

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA PERUSAHAAN SEKTOR BARANG KONSUMEN NON-PRIMER YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2021-2024

Azizah Syafira Putri¹; M. Nur Afif²; Maria Magdalena Melani³

FEB Program Studi Akuntansi, Universitas Djuanda
Jln. Tol Jagorawi No.1, Kab. Bogor, Jawa Barat, (0251) 8240773
E-mail : azizah.syafira2020@unida.ac.id (Koresponding)

Abstract: This study aims to analyze the impact of company size, profitability, and leverage on corporate social responsibility (CSR) disclosure in non-primary consumer goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2021-2024 period. Secondary data were obtained from the financial statements and sustainability reports of sample companies. Purposive sampling was used as the sampling method, resulting in 21 companies and 84 observations. Data analysis was conducted using panel data regression with EViews 12 software. The results partially indicate that company size, profitability, and leverage do not have a significant effect on CSR disclosure. This finding suggests that CSR disclosure decisions in this sector may be more strongly influenced by non-financial or strategic factors than solely financial indicators. The implications of this study enrich the literature on CSR and provide insights for companies and regulators regarding the importance of considering other factors in promoting CSR transparency

Keywords: *Firm Size, Profitability, Leverage, Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure, Consumer Cyclical Sector*

Pertumbuhan ekonomi global dan perkembangan teknologi telah menciptakan lanskap bisnis yang sangat kompetitif, mendorong perusahaan untuk tidak hanya berfokus pada profitabilitas, tetapi juga memperluas tanggung jawabnya kepada berbagai pihak berkepentingan (*stakeholders*). *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah menjadi aspek integral dari strategi bisnis modern, didefinisikan sebagai pengambilan keputusan perusahaan yang mengintegrasikan nilai-nilai etika, mematuhi kaidah hukum, serta menghargai manusia, masyarakat, dan lingkungan (Ernawan & Ratna Daniel, 2019). Di Indonesia, kewajiban pelaksanaan CSR diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) Pasal 74 dan Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012.

Pengungkapan CSR di sektor barang konsumen non-primer (*consumer cyclicals*) menjadi krusial karena sensitivitas sektor ini

terhadap tuntutan konsumen dan perubahan siklus ekonomi. Sektor ini, yang mencakup industri seperti *fashion*, otomotif, dan elektronik, sering menghadapi tekanan publik terkait keberlanjutan dan tanggung jawab sosial (Purnomo et al., 2020). Pengungkapan CSR diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) yang mengacu pada *Global Reporting Initiatives* (GRI).

Perusahaan besar cenderung memiliki visibilitas publik yang lebih tinggi dan sumber daya yang lebih besar untuk mengungkapkan CSR (Yulawati, 2015). Profitabilitas yang tinggi memberikan kapasitas finansial untuk berinvestasi dalam program CSR (Kasmir, 2017). Sementara itu, *leverage* yang tinggi dapat mendorong transparansi CSR untuk meyakinkan kreditur dan investor (Kasmir, 2017)

Namun, penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam dan

inkonsisten mengenai pengaruh ketiga variabel ini terhadap pengungkapan CSR. Inkonsistensi ini menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut, khususnya pada sektor barang konsumen non-primer di Indonesia, untuk memperjelas hubungan antar variabel dan mengisi *research gap* yang ada.

Teori Pemangku Kepentingan

Teori ini menyatakan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab tidak hanya kepada pemegang saham, tetapi juga kepada semua pihak yang terkena dampak aktivitas bisnisnya (*stakeholders*) (Freeman, 1984). Pengungkapan CSR adalah respons perusahaan terhadap kebutuhan dan ekspektasi *stakeholders*, di mana perusahaan yang lebih besar dan menguntungkan cenderung memiliki sumber daya lebih untuk memenuhi harapan ini.

Teori Legitimasi

Teori ini berpendapat bahwa kelangsungan hidup dan keberhasilan organisasi bergantung pada penerimaan sosial dari masyarakat (Rankin et al., 2018). Perusahaan menggunakan aktivitas CSR sebagai alat untuk menunjukkan bahwa operasi mereka selaras dengan norma dan ekspektasi sosial, sehingga memperoleh "lisensi sosial" untuk beroperasi (Deegan, 2002).

