



Pengaruh *Financial Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur

Lutvia Nur Rokhmah¹, Suyanto^{2*}, Gustin Padwa Sari³

^{1,2,3} **Universitas Muhammadiyah Metro, Lampung, Indonesia**

E-mail: lutvianur22@gmail.com¹⁾
yanto.metro@gmail.com^{2*)}
ustinpadwalasari88@gmail.com³⁾

ARTICLE INFO

Article history:
Received 13 Januari
2025
Received in Revised 20
Februari 2025
Accepted 19 Mei 2025

Keyword's :
Financial Leverage,
Size, Corporate Social
Responsibility

ABSTRACT

Disclosure of corporate social responsibility (CSR) is important for the survival of the company. In CSR, companies must pay attention to the triple bottom line, namely economic, social and environmental. This research uses quantitative data from 91 manufacturing companies on the IDX in 2022. The results of the analysis show that DCR has a significant negative effect on CSR, while SIZE has a positive effect. Financial leverage has a negative effect on CSR disclosure, but is not significant. Companies need to increase CSR transparency and disclosure, especially smaller companies.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) penting untuk kelangsungan hidup perusahaan. Dalam CSR, perusahaan harus memperhatikan triple bottom line, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dari 91 perusahaan manufaktur di BEI pada tahun 2022. Hasil analisis menunjukkan bahwa DCR berpengaruh negatif signifikan terhadap CSR, sementara SIZE berpengaruh positif. Leverage keuangan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, namun tidak signifikan. Perusahaan perlu meningkatkan transparansi dan pengungkapan CSR, terutama perusahaan yang lebih kecil.

Expensive : Jurnal Akuntansi dan Keuangan

Website : <https://scholar.ummetro.ac.id/index.php/expensive>



This is an open access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

* Corresponding author. Telp.: +6281-0000-0000; fax: +0-000-000-0000.

E-mail address: yanto.metro@gmail.com

Peer review under responsibility of Expensive: Journal of Accounting and Finance. 2829-4807.

PENDAHULUAN

CSR merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan masyarakat, yang dapat dilaksanakan dengan melakukan berbagai kegiatan sosial yang bermanfaat bagi masyarakat di lingkungan perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial telah menjadi topik hangat di Indonesia, dan kesadaran masyarakat akan pentingnya tanggung jawab perusahaan yang semakin meningkat. Perkembangan tanggung jawab perusahaan tidak terlepas dari semakin seriusnya kerusakan lingkungan di Indonesia dan dunia. Masalah yang timbul dalam kegiatan operasional perusahaan menuntut perusahaan untuk lebih peduli terhadap masyarakat dan lingkungan hidup, dalam hal ini perusahaan harus memikul tanggung jawab sosial. Setiap bisnis mempunyai tujuan yang sama, yaitu mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya (Indriyani dan Yulianhari, 2020). Umumnya, suatu perusahaan selalu berusaha untuk mencapai tujuannya baik itu tujuan jangka panjang maupun jangka pendek. Memaksimalkan keuntungan perusahaan dengan sumber daya yang tersedia merupakan salah satu tujuan jangka pendek perusahaan, sedangkan tujuan jangka panjang perusahaan adalah mampu meningkatkan nilai perusahaan dan meningkatkan kesejahteraan pemangku saham dan pemangku kepentingan (Novari dan Lestari, 2016) dalam (Wulandari et al., 2022).

Kegiatan produksi suatu perusahaan terkadang menimbulkan masalah, seperti pencemaran lingkungan dan menipisnya sumber daya alam. Pentingnya penerapan tanggung jawab sosial didasari oleh pemikiran bahwa perusahaan tidak hanya memperhatikan kondisi perekonomian dan pemilik modal. Perusahaan mempunyai kewajiban untuk mempertimbangkan kepentingan pemangku kepentingan (stakeholder) juga. Beberapa studi kasus di Indonesia terkait dengan isu lingkungan hidup, permasalahan sosial muncul karena perusahaan kurang memenuhi aktivitasnya dalam memperhatikan lingkungan sekitar. Itu sebabnya perusahaan dapat lebih memperhatikan lingkungan sosial untuk menciptakan timbal balik antara lingkungan dan masyarakat (Rukmana dkk, 2020). Pengungkapan corporate social responsibility dapat digunakan sebagai wadah menyampaikan suatu informasi atau pelaporan kepada stakeholder terkait aktivitas yang berhubungan dengan perusahaan dengan aspek sosial dan lingkungan.

