematika penulisan.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini diuraikan mengenai gambaran umum dari masalah yang diteliti yang terdiri dari latar belakang permasalahan yang dijelaskan secara garis besar keterkaitan masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini memaparkan mengenai teori-teori sebagai penunjang penelitian yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang diteliti. Mencakup landasan teori, kerangka pemikiran, hipotesis dan penelitian terdahulu.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bagian ini terdiri dari jenis penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, teknik pengolahan data, teknik analisis data, dan jadwal penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini berisikan hasil dari penelitian yang dilakukan serta pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Pada bagian ini memaparkan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan serta saran yang diberikan kedepannya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Menurut (Sultoni, 2020) pengertian CSR adalah sebuah komitmen dari suatu bisnis atau perusahaan untuk dapat berperilaku secara etis dan dapat berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi yang berkesinambungan. *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* dalam (Rokhlinasari, 2015) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dan komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarganya.

Adapun Undang-Undang Pemerintah Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 Pasal 1 ayat (3) menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan CSR adalah : komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan, komunitas, maupun masyarakat pada umumnya (Yusuf, 2017).

Bank Dunia mendefinisikan CSR sebagai komitmen bisnis untuk berkontribusi pada pengembangan ekonomi yang berkelanjutan, untuk bekerja bersama karyawan, keluarga mereka, masyarakat lokal, dan masyarakat keseluruhan untuk meningkatkan kualitas hidup mereka menjadi lebih baik sehingga baik untuk bisnis dan pembangunan (Trisnawati, 2014). Tanggung

jawab sosial perusahaan atau CSR adalah suatu konsep bahwa suatu organisasi khususnya perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap *stakeholdernya* yaitu konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan (Heryanto & Juliarto, 2017).

Darwin dalam (Susilowati et al., 2018) menyatakan *Corporate Social Responsibility* adalah mekanisme untuk suatu organisasi yang secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial kedalam operasinya dan interaksinya dengan para *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi terhadap hukum. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Ruroh & Latifah, 2018).

Berdasarkan beberapa pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu bentuk komitmen dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap komunitas dan masyarakat sekitar perusahaan terkait aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, dimana bentuk tanggung jawab sosial perusahaan ini dilaksanakan untuk membangun perekonomian dan juga meningkatkan kualitas dan taraf hidup masyarakat dan keluarganya.

2.1.2 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Sabrina dan Felita dalam (Kadek et al., 2018), pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan/*Corporate Social Responsibility Disclosure*

(CSR) adalah mekanisme yang digunakan oleh perusahaan untuk berkomunikasi dengan *stakeholder* dan digunakan untuk memberikan keuntungan/memperbaiki legitimasi bagi perusahaan. Menurut Sembiring dalam (Oviliana et al., 2021), pengungkapan CSR merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok kepentingan khusus dan masyarakat secara keseluruhan.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas maka dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu mekanisme yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan mengenai dampak lingkungan dan sosial dari kegiatan ekonomi perusahaan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial ini memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan) di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham, dimana perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Wati, 2019).

Dengan adanya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR ini maka akan dapat diketahui apa saja aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan, hal ini sangat penting mengingat dampak-dampak yang mungkin ditimbulkan akibat adanya aktivitas dari perusahaan tersebut terhadap lingkungan sosial masyarakat (Wati, 2019).

2.1.3 Perhitungan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dihitung dengan berpedoman pada *Global Reporting Initiative* (GRI) generasi empat atau disebut G4 dengan 91 indeks pengungkapan CSR (Heryanto & Juliarto, 2017). *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia (Wati, 2019).

Menurut (Wati, 2019), indikator kinerja atau item yang disebutkan dalam *Global Reporting Initiative* (GRI) dibagi menjadi tiga komponen utama, yaitu sebagai berikut :

1. Ekonomi

Dimensi ekonomi menyangkut keberlanjutan organisasi berdampak pada kondisi ekonomi dari *stakeholder* dan sistem ekonomi pada tingkat lokal, nasional, dan tingkat global. Indikator ekonomi menggambarkan :

- a) Arus modal diantara berbagai pemangku kepentingan.
- b) Dampak ekonomi utama dari organisasi seluruh masyarakat kinerja keuangan merupakan hal yang mendasar untuk memahami organisasi dan keberlanjutannya, tetapi informasi ini biasanya sudah dilaporkan dalam laporan keuangan.

2. Lingkungan

Dimensi lingkungan menyangkut keberlanjutan organisasi berdampak pada kehidupan, didalam sistem alam termasuk didalamnya sebuah ekosistem,

tanah, udara, dan air. Indikator kinerja lingkungan terkait dengan *input* (bahan, energi, air) dan *output* (emis/gas, limbah sungai, limbah kering/sampah). Selain itu juga mencakup kinerja yang berkaitan dengan keanekaragaman hayati, kepatuhan lingkungan, dan informasi yang berkaitan lainnya seperti limbah yang dapat merusak ekosistem lingkungan serta dampak dari produk dan jasa yang dihasilkan.

3. Sosial

Dimensi sosial menyangkut keberlanjutan sebuah organisasi yang telah berdampak didalam sistem sosial yang beroperasi. Indikator kinerja sosial GRI mengidentifikasi kunci aspek kinerja yang meliputi praktek perumahan/tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat/sosial, dan tanggung jawab produk.

Setiap item CSR yang diungkapkan akan diberi nilai 1, dan setiap item CSR yang tidak diungkapkan maka akan diberi nilai 0. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung pengungkapan CSR yaitu

$$CSRI_i = \frac{\sum X_{ij}}{n_i}$$

Keterangan :

$CSRI_j$ = Indeks luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan i.

$\sum X_{ij}$ = Nilai 1 jika item diungkapkan, nilai 0 jika item tidak diungkapkan.

N_i = Jumlah item untuk perusahaan i, n_i 91 indeks.

2.1.4 Ukuran Perusahaan

Menurut (Bahri, 2018) ukuran perusahaan adalah skala untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan, yang diukur berdasarkan total aktiva. Menurut .Undang-Undang Republik Indonesia No.20 tahun 2008 dalam (Oviliana et al., 2021) menyatakan bahwa perusahaan dikatakan besar ketika memiliki aset > 10M dan penjualan > 50 M, sedangkan perusahaan dikatakan kecil ketika aset > 50 juta-500 juta dan penjualan > 300 juta-2,5M.

Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan, yang mana perusahaan dengan skala besar biasanya lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial daripada perusahaan yang mempunyai skala kecil (Wiyuda & Pramono, 2017). Elsakit dalam (Kadek et al., 2018) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan adalah variabel penjelasan sosial yang paling signifikan, karena perusahaan melakukan pengungkapan terhadap sosial dan lingkungan melalui laporan tahunan, maka perusahaan dalam jangka panjang bisa terhindar dari biaya tuntutan masyarakat. Sesuai teori *stakeholder*, semakin besar ukuran perusahaan maka tuntutan *stakeholders* atas manfaat keberadaan perusahaan tersebut semakin besar pula (Yuliawati & Sukirman, 2015).

Menurut Hanafi dan Halim dalam (Ruroh & Latifah, 2018), ukuran perusahaan merupakan skala yang berfungsi untuk klasifikasi besar kecilnya entitas bisnis, yang mana perusahaan dengan tingkat entitas bisnis tinggi mendorong para investor untuk menginvestasikan saham kepada perusahaan dan jika saham perusahaan tinggi maka pengungkapan CSR nya meningkat, karena

pendorong pengungkapan CSR adalah kepemilikan saham perusahaan yang tinggi.

Perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki lebih banyak pemegang saham yang punya perhatian terhadap program sosial yang dilakukan perusahaan dan laporan tahunan merupakan alat yang efisien untuk mengkomunikasikan informasi ini (Sekarwigati & Effendi, 2019).

Dari beberapa teori diatas, disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan sebuah skala yang digunakan untuk mengukur besar kecilnya ukuran suatu perusahaan yang diukur berdasarkan total aktivitya, dimana perusahaan dengan ukuran besar cenderung lebih banyak mengungkapkan CSR daripada perusahaan dengan ukuran kecil.

Menurut Sembiring dalam (Widiastuti et al., 2018), jika dikaitkan dengan teori agensi, perusahaan yang mempunyai ukuran besar cenderung melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan. Ukuran perusahaan dihitung dengan menggunakan *log of total assets* yaitu logaritma natural jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan (Pratiwi & Ismawati, 2019).

Menurut Kasmir dalam (Sugiyono, 2019) ukuran perusahaan berdasarkan total aset dihitung sebagai berikut :

$$\text{Firm size} = \text{Ln total asset}$$

2.1.5 Karakteristik Perusahaan

Menurut Lang dan Ludohm dalam (Trinesia & Husaini, 2020) karakteristik perusahaan dibagi menjadi 3 variabel yaitu, variabel struktural (*structural variables*) yang terdiri dari ukuran perusahaan, umur perusahaan, rasio utang, dan konsentrasi kepemilikan. Yang kedua variabel kinerja (*performance variables*) yang terdiri dari profitabilitas dan *leverage*, lalu variabel penawaran (*offer variables*) yang terdiri dari tipe industri dan ukuran perusahaan audit.

Menurut Sidharta dan Christiani dalam (Lukman & Eriandani, 2021) menyatakan bahwa karakteristik perusahaan merupakan ciri khas atau sifat yang khusus dan melekat dari sebuah perusahaan, yang dimana ciri khas atau sifat khusus dari perusahaan ini dapat dilihat dari beberapa hal yaitu sebagai berikut.

2.1.5.1 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi, semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik dalam menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan (Fahmi, 2017).

Profitabilitas merupakan suatu kompetensi perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga mampu menarik para pemegang saham perusahaan, yang mana dengan profitabilitas tinggi akan memberikan dispensasi yang lebih kepada perusahaan dalam melaksanakan program CSR nya (Ruroh & Latifah, 2018). Menurut (Sundari & Handayani, 2019) profitabilitas menunjukkan kinerja suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan sehingga dapat berpengaruh

pada pembuatan keputusan investasi, artinya semakin baik kinerja keuangan perusahaan maka perusahaan akan semakin dipercaya untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.

Menurut (Yuliawati & Sukirman, 2015) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Profitabilitas yang tinggi memicu para *stakeholder* untuk meningkatkan kepentingan dan harapan mereka akan transparansi yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan (Jovita & Lisandri, 2020).

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba untuk meningkatkan nilai pemegang saham. Tingkat profitabilitas yang semakin tinggi mencerminkan kemampuan entitas dalam menghasilkan laba yang semakin tinggi, sehingga entitas mampu untuk meningkatkan tanggung jawab sosial, serta melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya dalam laporan keuangan dengan lebih luas (Sekarwigati & Effendi, 2019).

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba atau keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki perusahaan dan untuk meningkatkan nilai pemegang saham.

Dalam mengukur profitabilitas perusahaan digunakan alat ukur *Return on Assets* (ROA), ROA merupakan suatu indikator keuangan yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atas total aset yang dimiliki

perusahaan (Pratiwi & Ismawati, 2019). Rumusnya yaitu $ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$ (Kasmir, 2019).

Alasan penulis memilih variabel profitabilitas adalah untuk melihat pengaruhnya terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), karena profitabilitas berkaitan dengan CSR, dimana perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan mengungkapkan CSRnya dengan lebih luas.

2.1.5.2 Leverage

Menurut Kasmir dalam (Yanti et al., 2021) *leverage* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan hutang. Rasio *leverage* secara umum ada 8 yaitu *Debt to Total Assets*, *Debt to Equity Ratio*, *Times Interest Earned*, *Cash Flow Coverage*, *Long-Term Debt to Total Capitalization*, *Fixed Charge Coverage*, dan *Cash Flow Adequacy* (Fahmi, 2017). Dalam penelitian ini rasio yang digunakan yaitu *Debt to Equity Ratio* (DER). Rumusnya yaitu $DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$ (Kasmir, 2019).

Menurut (Kurniawan et al., 2018) *leverage* merupakan suatu alat yang digunakan sebagai ukuran seberapa besar kemungkinan perusahaan mempunyai tingkat risiko utang tak tertagihnya para kreditur yang nantinya akan digunakan dalam membiayai aset perusahaan, atau secara sederhana dapat diartikan bahwa *leverage* digunakan untuk menilai seberapa besar ketergantungan perusahaan terhadap dana yang diperoleh dari pihak eksternal dengan cara berutang.