Teori Agensi

Teori ini menjelaskan hubungan antara pemilik (*principal*) dan manajer (*agent*), di mana konflik kepentingan dapat muncul. Pengungkapan CSR dapat digunakan manajer untuk mengurangi konflik agensi dan menyelaraskan kepentingan *stakeholders*, termasuk investor yang peduli terhadap tanggung jawab sosial (Jensen & Meckling, 1976)

Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR adalah komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal melalui praktik bisnis

yang baik dan alokasi sumber daya (Ambarsari & Nurjanah, 2023). Konsep ini dipopulerkan oleh John Elkington (1997) dengan Triple Bottom Line (3P): Profit, People, dan Planet. Pengungkapan CSR di Indonesia mengacu pada standar Global Reporting Initiatives (GRI G4), yang mencakup 91 indikator kinerja ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial, dan produk.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan mengklasifikasikan besar kecilnya suatu badan usaha, diukur dengan total aset (Korniasari & Adi, 2021). Perusahaan besar cenderung lebih banyak mengungkapkan informasi CSR karena visibilitas publik yang tinggi, tekanan *stakeholders*, dan pengawasan regulasi yang ketat.

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitasnya (Kasmir, 2019). Profitabilitas yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk lebih leluasa melaksanakan dan mengungkapkan kegiatan CSR, meningkatkan citra, dan mengurangi risiko bisnis. Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur dengan *Return on Asset (ROA)*.

Leverage

Leverage mengukur seberapa besar perusahaan bergantung pada utang dalam pembiayaan operasionalnya (Kasmir, 2017). Perusahaan dengan *leverage* tinggi mungkin lebih terdorong untuk mengungkapkan informasi CSR secara terbuka guna menunjukkan komitmen terhadap praktik bisnis berkelanjutan dan mengurangi risiko reputasi. Dalam penelitian ini, *leverage* diukur dengan *Debt to Equity Ratio (DER)*.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif kausal untuk

menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan sektor barang konsumen non-primer di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2024. Data sekunder dikumpulkan dari laporan keuangan dan laporan keberlanjutan perusahaan. Sampel dipilih melalui purposive sampling, menghasilkan 21 perusahaan dengan 84 observasi. Variabel independen meliputi ukuran perusahaan (LnTotal Aset), profitabilitas (ROA), dan leverage (DER), sedangkan variabel dependen adalah pengungkapan CSR (CSRI berdasarkan GRI G4).

Analisis data dilakukan menggunakan regresi data panel dengan bantuan perangkat lunak EViews 12, yang meliputi statistik deskriptif, pemilihan model regresi data panel melalui Uji Chow, Uji Hausman, dan Uji Lagrange Multiplier, Uji Asumsi Klasik, serta pengujian hipotesis secara simultan (Uji F) dan parsial (Uji t). Namun karena model regresi data panel yang digunakan dalam penelitian ini adalah random effect model, maka tidak perlu melakukan uji asumsi klasik. Hal tersebut berdasarkan Gujarati dan Porter (2015:401) yang menyatakan bahwa estimasi data panel model random effect model (REM) yaitu menggunakan metode estimasi Generalised Least Squares (GLS). Tabel 1 menunjukkan hasil output *Random Effect Model* menggunakan metode Generalised Least Squares (GLS).

Tabel 1 Hasil Output REM metode GLS

Dependent Variable: CSRI
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)
Date: 07/17/25 Time: 22:50
Sample: 2021 2024
Periods included: 4
Cross-sections included: 21
Total panel (unbalanced) observations: 82
Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
SIZE	1.92E-05	1.20E-05	1.605342	0.1125
ROA	5.16E-07	3.74E-07	1.381533	0.1711
DER	0.000997	0.010827	0.092098	0.9269
C	-0.229827	0.350720	-0.655299	0.5142

Effects Specification		S.D.	Rho
Cross-section random		0.068279	0.4594
Idiosyncratic random		0.074072	0.5406

Weighted Statistics			
R-squared	0.064931	Mean dependent var	0.167767
Adjusted R-squared	0.028967	S.D. dependent var	0.074941
S.E. of regression	0.074180	Sum squared resid	0.429208
F-statistic	1.805448	Durbin-Watson stat	1.385832
Prob(F-statistic)	0.153076		