Pentingnya perusahaan menerapkan pengungkapan corporate social responsibility yaitu untuk memperoleh keunggulan kompetitif, untuk memenuhi ekspektasi masyarakat, melegitimasi

tindakan perusahaan serta menarik investor. Pelaksanaan dan pengungkapan *corporate social responsibility* juga berperan dalam dunia pasar modal dan juga pengambilan keputusan manajemen. Keterlibatan investor terhadap pengungkapan lingkungan sosial terbukti bahwa investor tertarik terhadap informasi sosial berupa keamanan produk, aktivitas lingkungan, etika, dan hubungan dengan karyawan serta masyarakat. Perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial harus mengungkapkannya agar dapat digunakan sebagai sarana mengkomunikasikan dampak lingkungan dan sosial dari kegiatan ekonomi perusahaan kepada pemangku kepentingan. Dengan dipublikasikannya hal tersebut, perusahaan dapat memperoleh manfaat seperti citra positif, meningkatkan kepercayaan dengan pemangku kepentingan dan membantu meningkatkan nilai perusahaan (Maharani dan Pertiwi, 2022).

Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) sudah dianggap suatu kepentingan bagi perusahaan, selain sebagai bentuk ketaatan terhadap hukum tetapi juga untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Dalam CSR perusahaan tidak hanya diharapkan berpijak pada *single bottom line* (financial) yaitu hanya berdasar pada nilai perusahaan dari segi keuntungan saja, namun juga harus berpijak pada *triple bottom line* (ekonomi, sosial dan lingkungan hidup) yaitu permasalahan sosial dan lingkungan sekitar (Yovana dan Kadir, 2020).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yaitu tipe data berupa angka, level, perbandingan dan volume. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2022. Populasi adalah wilayah umum yang terdiri dari subjek atau objek yang mempunyai ciri atau ciri tertentu yang peneliti putuskan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2022).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2022 yang berjumlah 165 perusahaan. Teknik dalam pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel pada penelitian ini berjumlah 91 perusahaan. Sampel diambil dengan menentukan kriteria sebagai berikut:

- a. Perusahaan terdaftar pada Bursa Efek Indonesia selama 1 tahun penelitian (2022).
- b. Perusahaan menyampaikan laporan tahunan selama 1 tahun.
- c. Perusahaan menyediakan annual report lengkap yang berkaitan dengan variabel penelitian.
- d. Perusahaan tidak desliting selama tahun penelitian (2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

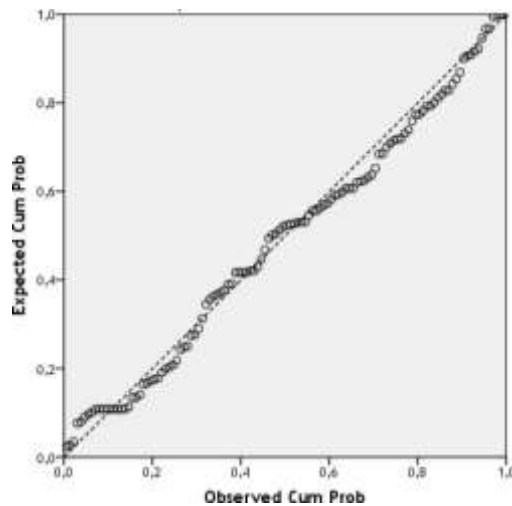
Tabel 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

		Descriptive Statistics			
N		Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation
DCR	91	,047	,410	,284	,074
SIZE	91	12,170	199,370	72,293	48,434
CSR	91	-15,440	22,790	6,821	7,530
ValidN (listwise)	91				

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2024

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, dapat dirumuskan beberapa hipotesis penelitian yang mungkin. Variabel DCR (Debt to Capital Ratio) memiliki jumlah observasi sebanyak 91 dengan nilai minimum 0.080, nilai maksimum 0.410, rata-rata 0.284, dan standar deviasi 0.074. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan dalam sampel memiliki utang sebesar 28.4% dari total modal mereka, dengan variasi nilai yang tidak terlalu besar. Variabel SIZE (Ukuran Perusahaan) juga memiliki jumlah observasi sebanyak 91 dengan nilai minimum 12.170, nilai maksimum 199.370, rata-rata 72.293, dan standar deviasi 48.434. Rata-rata ini menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan dalam sampel adalah perusahaan menengah hingga besar, namun terdapat variasi yang signifikan dalam ukuran perusahaan. Variabel CSR (Corporate Social Responsibility) memiliki jumlah observasi sebanyak 91 dengan nilai minimum -15.440, nilai maksimum 22.790, rata-rata 6.821, dan standar deviasi 7.530. Rata-rata CSR menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan dalam sampel melakukan beberapa tingkat pengungkapan CSR, meskipun terdapat perusahaan dengan skor CSR sangat rendah.