Leverage menunjukkan tingkat ketergantungan perusahaan terhadap utang dalam membiayai aktivitas operasinya (R. Ramadhani & Maresti, 2021). Perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi akan mengurangi pengungkapan

tanggung jawab sosial yang dibuat agar tidak diawasi secara ketat atau menghindari pengawasan khusus dari para pemegang hutang (Ruroh & Latifah, 2018).

Berdasarkan beberapa teori diatas, maka *leverage* dapat diartikan sebagai rasio yang digunakan untuk menggambarkan tingkat ketergantungan perusahaan terhadap utang dalam membiayai kegiatan operasional perusahaan, yang mana perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi akan cenderung mengurangi pengungkapan CSR atau tanggung jawab sosialnya.

Leverage menunjukkan tingkat ketergantungan perusahaan terhadap utang dalam membiayai aktivitas operasinya. Teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan dengan tingkat *leverage* rendah, hal ini dilakukan karena dengan adanya pengungkapan CSR diharapkan pemangku kepentingan seperti kreditur dan investor melihat hal tersebut sebagai jaminan akan keberlangsungan perusahaan, Putri dan Christiawan dalam (R. Ramadhani & Maresti, 2021).

Penulis memilih variabel *leverage* karena perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan cenderung untuk mengurangi pengungkapan CSRnya, maka ini berarti *leverage* memiliki keterkaitan dengan pengungkapan CSR.

2.1.5.3 Kepemilikan Manajerial

Menurut Wahidawati dalam (Singal & Putra, 2019) kepemilikan manajerial merupakan pemegang saham dari pihak manajemen yaitu dewan direksi dan dewan komisaris yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan.

Hermayanti dan Sukartha dalam (Erawati & Sari, 2021) menyatakan kepemilikan manajerial merupakan ukuran saham biasa yang dimiliki oleh para manajemen, yang mana dengan adanya kepemilikan saham oleh manajerial ini diharapkan mampu untuk mengurangi *agency cost* yang timbul.

Manajer yang memiliki saham perusahaan tentu akan menselaraskan kepentingannya sebagai manajer dan kepentingannya sebagai pemegang saham, semakin besar kepemilikan saham manajerial dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan (Sundari & Handayani, 2019). Adanya kepemilikan saham ini, manajerial akan berhati-hati karena turut menanggung konsekuensi atas keputusan yang diambil, mereka lebih termotivasi meningkatkan kinerjanya untuk mengelola perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Widyaningsih, 2018).

2.1.5.4 Likuiditas

Tingkat likuiditas sebuah organisasi perusahaan dijadikan sebagai tolak ukur untuk pengambilan keputusan orang-orang yang berkaitan dengan perusahaan (Wibowo & Romadhona, 2020). Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi berarti perusahaan tersebut akan mengeluarkan biaya CSR yang besar sehingga kegiatan CSR yang dilakukan juga semakin banyak (Sekarwigati & Effendi, 2019).

2.2 Hubungan Antar Variabel

2.2.1 Hubungan antara Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

Ukuran perusahaan merupakan skala yang berfungsi untuk klasifikasi besar kecilnya entitas bisnis, perusahaan yang memiliki tingkat entitas bisnis tinggi mendorong para investor untuk menginvestasikan saham kepada perusahaan, dan

jika saham perusahaan tinggi membuat pengungkapan CSR nya meningkat, karena mendorong pengungkapan CSR adalah kepemilikan saham perusahaan yang tinggi (Ruroh & Latifah, 2018).

Pengaruh variabel ukuran perusahaan terhadap CSR menurut teori *stakeholder* yaitu semakin besar perusahaan maka akan semakin banyak pihak-pihak yang menjadi bagian dari *stakeholder* perusahaan, sehingga semakin luas jangkauan pertanggung jawaban sosial perusahaan (Yanti et al., 2021). Penelitian yang dilakukan (Pratiwi & Ismawati, 2019) mendapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR. Sejalan dengan penelitian (Widiastuti et al., 2018) yang juga menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

2.2.2 Hubungan antara Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR

Menurut Rusdianto dalam (Yanti et al., 2021) profitabilitas yang tinggi akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan serta melakukan program CSR. Perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang baik juga akan mendapatkan tekanan yang lebih kuat dari lingkungan perusahaan untuk lebih luas dalam mengungkapkan CSR secara luas, dan semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan atau tanggung jawab sosialnya (Ruroh & Latifah, 2018).

Sesuai dengan teori keagenan, bahwa hubungan yang baik antara manajer dan para pemegang saham dapat dilakukan dengan adanya laporan CSR, sehingga para pemegang saham yakin bahwa manajer telah menjalankan kewajibannya

dengan baik (Putri & Gunawan, 2019). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Pratiwi & Ismawati, 2019) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ruroh & Latifah, 2018).

2.2.3 Hubungan antara *Leverage* terhadap Pengungkapan CSR

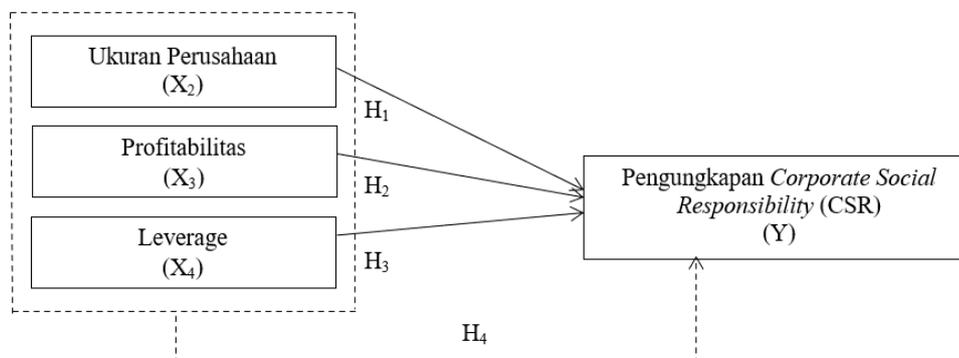
Menurut Scott dalam (Yanti et al., 2021) semakin tinggi *leverage*, kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, yang mana ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya tercermin dalam tingkat *leverage*. Perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat agar tidak diawasi secara ketat atau menghindari pengawasan khusus dari para pemegang hutang (Ruroh & Latifah, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh (R. Ramadhani & Maresti, 2021) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. (Yanti et al., 2021) dalam penelitiannya juga menyatakan *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan hubungan antar variabel, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini akan tampak sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Sumber : Konsep yang disesuaikan untuk penelitian (2022).