Sumber: Diolah Peneliti; 2025

HASIL

Tabel 2 Hasil Uji Hipotesis

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
SIZE	-7.13E-08	1.10E-07	-0.645892	0.5214
ROA	-9.03E-06	4.12E-05	-0.219071	0.8275
DER	-2.87E-07	7.56E-07	-0.379957	0.7057
C	0.365959	0.029245	12.51349	0.0000

Sumber: Diolah Peneliti; 2025

Tabel 2 menunjukkan hasil analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil tersebut dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$CSRI = 0.365959 - 7.13SIZE - 9.03ROA - 2.87DER + e.$$

Uji Goodness of Fit Model (GoF)

Hasil pengujian R-Square dapat dilihat pada tabel 2 berikut.

Tabel 2 Hasil Uji Koefisien Determinan

R-squared	0.064931	Mean dependent var	0.167767
Adjusted R-squared	0.028967	S.D. dependent var	0.074941
S.E. of regression	0.074180	Sum squared resid	0.429208
F-statistic	1.805448	Durbin-Watson stat	1.385832
Prob(F-statistic)	0.153076		

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai R-Square adalah sebesar 0.064931 atau sebesar 6,49% yang berarti bahwa kemampuan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage, dalam menjelaskan variabel pengungkapan CSR yaitu sebesar 59,90%. Sisanya sebesar 93,51% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Hasil pengujian statistik F dapat dilihat pada tabel 3 berikut.

Tabel 3 Hasil Uji Statistik F

R-squared	0.064931	Mean dependent var	0.167767
Adjusted R-squared	0.028967	S.D. dependent var	0.074941
S.E. of regression	0.074180	Sum squared resid	0.429208
F-statistic	1.805448	Durbin-Watson stat	1.385832
Prob(F-statistic)	0.153076		

Sumber: Diolah Peneliti; 2025

Dari hasil pengujian dapat diketahui nilai Prob (F-statistic) sebesar 0.153076 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Hasil pengujian statistik T dapat dilihat pada tabel 4 berikut :

Tabel 4 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
SIZE	1.92E-05	1.20E-05	1.605342	0.1125
ROA	5.16E-07	3.74E-07	1.381533	0.1711
DER	0.000997	0.010827	0.092098	0.9269
C	-0.229827	0.350720	-0.655299	0.5142

Berikut merupakan interpretasi hasil uji hipotesis statistik t :

1. Nilai probabilitas ukuran perusahaan sebesar 0.1125. dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Nilai koefisien sebesar 1.92 dan nilai statistik t sebesar 1.605342 yang memiliki arah positif. Dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR.
2. Nilai prob. profitabilitas sebesar 0.1711 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Nilai koefisien sebesar 5.16 dan nilai statistik t sebesar 1.381533 yang memiliki arah positif. Dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR.
3. Nilai koefisien sebesar 0.000997 dan nilai statistik t sebesar 0.092098 yang memiliki arah Positif. Dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Setelah dilakukan uji statistik T pada masing-masing variabel, kemudian hasilnya dirangkum dalam tabel 4 berikut:

Hipotesis	Koef	Signif	Arah	Ket
H1 : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR.	1.92	1.605342	(+)	Ditolak
H2: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap	5.16	1.381533	(+)	Ditolak

pengungkapan CSR.				
H3: Leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.	0.926	0.000997	(+)	Ditolak

PEMBAHASAN

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan dalam Tabel 4.11, diperoleh nilai probabilitas (p-value) untuk ukuran perusahaan sebesar 0.1125. Nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansi yang umum digunakan, yaitu 0.05. nilai koefisien yang diperoleh adalah sebesar 1.92 nilai statistik t yang diperoleh adalah sebesar 1.605342. Hasil uji t menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi 0.05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dalam konteks penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Pradana dan Suzan (2016), Wighrayani dan Sapari (2019) dan Oktaviani C, Rispantyo R, Kristianto D (2020) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh kepada pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Rosa dan Octaviani (2020) dan Laili dan Apramilda (2023) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR

Nilai probabilitas (p-value) untuk profitabilitas sebesar 0.1711, nilai koefisien yang diperoleh adalah sebesar 5.16, Adapun nilai statistik t yang diperoleh adalah sebesar 1.381533. Nilai t yang positif menunjukkan bahwa rata-rata yang diobservasi lebih tinggi daripada rata-rata yang diharapkan. Meskipun terdapat indikasi hubungan positif antara profitabilitas dan variabel dependen,

hasil uji t menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi 0.05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dalam konteks penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Putri dan Cristiawan (2014) dan Asada et. al (2024) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Subara dan Saragih (2020) dan penelitian Laili dan Apramilda (2023) yang menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan CSR.