Uji Asumsi Klasik
Normalitas Residuals



Gambar 1. Grafik Normal P-PPlot

Sumber: Data diolah , 2024

Berdasarkan hasil uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov dan analisis Grafik Normal P-P Plot, dapat disimpulkan bahwa residuals dari model regresi memenuhi asumsi normalitas. Ini menunjukkan bahwa variabel yang diteliti memiliki penyebaran data yang normal, sesuai dengan asumsi yang dibutuhkan untuk melakukan analisis regresi dengan validitas yang tinggi.

Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>			
<i>Unstandardized Residual</i>			
N		91	
NormalParameters ^{a,b}	Mean	,000	
	Std.Deviation	6,322	
MostExtremeDifferences	Absolute	,101	
	Positive	,101	
	Negative	-,087	
TestStatistic		,101	
Asymp.Sig.(2-tailed)		,024 ^c	
Monte Carlo Sig.(2-tailed)	Sig.	,294 ^d	
	99%Confidence Interval	LowerBound	,283
		UpperBound	,306

a.TestdistributionisNormal.

b.Calculatedfromdata.

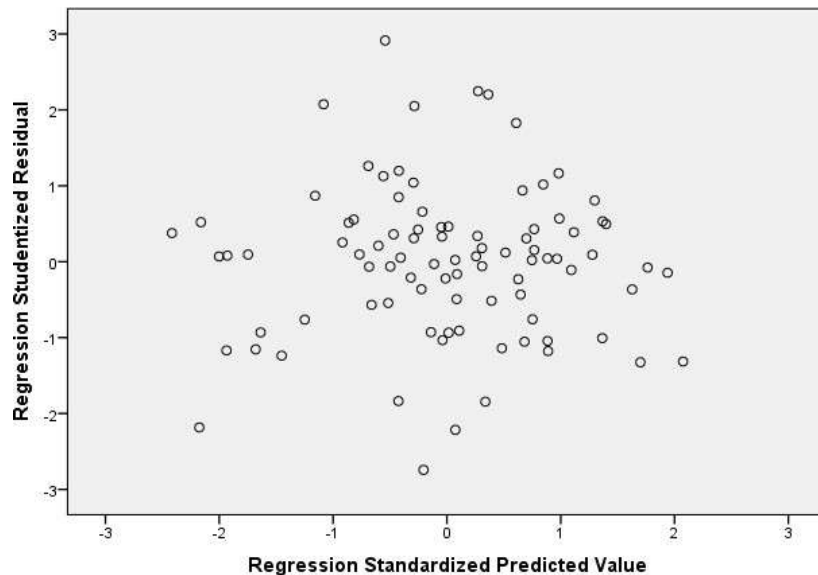
c.LillieforsSignificanceCorrection.

d.Basedon10000sampledtableswithstartingseed299883525.

Sumber: Data diolah , 2024

Nilai signifikansi (p-value) yang dihasilkan dari uji normalitas adalah 0,2. Dengan menggunakan nilai signifikansi $0,2 \geq 0,05$ sebagai ambang batas, memberikan penekanan pada fakta bahwa data residuals dari model regresi memenuhi asumsi normalitas dengan baik, sehingga hasil analisis dan kesimpulan yang diambil dari penelitian dapat dianggap valid dan dapat dipercaya.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah , 2024

Dalam penelitian ini, Gambar 2 menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas dengan scatterplot residuals yang menunjukkan titik-titik tersebar secara acak di sekitar nilai 0 pada sumbu Y. Ketika scatterplot menunjukkan pola seperti ini, tanpa adanya pola yang jelas seperti corong atau pola sistematis lainnya, ini menandakan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

Uji Auto korelasi

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi

<i>Model Summary^b</i>					
Model	R	RSquare	AdjustedR Square	Std.Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,801 ^a	,835	,871	6,432	1,820

a. Predictors: (Constant), SIZE, DCR

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data Diolah, 2024

Angka Durbin-Watson sebesar 1.820 menunjukkan hasil dari uji autokorelasi pada residual model regresi. Nilai DW yang berada antara 0 dan 4 (dalam kasus ini 1.820) digunakan untuk menentukan keberadaan autokorelasi. Durbin-Watson adalah statistik uji yang digunakan untuk menguji keberadaan autokorelasi pertama (lag 1) dalam residual dari model regresi. Dalam kasus ini, DW sebesar 1.820 menunjukkan bahwa tidak ada indikasi autokorelasi positif pada tingkat signifikansi tertentu. Hal ini mengindikasikan bahwa residual dari model regresi CSR (Corporate Social Responsibility) tidak menunjukkan pola ketergantungan yang signifikan dengan residual pada periode sebelumnya (lag 1).