Keterangan :

————> = Pengaruh variabel independen (X1, X2, X3) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial.

-----> = Pengaruh variabel independen (X1, X2, X3) terhadap variabel dependen (Y) secara simultan.

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan, dengan kata lain hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik (Sugiyono, 2018). Berdasarkan kerangka pemikiran dan rumusan masalah yang ada, hipotesis penelitian yang diajukan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1: Diduga ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

H2: Diduga profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

H3: Diduga *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

H4: Diduga ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang variabel-variabel yang memengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sudah banyak dilakukan oleh peneliti lainnya, baik didalam negeri maupun luar negeri. Berikut uraian dari penelitian terdahulu :

- 1) Penelitian yang dilakukan oleh (Putri & Gunawan, 2019) yang berjudul “Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, dan Struktur Kepemilikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Perusahaan Properti dan Real Estate” mendapatkan hasil bahwa variabel independen profitabilitas, likuiditas, leverage, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, struktur kepemilikan institusional, manajerial, dan asing secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel pengungkapan CSR. Kemudian secara uji signifikansi individual menunjukkan bahwa bahwa variabel profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan struktur kepemilikan asing berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan

variabel leverage, struktur kepemilikan institusional, dan manajerial tidak menunjukkan pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

- 2) (Widiastuti et al., 2018) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, *Growth*, dan *Media Exposure* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2015), didapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan dan tipe industri berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, kemudian *growth* berpengaruh signifikan dan negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, serta *media exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
- 3) “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) yang diteliti oleh (Ruroh & Latifah, 2018), berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, leverage berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, dan *Risk Minimization* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2015-2016.
- 4) Penelitian (Pratiwi & Ismawati, 2019) yang berjudul “Analisis Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan

Manufaktur di BEI tahun 2012-2014” diketahui bahwa tipe industri, ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh terhadap CSR pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2012-2014, sedangkan leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2012-2014. Tipe industri, ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2012-2014.

- 5) Penelitian (C. F. Ramadhani & Agustina, 2019) yang berjudul “*Influence of Company Characteristics on Corporate Social Responsibility Disclosure in the Annual Reports of the Manufacturing Companies*” mengambil sampel sebanyak 83 perusahaan manufaktur, berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa hipotesis pertama yaitu variabel profitabilitas diterima karena berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, hipotesis kedua yaitu ukuran perusahaan juga diterima, dan hipotesis keempat yaitu leverage juga berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sementara dua hipotesis lain ditolak dan tidak membuktikan adanya pengaruh terhadap tingkat pengungkapan CSR, yaitu variabel ukuran dewan komisaris dan kepemilikan publik. Kenaikan tingkat profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan terkait informasi CSR.
- 6) (Budiyono & Maryam, 2017) dalam penelitiannya yang berjudul “*Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) Through Company Characteristics at Company Listed on LQ45 Indonesia Stock Exchange (IDX)*” mengambil sampel perusahaan yang terdaftar LQ45 yang mempublikasi *annual report*

periode 2011-2015, mendapatkan hasil bahwa kepemilikan public berpengaruh signifikan negative terhadap pengungkapan CSR yang mana hal ini mengindikasikan jika pemegang saham publik memiliki pengaruh yang lemah terhadap keputusan manajerial perusahaan termasuk pengungkapan CSR. Kemudian leverage berpengaruh signifikan negative terhadap pengungkapan CSR, hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan dengan leverage tinggi akan mengungkap sedikit lebih informasi tentang CSR. Likuiditas tidak berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan CSR, ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan CSR.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode penelitian kausal komparatif. Menurut (Sugiyono, 2019), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode penelitian kausal komparatif adalah penelitian yang berusaha mengamati alasan atau penyebab terjadinya sebuah fenomena yang diteliti, atau dengan kata lain adalah untuk menyelidiki kemungkinan hubungan sebab-akibat secara mendasar dengan cara mengamati akibat yang ada dan mencari kembali faktor yang mungkin menjadi penyebab melalui data tertentu (Anshor & Iswati, 2019).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara ukuran perusahaan dan karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3.2 Jenis Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Menurut (Bahri, 2018) data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak

langsung dan melalui media perantara, berasal dari sumber-sumber yang telah ada atau data sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain.

Adapun data sekunder yang diperlukan dan digunakan didapat dari data laporan tahunan seluruh perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang memiliki laporan tahunan dari tahun 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, dan 2022 yang diperoleh dari internet di *website* resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan dari *website* masing-masing perusahaan.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dan untuk mencapai tujuan penelitian yaitu menggunakan cara sebagai berikut:

3.3.1 Studi Pustaka

Menurut (Sugiyono, 2018) studi pustaka adalah kajian teoritis, referensi serta literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan budaya, nilai dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Dalam penelitian ini, metode penelitian yang dilakukan yaitu dengan cara membaca, memahami, dan mengutip teori-teori dari jurnal, buku, internet, dan karya tulis lainnya yang sesuai dengan variabel penelitian.

3.3.2 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak ditujukan langsung kepada subjek penelitian, serta dokumen yang diteliti dapat berbagai jenis dan tidak hanya dokumen resmi, bisa berupa buku harian, surat pribadi,

laporan, notulen rapat, dan dokumen-dokumen lainnya (Bahri, 2018). Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data laporan tahunan perusahaan industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2019) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2022 yang berjumlah 78 perusahaan.

Tabel 3.1
Perusahaan Industri Barang Konsumsi

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ADES	PT. Akasha Wira Internasional Tbk
2	AISA	PT. FKS Food Sejahtera Tbk
3	ALTO	PT. Tri Banyan Tirta Tbk
4	AMMS	PT. Agung Menjangan Mas Tbk
5	BIKE	PT. Sepeda Bersama Indonesia Tbk
6	BOBA	PT. Formosa Ingredient Factory Tbk
7	BTEK	PT. Bumi Teknokultura Unggul Tbk
8	BUDI	PT. Budi Starch & Sweetener Tbk
9	CAMP	PT. Campina Ice Cream Industry Tbk
10	CBMF	PT. Cahaya Bintang Medan Tbk
11	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
12	CINT	PT. Chitose Internasional Tbk
13	CLEO	PT. Sariguna Primatirta Tbk
14	CMRY	PT. Cisarua Mountain Dairy Tbk
15	COCO	PT. Wahana Interfood Nusantara Tbk