Nilai probabilitas (p-value) untuk leverage sebesar 0.9269. Nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansi yang umum digunakan, yaitu 0.05. Dengan demikian, hipotesis nol tidak dapat ditolak. Nilai koefisien yang diperoleh adalah sebesar 0.000997. Adapun nilai statistik t yang diperoleh adalah sebesar 0.092098. Meskipun terdapat indikasi hubungan positif antara leverage dan variabel dependen, hasil uji t menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi 0.05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa leverage tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam konteks penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Belinda et al., (2023) dan Herdi & NR, (2020) yang menunjukkan bahwa Leverage tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Angelina Setiawan, (2022) dan Ruroh & Latifah, (2018) yang menyatakan bahwa Leverage berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil uji statistic dengan

metode analisis regresi data panel dengan menggunakan software Eviews 12. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Ukuran perusahaan (Size) tidak berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Hal ini menunjukkan bahwa besar kecilnya perusahaan tidak serta merta menentukan sejauh mana CSR diungkapkan.
2. Profitabilitas (ROA) juga tidak berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan CSR. Artinya, perusahaan yang memperoleh laba besar tidak otomatis memiliki kepedulian lebih tinggi terhadap tanggung jawab sosial.
3. Leverage (DER) tidak berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan CSR. Tingginya penggunaan utang dalam struktur modal tidak mendorong perusahaan untuk lebih terbuka dalam mengungkapkan aktivitas CSR-nya.

DAFTAR RUJUKAN

- Aini, A. K. (2015). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia (BEI).
- Akousa, Y. M., & Fadilah, S. (2024). Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Nilai Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang Terdaftar di Bursa Efek Tahun (BEI) 2020-2022. Bandung Conference Series: Accountancy, 4(1), 142–149. <https://doi.org/10.29313/bcsa.v4i1.11059>
- Amalia Wardhani, R., & Muid, D. (2017). Pengaruh Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* (Studi

- Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2015). Volume 6, Nomor 3, Tahun 2017,.
- Anggraeni, P. (2023). Pengaruh Good Corporate Governance, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Fast Moving Consumer Goods Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 9(02).
<https://doi.org/10.47686/jab.v9i02.632>
- Angelina Setiawan, M. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). In *Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA)* (Vol. 4, Issue 3). Online.
<http://jea.ppj.unp.ac.id/index.php/jea/index>
- Chandarin, G. (2017). *Metode Riset Akuntansi Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Salemba Empat.
- Damayanty, P., Prihanto, H., & Fairuzzaman, F. (2021). Pengaruh Good Corporate Governance, Kepemilikan Saham Publik Dan Profitabilitas Terhadap Tingkat Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(2), 1.
<https://doi.org/10.35906/jep.v7i2.862>
- Damayanty, P., Wahab, D., & Safitri, N. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Firm Size Dan Aktivitas Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sustainability Report. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(2).
<https://doi.org/10.29040/jie.v6i2.4998>
- Danduru, B. P., Susanto, E. E., Bandaso, S., Nuryadin, A. A., & Andalia, A. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 586–604.
<https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4052>
- Dewi, I. S. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility. 1.
- Dharmawan Krisna, A., & Suhardianto, N. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 18(2), 119–128.
<https://doi.org/10.9744/jak.18.2.119-128>
- Fahmi. (2018). Analisis Kinerja Keuangan: Panduan bagi Akademisi, Manajer, dan Investor dan Menganalisis Bisnis dari Aspek Keuangan.
- Febrilian, T. N., & Jaeni. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi CSRD pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2019. 11(3).
- Ginting, S. A. (2023). Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Sektor Properti, Real Estate dan Kontruksi Bangunan yang Terdaftar di Bei Periode 2017-2021.
- Gozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, W. W. (2017). The Influence of Size, Return on Equity, and Leverage on the disclosure of the Corporate Social Responsibility (CSR) in Manufacturing Companies. *International Journal of Education and Research*.