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients Beta		
1 (Constant)	-21,338	7,824		-2,727	,008
DCR	-,047	,014	-,300	-3,302	,001
SIZE	1,749	,631	,309	2,773	,007

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2024

Dapat diperoleh bahwa variabel secara keseluruhan menunjukkan koefisien yang bertanda positif. Berdasarkan persamaan diatas dapat dilihat bahwa nilai DCR menunjukkan -,047 yang menunjukkan arah hubungan yang negatif (berkebalikan) antara *Debt Capital Ratio* Dengan CSR. Sedangkan Size Perusahaan menunjukkan hubungan positif dimana nilai menunjukkan 1,749. Analisis regresi linear berganda pada Tabel 10 mengungkapkan hubungan antara variabel independen (DCR dan *SIZE*) dengan variabel dependen (CSR) dalam konteks pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Dari hasil tersebut, dapat ditarik beberapa kesimpulan tambahan yang mendalam. Pertama, nilai koefisien konstanta yang negatif (-21.338) menunjukkan bahwa jika nilai DCR dan *SIZE* adalah nol, maka nilai CSR diperkirakan akan rendah, meskipun kondisi ini mungkin tidak realistis dalam konteks bisnis yang sebenarnya. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat faktor lain di luar model yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Berikut beberapa hasil uji regresi yang telah penulis teliti:

Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)

Tabel 5 . Hasil Uji F

ANOVA ^a					
	Model	Sumof Squares	df	MeanSquare	F
1	Regression	1489,536	3	496,512	12,001
	Residual	3558,090	86	41,373	
	Total	5047,627	89		

Sumber:Data Diolah,2024

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b					
Model	R	RSquare	AdjustedR Square	Std.Errorofthe Estimate	
1	,801a	,835	,871	6,432	

Predictors:(Constant),SIZE,DCR

DependentVariable:CSR

Sumber:Data Diolah,2024

Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 7. Hasil Uji T

		B	Std.Error	Beta		
1	(Constant)	-21,338	7,824		-2,727	,008
	DCR	-,047	,014	-,300	-3,302	,001
	SIZE	1,749	,631	,309	2,773	,007

a. Dependent Variable: CSR

Sumber:Data Diolah,2024

Pembahasan

Pengaruh Financial Leverage terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hasil analisis regresi menunjukkan variabel DCR menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap CSR dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,047 dan signifikansi statistik (p-value)

sebesar 0,001. Nilai p-value yang lebih kecil dari tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ mengindikasikan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara DCR dengan pengungkapan CSR. Artinya bahwa koefisien variabel Debt Capital Ratio (DCR) adalah negatif dan signifikan. Ini berarti bahwa ketika DCR meningkat, tingkat pengungkapan CSR oleh perusahaan menurun. Dengan kata lain, ada hubungan negatif yang signifikan antara leverage keuangan dan pengungkapan CSR, yang mendukung hipotesis tersebut. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami hubungan antara financial leverage (leverage keuangan) dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) oleh perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Ditemukan bahwa financial leverage tidak berpengaruh terhadap CSR, yang berarti semakin tinggi tingkat leverage keuangan suatu perusahaan, semakin rendah tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Konsep leverage keuangan mengacu pada penggunaan utang dalam struktur modal perusahaan, di mana perusahaan menggunakan utang untuk mendanai operasional atau investasi. Dalam konteks ini, temuan bahwa leverage keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR mengindikasikan bahwa perusahaan cenderung memprioritaskan kewajiban keuangan dan pengelolaan risiko finansial lebih daripada tanggung jawab sosial dan lingkungan. Penelitian ini sejalan dengan temuan sebelumnya oleh Putra dan Setiawan (2022), yang juga menunjukkan bahwa leverage keuangan memiliki efek negatif terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hasil analisis regresi variabel SIZE juga menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap CSR dengan koefisien regresi sebesar 1,749 dan signifikansi statistik sebesar 0,007. bahwa koefisien variabel ukuran perusahaan (SIZE) adalah positif dan signifikan. Ini berarti bahwa ketika ukuran perusahaan meningkat, tingkat pengungkapan CSR oleh perusahaan juga meningkat. Dengan kata lain, ada hubungan positif yang signifikan antara ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR, yang mendukung hipotesis tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Size berpengaruh terhadap CSR. Ini berarti semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi juga tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami bagaimana ukuran (size) perusahaan mempengaruhi praktik pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) di kalangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Ditemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap CSR, menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi juga tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan.

Pengaruh Financial Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Hipotesis ini mengusulkan bahwa semakin tinggi tingkat leverage keuangan suatu perusahaan (yang diukur dengan rasio utang terhadap modal), semakin rendah tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Financial leverage (DCR) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Dengan kata lain, tingkat utang suatu perusahaan tidak menentukan seberapa besar perusahaan tersebut mengungkapkan tanggung jawab sosialnya financial leverage mengacu pada penggunaan utang dalam struktur modal perusahaan, di mana perusahaan menggunakan utang untuk mendanai operasional atau investasi. Hipotesis ini didasarkan pada premis bahwa perusahaan dengan tingkat utang yang tinggi mungkin lebih fokus pada pengelolaan risiko keuangan dan pemenuhan kewajiban utang daripada pada tanggung jawab sosial dan lingkungan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Temuan menunjukkan bahwa financial leverage tidak memiliki dampak terhadap pengungkapan CSR. Dalam konteks ini, temuan bahwa leverage keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR mengindikasikan bahwa perusahaan cenderung memprioritaskan kewajiban keuangan dan pengelolaan risiko finansial lebih daripada tanggung jawab sosial dan lingkungan. Penelitian ini konsisten dengan temuan sebelumnya yang menyoroti pengaruh negatif leverage terhadap CSR. Ukuran (Size) perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Artinya, perusahaan yang lebih besar cenderung lebih aktif dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa skala operasional dan sumber daya yang lebih besar memungkinkan perusahaan untuk melakukan lebih banyak inisiatif CSR.

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa financial leverage dan ukuran (size) perusahaan memiliki pengaruh yang berbeda terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR). Dengan kata lain, ada hubungan positif antara ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR, namun hanya satu variabel yang berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR yaitu ukuran perusahaan, sebaliknya financial leverage justru tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan yang melibatkan faktor-faktor tambahan

seperti struktur kepemilikan, karakteristik industri, atau faktor pasar lainnya yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR. Penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam dan menyeluruh mengenai dinamika hubungan antara faktor-faktor ini dengan CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanti, I., & Hermawan, S. (2022). Pengaruh Green Accounting, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 – 2021. *Jurnal Digital Akuntansi (JUDIKA)*, 2(1), 17–29.
- Aziz, R., Askandar, N. S., & Sudaryanti, D. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan, Financial Leverage, dan Manajemen Laba terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI 2016-2018. *E-Jra*, 10(04), 119–131. <https://garuda.kemendikbud.go.id/documents/detil/3368219>
- Cahyaningtyas, F. (2018). Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Lembaga Keuangan yang Terdaftar di BEI. *Journal of Economics, Business, and Government Challenges*, 1(1), 10–21. <https://doi.org/10.33005/ebgc.v1i1.5>
- Dewi, I. S., & Khafi, D. N. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Ekonomi*, 01(40), 56–76.
- Fahham, A. M. (2011). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dan Penerapannya Pada Perusahaan Di Indonesia. *Fahham, Muchaddam*, 2(1), 111–119.
- Ghozali, I. (2018). Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24.0. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indriyani, A. D., & Yuliandhari, W. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 1559–1568. <https://doi.org/10.33197/jabe.vol6.iss1.2020.466>
- Maharani, P. R., & Pertiwi, T. K. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(1), 41. <https://doi.org/10.31602/atd.v6i1.5873>
- Putra, & Setiawan, M. A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Ukuran KAP terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perpajakan*, 5(2), 114–127. <https://doi.org/10.51510/jakp.v5i2.985>
- Ratmono, D., & Sagala, W. M. (2015). Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Sarana Legitimasi: Dampaknya Terhadap Tingkat Agresivitas Pajak. *Jurnal Nominal*, IV (02), 16–30.
- Rindawati, M., & Asyik, N. (2013). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan kepemilikan publik terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR). *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 4(6), 2–5.