16	DLTA	PT. Delta Djakarta
17	DMND	PT. Diamond Food Indonesia Tbk
18	DVLA	PT. Darya-Varia Laboratoria Tbk
19	ENZO	PT. Morenzo Abadi Perkasa Tbk
20	FLMC	PT. Falmaco Nonwoven Industri Tbk
21	FOOD	PT. Sentra Food Indonesia Tbk
22	GGRM	PT. Gudang Garam Tbk
23	GOOD	PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk
24	GULA	PT. Aman Agrindo Tbk
25	HMSP	PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk
26	HOKI	PT. Buyung Poetra Sembada Tbk\
27	HRTA	PT. Hartadinata Abadi Tbk
28	IBOS	PT. Indo Boga Sukses Tbk
29	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
30	IIKP	PT. Inti Agri Resources Tbk
31	IKAN	PT. Era Mandiri Cemerlang Tbk
32	INAF	PT. Indofarma Tbk
33	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk
34	ITIC	PT. Indonesian Tobacco Tbk
35	KAEF	PT. Kimia Farma Tbk
36	KEJU	PT. Mulia Boga Raya Tbk
37	KICI	PT. Kedaung Indah Can Tbk
38	KINO	PT. Kino Indonesia Tbk
39	KBLF	PT. Kalbe Farma Tbk
40	KPAS	PT. Cottonindo Ariesta Tbk
41	LMPI	PT. Langgeng Makmur Industri Tbk
42	MBTO	PT. Martina Berto Tbk
43	MERK	PT. Merck Tbk
44	MGLV	PT. Panca Anugrah Wisesa Tbk
45	MGNA	PT. Magna Investama Mandiri Tbk
46	MLBI	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk
47	MRAT	PT. Mustika Ratu Tbk
48	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk
49	NANO	PT. Nanotech Indonesia Global Tbk
50	NASI	PT. Wahana Inti Makmur Tbk
51	OLIV	PT. Oscar Mita Sukses Sejahtera Tbk
52	PANI	PT. Pratama Abadi Nusa Tbk
53	PCAR	PT. Prima Cakrawala Abadi Tbk
54	PEHA	PT. Phapros Tbk

55	PMMP	PT. Panca Mitra Multiperdana Tbk
56	PSDN	PT. Prashida Aneka Niaga Tbk
57	PSGO	PT. Palma Serasih Tbk
58	PYFA	PT. Pyridam Farma Tbk
59	RMBA	PT. Bentoel Internasional Investama Tbk
60	ROTI	PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk
61	SCPI	PT. Organon Pharma Indonesia Tbk
62	SIDO	PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk
63	SKBM	PT. Sekar Bumi Tbk
64	SKLT	PT. Sekar Laut Tbk
65	SOFA	PT. Boston Furniture Industries Tbk
66	SOHO	PT. Soho Global Health Tbk
67	STTP	PT. Siantar Top Tbk
68	TAYS	PT. Jaya Swarasa Agung Tbk
69	TCID	PT. Mandom Indonesia Tbk
70	TOYS	PT. Sunindo Adipersada Tbk
71	TRGU	PT. Cerestar Indonesia Tbk
72	TSPC	PT. Tempo Scan Pacific Tbk
73	ULTJ	PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk
74	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk
75	VICI	PT. Victoria Care Indonesia Tbk
76	WIIM	PT. Wismilak Inti Makmur Tbk
77	WMUU	PT. Widodo Makmur Unggas Tbk
78	WOOD	PT. Integra Indocabinet Tbk

Sumber : www.idx.co.id

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2019). Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik berdasarkan kriteria (*purposive sampling*). Menurut Sekaran dan Bougi dalam buku (Bahri, 2018), *purposive sampling* adalah teknik pemilihan sampel dengan didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu dengan tujuan untuk memberikan informasi yang maksimal.

Adapun kriteria-kriteria untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

1. Pengungkapan CSR hanya berfokus pada penyajian informasi dalam laporan tahunan perusahaan.
2. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2022.
3. Perusahaan telah melakukan publikasi laporan tahunan selama periode 2016-2022.
4. Perusahaan mengungkapkan informasi *Corporate Social Responsibility* secara berturut-turut selama periode 2016-2022.

Tabel 3.2
Penentuan Sampel Penelitian

No.	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2022	78
2	Perusahaan telah melakukan publikasi laporan tahunan selama periode 2016-2022	(56)
3	Perusahaan mengungkapkan informasi <i>Corporate Social Responsibility</i> secara berturut-turut selama periode 2016-2022.	22
Total perusahaan yang digunakan sebagai sampel		22
Total sampel penelitian = 7 tahun x 22 =		154

Sumber : www.idx.co.id

Tabel 3.3
Sampel Perusahaan

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ADES	PT. Akasha Wira International Tbk
2	AISA	PT. FKS Food Sejahtera Tbk
3	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
4	CLEO	PT. Sariguna Primatirta Tbk
5	DVLA	PT. Darya-Varia Laboratoria Tbk
6	HMSP	PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk
7	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
8	INAF	PT. Indofarma Tbk

9	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk
10	KINO	PT. Kino Indonesia Tbk
11	KLBF	PT. Kalbe Farma Tbk
12	LMPI	PT. Langgeng Makmur Industri Tbk
13	MERK	PT. Merck Tbk
14	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk
15	PEHA	PT. Phapros Tbk
16	ROTI	PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk
17	STTP	PT. Siantar Top Tbk
18	TPSC	PT. Tempo Scan Pacific Tbk
19	ULTJ	PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk
20	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk
21	WIIM	PT. Wismilak Inti Makmur Tbk
22	WOOD	PT. Integra Indocabinet Tbk

Sumber : Data yang diolah (2022)

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah penjelasan dari variabel yang telah dipilih oleh peneliti (Bahri, 2018). Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja seperti atribut seseorang atau obyek yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018).

Dalam penelitian ini ada dua variabel yang digunakan, yaitu variabel independen atau variabel bebas (X) dan variabel dependen atau variabel terikat (Y) dibawah ini :

Tabel 3.4
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Ukuran Perusahaan	Ukuran perusahaan adalah skala besar kecilnya suatu	Firm size = Ln Total Aset	Rasio

	(X ₂)	perusahaan yang diukur berdasarkan total aktiva (Bahri, 2018).	(Sugiyono, 2019)	
2	Profitabilitas (X ₃)	Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada jumlah aset tertentu (Fahmi, 2017).	$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$ (Kasmir, 2019)	Rasio
3	Leverage (X ₄)	<i>Leverage</i> merupakan rasio untuk mengukur seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai dengan hutang (Yanti et al., 2021).	DER = $\frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$ (Kasmir, 2019)	Rasio
4	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) (Y)	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) adalah proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok yang berkepentingan dan masyarakat (Oviliana et al., 2021).	Setiap item CSR diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan diberi nilai 0 jika tidak diungkapkan $CSRI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_{ij}}$ (Wati, 2019)	Rasio

Sumber : Data yang diolah (2022)

3.6 Teknik Pengolahan Data

Data dalam penelitian ini merupakan data panel. Data panel adalah data yang terdiri dari kombinasi data *time series* dan data *cross-section*, atau dengan kata lain data panel terdiri dari data beberapa objek dan meliputi beberapa waktu (Nuryanto & Pambuko, 2018). Data *time series* adalah data dari suatu objek yang terdiri dari beberapa periode (runtut waktu) (Nuryanto & Pambuko, 2018), sedangkan data *cross-section* (data silang) adalah data yang hanya memiliki satu subjek tahun penelitian dan mempunyai banyak observasi individual/unit (Fauzi et al., 2019).

Alat analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah program komputer Eviews 12 (*Econometric Views*). Menurut (Winarno, 2015), Eviews adalah program komputer yang digunakan untuk mengolah data statistika dan data ekonometrika.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono 2019).

Dalam penelitian ini deskriptif statistik dilihat dari perhitungan nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, nilai maksimum maupun nilai minimum.

3.7.2 Metode Estimasi Model Regresi

Metode yang digunakan dalam menentukan teknik estimasi model regresi pada data panel ada tiga metode, yaitu metode *common effect*, metode *fixed effect*, dan metode *random effect*.

3.7.2.1 Metode *Common Effect* atau *Pooled Least Square (PLS)*

Metode *common effect* merupakan pendekatan model data panel yang paling sederhana karena hanya mengkombinasikan data *time series* dan *cross-section*, dan metode ini bisa dilakukan dengan pendekatan *Ordinary Least Square (OLS)* atau teknik kuadrat terkecil untuk mengestimasi model data panel (Kusumaningtyas et al., 2022). Kelemahan metode ini adalah ketidaksesuaian model dengan keadaan yang sesungguhnya (Winarno, 2015).

3.7.2.2 Metode *Fixed Effect*

Model ini mengasumsikan bahwa perbedaan antar individu dapat diakomodasi dari intersepnya. Untuk mengestimasi data panel, model *fixed effect* menggunakan teknik variabel *dummy* untuk menangkap perbedaan intersep antar perusahaan, model estimasi ini juga disebut dengan teknik *Least Squares Dummy Variabel (LSDV)* (Kusumaningtyas et al., 2022).

3.7.2.3 Metode *Random Effect*

Model ini lebih cocok untuk menganalisis data dengan kompleksitas yang lebih tinggi, sebab model ini akan mengestimasi data panel dimana variabel gangguan mungkin saling berhubungan antar waktu dan antar individu. Pada model *random effect* perbedaan intersep diakomodasi oleh *error terms* masing-masing perusahaan, keuntungannya model *random effect* ini menghilangkan

heteroskedastisitas, model ini juga disebut dengan *Error Component Model* (ECM) atau teknik *Generalized Least Squares* (GLS) (Kusumaningtyas et al., 2022).

3.7.3 Model Regresi Data Panel

Pemilihan teknik yang tepat dalam mengestimasi regresi data panel adalah dengan uji yang mampu dilakukan dalam menentukan metode yang terbaik pada ketiga metode sebelumnya, yaitu dengan uji *Chow*, uji *Hausman*, dan uji *Lagrange Multiplier*.

3.7.3.1 Uji Chow

Chow test adalah pengujian untuk menentukan model apakah *Common Effect* (CE) ataukah *Fixed Effect* (FE) yang paling tepat digunakan dalam mengestimasi data panel (Kusumaningtyas et al., 2022), apabila hasil :

H_0 : pilih PLS (*Common Effect*)

H_a : pilih FE (*Fixed Effect*)

Pedoman yang akan dipakai untuk pengambilan kesimpulan dalam uji *chow* yaitu :

1. Jika nilai *Cross-Section* $\geq 0,05$ artinya H_0 diterima, maka model yang dipakai yaitu model *common effect*.
2. Jika nilai *Cross-Section* $< 0,05$ artinya H_0 ditolak (H_a diterima), maka model yang dipakai yaitu model *fixed effect*.

3.7.3.2 Uji Hausman

Hausman test adalah pengujian statistic untuk memilih apakah model *Fixed Effect* (FE) atau *Random Effect* (RE) yang paling tepat digunakan (Kusumaningtyas et al., 2022), apabila hasil :

H_0 : pilih *Random Effect* (RE)

H_a : pilih *Fixed Effect* (FE)

Pedoman yang akan dipakai untuk pengambilan kesimpulan dalam uji *Hausman* yaitu :

1. Jika nilai *Cross-Section Chi-Square* $\geq 0,05$ artinya H_0 diterima, maka model yang dipakai yaitu model *random effect*.
2. Jika nilai *Cross-Section Chi-Square* $< 0,05$ artinya H_0 ditolak, maka model yang dipakai yaitu model *fixed effect*.

3.7.3.3 Uji Lagrange Multiplier

Uji *Lagrange Multiplier* (LM) adalah uji untuk mengetahui apakah model *Random Effect* (RE) lebih baik daripada metode *Common Effect* (PLS) digunakan (Kusumaningtyas et al., 2022), apabila hasil :

H_0 : pilih *Common Effect* (PLS)

H_a : pilih *Random Effect* (RE)

Pedoman yang akan dipakai untuk pengambilan kesimpulan dalam uji *lagrange multiplier* yaitu :

1. Jika nilai statistik LM $<$ nilai probabilitas Breusch-Pagan artinya H_0 ditolak, maka model yang dipakai yaitu model *random effect*.

2. Jika nilai statistik $LM \geq$ nilai probabilitas Breusch-Pagan artinya H_0 diterima, maka model yang dipakai yaitu model *common effect*.

3.7.4 Uji Asumsi Klasik

Menurut (Bahri, 2018), sebelum melakukan analisis regresi dan pengujian hipotesis, sebaiknya dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu agar lebih meyakinkan jika hasil penelitian untuk memprediksi suatu masalah adalah valid. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, dan uji heterokedastisitas.

3.7.4.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali dalam (Kusumaningtyas et al., 2022) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji Jarque-Bera, uji Jarque-Bera adalah alat yang digunakan untuk menguji normalitas residual pada persamaan regresi yang menggunakan sampel besar, dengan ketentuan jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,5 maka artinya data memiliki distribusi yang normal dan sebaliknya (Bahri, 2018).

3.7.4.2 Uji Multikolinieritas

Menurut (Ghozali, 2016) pada pengujian multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau variabel bebas. Efek dari multikolinieritas ini adalah menyebabkan tingginya variabel sampel, kemudian untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas pada model regresi dapat diketahui dari *Variance*

Inflation Factor (VIF) dengan ketentuan nilai VIF ini harus lebih kecil dari 10 (Kusumaningtyas et al., 2022).

3.7.4.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah sebuah analisis statistik yang dilakukan untuk mengetahui adakah korelasi variabel yang ada didalam model prediksi dengan perubahan waktu, oleh karena itu apabila asumsi autokorelasi terjadi pada sebuah model prediksi, maka nilai *disturbance* tidak lagi berpasangan secara bebas, melainkan berpasangan secara autokorelasi (Kusumaningtyas et al., 2022).

Uji autokorelasi dalam model regresi linier harus dilakukan apabila data merupakan data *time series* atau runtut waktu, sebab yang dimaksud dengan autokorelasi sebenarnya adalah sebuah nilai pada sampel atau observasi tertentu sangat dipengaruhi oleh nilai observasi sebelumnya, cara mendeteksi autokorelasi dengan uji *Durbin Watson*, dimana dikatakan tidak terdapat autokorelasi jika nilai $DW > DU$ dan $(4-DW) > DU$ atau bisa dinotasikan juga sebagai berikut : $(4-DW) > DU < DW$ (Kusumaningtyas et al., 2022).

Uji autokorelasi dalam penelitian data panel tidak diperlukan karena uji autokorelasi dilakukan pada data *time series*. Oleh sebab itu, uji autokorelasi tidak dilakukan dalam penelitian ini.

3.7.4.4 Uji Heterokedastisitas

Uji ini bertujuan untuk melakukan uji apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya, apabila varian berbeda maka disebut heterokedastisitas (Kusumaningtyas et al., 2022). Jika nilai probabilitas pada masing-masing

variabel lebih besar dari 0,05 maka artinya tidak ada masalah heterokedastisitas dalam model regresi dan sebaliknya (Ghozali, 2016).

Untuk menguji ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan uji *white*, uji *white* menggunakan residual kuadrat sebagai variabel dependen dan variabel independennya terdiri atas variabel independen yang sudah ada, ditambah dengan kuadrat variabel independen, ditambah lagi dengan perkalian dua variabel independen (Winarno, 2015).

3.7.5 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi adalah sebuah pendekatan yang digunakan untuk mendefinisikan hubungan matematis, membangun persamaan serta membuat ramalan, atau untuk memprediksi nilai *output*/dependen (Y) berdasarkan *input*/independen (X) (Bahri, 2018). Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda adalah analisis yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih dengan variabel dependen, tujuannya adalah untuk mengukur intensitas hubungan dua variabel atau lebih (Bahri, 2018). Pada penelitian ini terdapat empat variabel independen yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage serta variabel dependen yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Persamaan regresi berganda pada penelitian ini yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Pengungkapan CSR

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3	= Koefisien Regresi
X1	= Ukuran Perusahaan
X2	= Profitabilitas
X3	= <i>Leverage</i>
e	= Error (residu)

3.7.6 Uji Hipotesis

Hipotesis dirumuskan dengan harapan akan ditolak, membawa penggunaan istilah hipotesis nihil (H_0), yang mengakibatkan penerimaan suatu hipotesis alternatif (H_a , H_1 , atau H_i). Uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan Uji t (Parsial), Uji F (Simultan), dan Uji R^2 (Koefisien Determinasi).

3.7.6.1 Uji t (Parsial)

(Bahri, 2018) menyatakan uji statistik t digunakan untuk pengujian hipotesis pengaruh variabel independen (ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*) secara individual terhadap variabel dependen (pengungkapan CSR) dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sedangkan nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sedangkan $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.7.6.2 Uji F (Simultan)

Menurut (Bahri, 2018) uji F digunakan untuk pengujian hipotesis semua variabel independen (ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*) yang

dimasukkan dalam model berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (pengungkapan CSR) dan juga untuk menentukan model kelayakan model regresi, dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sedangkan nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sedangkan $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.7.6.3 Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Menurut (Bahri, 2018), koefisien determinasi (R^2) mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen terhadap variabel dependen, atau dapat pula dikatakan sebagai proporsi pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat diukur dengan nilai *Adjusted R-Square*, dimana nilai koefisiensi determinasi berkisar antara 0-1 yang selanjutnya nilai angka tersebut akan diubah ke bentuk persen (%), artinya persentase kontribusi pengaruh variabel independen (ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*) terhadap variabel dependen (pengaruh pengungkapan CSR).

DAFTAR PUSTAKA

- Anshor, M., & Iswati, S. (2019). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Airlangga University Press.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS* (1st ed.). ANDI.
- Budiyono, B., & Maryam, D. (2017). Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) Through Company Characteristics at Company Listed on LQ45 Indonesia Stock Exchange (IDX). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 1(02), 21–33. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v1i02.275>
- Erawati, T., & Sari, L. I. (2021). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan, Manajemen Laba Dan Komite Audit Terhadap Pengungkapan CSR (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food and Beverage Yang Tercantum Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019). *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 5(1), 45–59.
- Fahmi, I. (2017). *Analisis Laporan Keuangan* (D. Handi (ed.)). Alfabeta.
- Fauzi, F., Dencik, A. B., & Asiati, D. I. (2019). *Metodologi Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi : Aplikasi SPSS dan Eview untuk Teknik Analisis Data*. Penerbit Salemba Empat.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 23*. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heryanto, R., & Juliarto, A. (2017). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan*. 6, 1–8.
- Jovita, S., & Lisandri. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Sub Sektor Pertambangan Batu Bara Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 21, 117–129.
- Kadek, N., Widyastari, W., Mediatrix, M., & Sari, R. (2018). *Pengaruh Ukuran Perusahaan , Proporsi Dewan Komisaris Independen , dan Kepemilikan Asing Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility Fakultas*

*Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas U. 22, 1826–1856.*

- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan* (1st ed.). PT. Rajagrafindo Persada.
- Kurniawan, A., Astuti, D. S. P., & Harimurti, F. (2018). *Pengaruh Leverage Dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dengan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Moderasi. 14*(1), 40–49.
- Kusumaningtyas, E., Sugiyanto, Subagyo, E., Adinugroho, W. C., Jacob, J., Berry, Y., Nuraini, A., Sudjono, & Syah, S. (2022). *Konsep dan Praktik Ekonometrika Menggunakan Eviews* (I). Academia Publication.
- Lukman, L. D. C., & Eriandani, R. (2021). Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Pemilihan Audit Independen. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 17(3), 257–269.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21067/jem.v17i3.6027>
- Ningsih, F. A., & Asyik, N. F. (2020). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Struktur Kepemilikan, Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). 9.*
- Nuryanto, & Pambuko, Z. B. (2018). *Eviews untuk Analisis Ekonometrika Dasar : Aplikasi dan Interpretasi* (M. Setiyo (ed.); I). UNIMMA PRESS.
- Oviliana, R. D., Wijaya, S. Y., & Subur. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Csr. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 1187–1198.
- Pratiwi, L., & Ismawati, K. (2019). Analisis Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014. *Surakarta Accounting Review*, 1(1), 16–25.
- Putri, E. I., & Gunawan, B. (2019). Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Di Perusahaan Property Dan Real Estate. *Seminar Nasional Dan The 6th Call for Syariah Paper*, 40, 388–406.

- Ramadhani, C. F., & Agustina, L. (2019). Influence of Company Characteristics on Corporate Social Responsibility Disclosures in the Annual Reports of the Manufacturing Companies. *Accounting Analysis Journal*, 8(1), 24–30. <https://doi.org/10.15294/aaj.v8i1.28614>
- Ramadhani, R., & Maresti, D. (2021). Pengaruh Leverage dan Ukuran Dewan Direksi Terhadap Pengungkapan CSR. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 78. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.262>
- Rokhlinasari, S. (2015). *Teori-Teori dalam Pengungkapan Informasi Corporate Social Responsibility Perbankan*. 7(1), 37–72.
- Ruroh, I. N., & Latifah, S. W. (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*, 1(1). <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/jaa/article/view/6952>
- Sekarwigati, M., & Effendi, B. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Likuiditas terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *STATERA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 16–33. <https://doi.org/10.33510/statera.2019.1.1.16-33>
- Singal, P. A., & Putra, I. N. W. A. (2019). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, dan Kepemilikan Asing Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi*, 298(1), 468–484.
- Sri Ardani, N. K., & Mahyuni, L. P. (2020). Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Manfaatnya Bagi Perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(1), 12. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i1.2339>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sultoni, M. H. (2020). *Corporate Social Responsibility (Kajian Korelasi Program CSR terhadap Citra Perusahaan)* (A. Wafi (ed.)). Duta Media Publishing.
- Sundari, T., & Handayani, A. E. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Ukuran Dewan Komisaris, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Go Public

- Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 3(1), 55–71.
- Susilowati, F., Wafirotin, K. Z., & Hartono, A. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Tipe Industri, Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Perio. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 18. <https://doi.org/10.24269/iso.v2i2.186>
- Trinesia, M., & Husaini, H. (2020). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 93–104. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.10.1.93-104>
- Trisnawati, R. (2014). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Dewan Komisaris dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Industri Perbankan di Indonesia. *Seminar Nasional Dan Call For Paper, October*, 27–32.
- Wati, L. N. (2019). *Model Corporate Social Responsibility (CSR) (I)*. Myria Publisher.
- Wibowo, D., & Romadhona, D. W. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan , Leverage , Profitabilitas , Likuiditas, Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Pengungkapan CSR. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*.
- Widiastuti, H., Utami, E. R., Handoko, R., & Yogyakarta, U. M. (2018). *Pengaruh Ukuran Perusahaan , Tipe Indsutri , Growth , Dan Media Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014- Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia , 3 (2) , 2018. 3(25), 107–117.*
- 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. 19(01), 38–52.*
- Winarno, W. W. (2015). *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviews (4th ed.)*. UPP STIM YKPN.

- Wiyono, S., & Sondakh, J. J. (2019). Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Go Public di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing "Goodwill,"* 10(2), 67. <https://doi.org/10.35800/jjs.v10i2.24919>
- Wiyuda, A., & Pramono, H. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance, Karakteristik Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Terdaftar di BEI. *Jurnal Ilmiah Akuntansi,* XV(1). <https://jurnalnasional.ump.ac.id>
- Www.jakpos.com. (2021). *LSM KALIBER Distrik. 05 Kota Bekasi Melaporkan PT. Siantar Top ke Dinas LH Kota Bekasi.* <https://jakposnews.com/2021/11/29//lsm-kaliber-distrik-05-kota-bekasi-melaporkan-pt-siantar-top-ke-dinas-lh-kota-bekasi/>
- Yanti, N. L. E. K., Endiana, I. D. M., & Pramesti, I. G. A. A. (2021). *Pengaruh ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, kepemilikan institusional, leverage , dan profitabilitas terhadap pengungkapan corporate social responsibility.* 3(1), 42–51.
- Yuliatwati, R., & Sukirman. (2015). Accounting Analysis Journal Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Accounting Analysis Journal,* 4(4), 1–9. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/aaj>
- Yusuf, M. Y. (2017). *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS): Teori dan Praktik* (S. Sarah (ed.); I). Kencana.

CURRICULUM VITAE



A. PERSONAL INFORMATION

Full name : Sarah Febiyanti
Gender : Female
Place and Date of Birth : Tanjungpinang, 4 Februari 2000
Citizen : Indonesia
Address : Jl. Wonosari km 7 No. 1
Religion : Islam
Phone Number : 085363105862
Email : sarahfebiyantii82@gmail.com

B. EDUCATION BACKGROUND

<i>TYPE OF SCHOOL</i>	<i>NAME OF SCHOOL</i>	<i>NO. OF YEAR COMPLETED</i>
<i>Primary School</i>	SD N 004 Tanjungpinang Timur	2011
<i>Junior High School</i>	SMP N 4 Tanjungpinang	2014
<i>Senior High School</i>	SMA N 2 Tanjungpinang	2017
<i>University</i>	STIE Pembangunan Tanjungpinang	2023