- Indraswari, G. A. D., & Astika, I. B. P. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan CSR.
- Iriani, S. A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Tipe Industri Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.
- Korniasari, S., & Adi, S. W. (2021). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR).
- Kusumaningrum, D. P., & Iswara, U. S. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. 1(3).
- Lindawati, A. S. L., & Puspita, M. E. (2015). Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*. <https://doi.org/10.18202/jamal.2015.04.6013>
- Lutfianti, I., Widiasmara, A., & Ubaidillah, M. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility dengan Umur Perusahaan sebagai Variabel Moderasi.
- Mahanani, H. T., & Kartika, A. (2022). Pengaruh struktur modal, likuiditas, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. 5(1).
- Nur Rozak, Y. (2021). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Bukan Sumber Daya Alam dalam Perspektif ISO 26000. *Jurnal Lex Renaissance*, 6(1). <https://doi.org/10.20885/JLR.vol6.is1.art7>
- Pradana, F. A., Suzan, L., & Si, M. (2016). (Study on Manufacturing Companies in Indonesia Stock Exchange During The Years 2011-2014). 3(1).
- Prasetyawan, A. D. (n.d.). Analisis Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Jasa Sektor Perbankan Yang Listing Pada Bursa Efek Indonesia (BEI).
- Putri, R., & Cristiawan, Y. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. VOL. 2, NO. 1.
- Putri, V. M., Endrawati, E., & Santi, E. (2023). Corporate Social Responsibility (CSR) dan Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021. *Jurnal Akuntansi, Bisnis dan Ekonomi Indonesia (JABEI)*, 2(2), 1–10. <https://doi.org/10.30630/jabei.v2i2.68>
- Rofiqkoh, E. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. 5.
- Rosa, L. A. K., & Octaviani, A. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Corporate Social Responsibility (CSR) Di Dalam Perusahaan Food And Beverage. *Jurnal Akuntansi*.
- 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). Vol 1 No 1.
- Salma, N., & Riska, T. J. (2020). Pengaruh Rasio Leverage, Likuiditas, Profitabilitas Terhadap Kualitas Laba Perusahaan Makanan Minuman BEI. *Competitive*, 14(2), 84–95. <https://doi.org/10.36618/competitive.v14i2.622>

- Setiawan, M. B. (2024). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. 13.
- Sianipar, N. M. A., & Triwacananingrum, W. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Pangan Di Indonesia.
- Subara, V. M., & Saragih, F. D. (2020). Analisis Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Uma, S. (2015). Metodologi Penelitian untuk Bisnis (Research Methods for Business). Jakarta : Salemba Empat.
- Wahyuningsih, A., & Mahdar, N. M. (2018). Pengaruh Size, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. 5(1).
- Wardhani, R. A., & Muid, D. (2017). Pengaruh Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility. 6. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Wati, L. N. (2019). Model Corporate Social Responsibility (CSR).
- Wedhana Purba, & Yadnya. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Vol. 4, No. 8.
- Weygandt, J. J., Kimmel, P. D., & Kieso, D. E. (2010). Financial Accounting: IFRS Edition. John Wiley & Sons.
- Widjaja, G., & Yeremia, A. P. (2008). Risiko Hukum dan Bisnis Perusahaan Tanpa CSR. Jakarta : Forum Sahabat.
- Wigrhayani, & Sapari. (n.d.). Pengaruh Tipe Industri, Growth, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Agustus 2019, 8, Nomor 8, Agustus 2019.
- Wulandari, S., & Zulhaimi, H. (2017). Pengaruh Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur dan Jasa yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan.
- Yovina. (2018). Dampak pengungkapan dalam laporan keberlanjutan terhadap biaya modal pada perusahaan publik di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2015.
- Yuliandhari, W. S., & Wulandari, N. K. (2024). Pengaruh Corporate Governance, Pertumbuhan Perusahaan, dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. 8(1). <https://doi.org/10.33395/owner.v8i1.1878>.
- Yuliawati, R. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility.