

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) (STUDI PADA PERUSAHAAN INDUSTRI DASAR DAN KIMIA YANG TERDAFTAR DI BEI)

Al Rizal^{*1}, Rabiyyatul Jasiyah²

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Buton, Baubau, Indonesia

e-mail: rizaled24@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas yang diukur menggunakan *return on assets* (ROA), dan variabel *leverage* yang diukur menggunakan *debt to asset ratio* (DAR), baik secara parsial, maupun secara simultan terhadap *corporate social responsibility* (CSR) pada Perusahaan Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022. Pada penelitian ini, metode yang digunakan yaitu metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Selain itu, digunakan juga metode analisis regresi linear berganda untuk meregresi variabel-variabel bebas dan variabel terikat. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara melihat laporan keuangan masing-masing perusahaan yang dijadikan sampel penelitian dan diolah menggunakan aplikasi statistik SPSS. Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh kesimpulan bahwa secara parsial variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR), yang dilihat dari nilai signifikansi hasil uji t (uji parsial) yaitu dengan nilai signifikan sebesar $0,001 > 0,05$, sedangkan variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR), yang dilihat dari nilai signifikansi hasil uji t (uji parsial) yaitu dengan nilai signifikan sebesar $0,687 < 0,05$. Dan variabel *leverage* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR), yang dilihat dari nilai signifikansi hasil uji t (uji parsial) yaitu dengan nilai signifikan sebesar $0,001 > 0,05$. Secara simultan, seluruh variabel bebas yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas yang diukur menggunakan *return on assets* (ROA), dan variabel *leverage* yang diukur menggunakan *debt to asset ratio* (DAR) berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR) dengan nilai signifikan sebesar $0,004 < 0,005$.

Kata Kunci: Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, *Corporate Social Responsibility*, *Return on Assets*, *Debt to Asset Ratio*

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of company size, profitability as measured using return on assets (ROA), and leverage variables as measured using the debt to asset ratio (DAR), either partially or simultaneously on corporate social responsibility (CSR) in companies. Basic Industries and Chemicals Listed on the Indonesian Stock Exchange 2018-2022. In this research, the method used is a descriptive analysis method with a quantitative approach. Apart from that, the multiple linear regression analysis method is also used to regress the independent variables and the dependent

variable. The data collection method was carried out by looking at the financial reports of each company that was used as a research sample and processed using the SPSS statistical application. Based on the research results, it was concluded that the company size variable partially influences corporate social responsibility (CSR), as seen from the significance value of the t test results (partial test), namely with a significant value of $0.001 > 0.05$, while the profitability variable has no influence on corporate social responsibility (CSR), as seen from the significance value of the t test results (partial test), namely with a significant value of $0.687 < 0.05$. And the leverage variable has an effect on corporate social responsibility (CSR), which can be seen from the significance value of the t test results (partial test), namely with a significant value of $0.001 > 0.05$. Simultaneously, all independent variables, namely company size, profitability which is measured using return on assets (ROA), and the leverage variable which is measured using the debt to asset ratio (DAR) have a significant effect on corporate social responsibility (CSR) with a significant value of $0.004 < 0.005$.

Keywords: *Company Size, Profitability, Leverage, Corporate Social Responsibility, Return On Assets, Debt to Asset Ratio*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi yang semakin pesat di era globalisasi telah membawa dampak besar bagi berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis yang kini memasuki era Industrial Revolution 4.0 (Rivandi dan Putra, 2021:513). Perubahan dalam bidang teknologi, informasi, sosial, ekonomi, dan budaya saat ini ditandai dengan sinergi antara perusahaan dan masyarakat dalam mendukung keberhasilan pembangunan bangsa. Revolusi ini memunculkan kapitalisme modern yang menempatkan uang sebagai faktor penting dan memberikan dampak besar terhadap masyarakat, lingkungan, serta sosial. Persaingan bisnis semakin ketat seiring kemajuan teknologi informasi dan komunikasi serta perubahan lingkungan eksternal yang cepat. Salah satu tujuan utama perusahaan adalah memberikan keuntungan dan kemakmuran bagi pemegang saham melalui tercapainya harga saham yang tinggi (Handayani, 2017:71).

Nilai perusahaan mencerminkan harga saham, sehingga semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi meningkatkan kepercayaan pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan ke depan serta menjadi pertimbangan utama bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi (Meliniawaty dan Supatmi, 2021:40). Untuk meningkatkan nilai perusahaan, perusahaan perlu membangun hubungan yang baik dengan masyarakat, investor, dan karyawan, salah satunya melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR berperan dalam membangun citra positif perusahaan di mata publik dan investor, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai saham perusahaan. CSR tidak hanya sebatas

kewajiban hukum tetapi mencakup tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial (Daniri, 2008 dalam Budiman, 2015:16), sehingga perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh stakeholder yang terdampak. Masyarakat kini semakin sadar akan pentingnya peran sosial perusahaan dan menuntut transparansi dalam pengungkapan tanggung jawab sosial untuk memastikan hak-hak mereka terpenuhi. Oleh karena itu, pengungkapan CSR menjadi bentuk akuntabilitas perusahaan sekaligus sarana memperoleh legitimasi sosial agar keberlangsungan perusahaan tetap terjaga (Indraswari dan Mimba, 2017:1221).

Corporate Social Responsibility adalah mekanisme sukarela bagi organisasi untuk mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasi bisnisnya, melampaui kewajiban hukum yang berlaku. Penilaian CSR umumnya dilakukan dengan metode checklist berdasarkan standar *Global Reporting Initiative* (GRI) (Susilowati, Wafirotin, dan Hartono, 2018:16). Di Indonesia, Pasal 74 ayat 2 Undang-Undang RI No. 40 Tahun 2009 mengatur bahwa CSR merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan, serta tidak dikenakan pajak (Wardhani dan Muid, 2017:3). Pentingnya pengungkapan CSR mendorong banyak penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi praktik ini, antara lain ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas, dan *leverage*.

Ukuran perusahaan seringkali dikaitkan dengan tingkat pengungkapan sosial dalam laporan tahunan. Penelitian Istifaroh dan Subardjo (2017) menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan penelitian Putri dkk. (2022) menemukan hasil sebaliknya. Faktor *leverage* juga diperdebatkan; Putra dan Setiawan (2022) menyatakan *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sementara Dewi dan Khafi (2018) menemukan pengaruh negatif. Profitabilitas pun menunjukkan ketidakkonsistenan hasil; penelitian Istifaroh dan Subardjo (2017) mengungkapkan pengaruh positif, sedangkan Dewi dan Khafi (2018) menemukan pengaruh negatif. Berdasarkan perbedaan temuan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kembali pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018–2022. Sektor ini dipilih karena memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional dan erat kaitannya dengan isu lingkungan. Hal ini terbukti dari berbagai kasus pencemaran lingkungan yang melibatkan perusahaan sektor kimia, seperti kasus PT. Mahkota Indonesia pada 2019 yang melanggar baku mutu emisi sulfur dioksida (CNN Indonesia, 08/08/2019), kasus kebocoran limbah PT. Brataco Chemika yang

mencemari Sungai Bengawan Solo pada 2020 (Tirto.id, 18/09/2020), dan pembuangan limbah industri oleh PT. Air Liquide Indonesia yang mencemari wilayah Cikande, Serang pada 2021 (Suara Banten.id, 02/05/2021). Kasus-kasus ini menunjukkan pentingnya pengungkapan CSR untuk menjaga legitimasi sosial dan keberlanjutan perusahaan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu konsep yang berkaitan dengan upaya perusahaan menyeimbangkan komitmennya terhadap kelompok dan individu dalam lingkungan sosialnya. Menurut Saputri (2019:11), CSR adalah kewajiban untuk mengikuti kebijakan yang berlaku dan mengambil tindakan yang sesuai dengan nilai-nilai dalam masyarakat. Fahmi (2017:137) menambahkan bahwa CSR berkaitan dengan pembangunan berkelanjutan yang menghormati perbedaan budaya dan memberikan peluang pengembangan bagi karyawan, komunitas, dan pemerintah. Di Indonesia, CSR dikenal sebagai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) dan telah diatur melalui Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yang menyatakan bahwa CSR adalah komitmen perusahaan dalam mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi berbagai pihak. Dengan demikian, CSR dapat disimpulkan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan baik secara langsung maupun tidak langsung.

CSR memberikan berbagai manfaat bagi perusahaan, di antaranya membangun dan menjaga reputasi, memperkuat citra merek, memperoleh lisensi sosial untuk beroperasi, serta mengurangi risiko bisnis (Irmayanti, 2018:14). Selain itu, pelaksanaan CSR juga dapat membuka akses terhadap sumber daya, memperluas peluang pasar, mengurangi biaya, memperbaiki hubungan dengan pemangku kepentingan dan regulator, serta meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan. Prinsip utama CSR meliputi *sustainability*, *accountability*, dan *transparency*. *Sustainability* menekankan keberlanjutan penggunaan sumber daya agar generasi mendatang tetap mendapat manfaat; *accountability* menuntut keterbukaan dan tanggung jawab perusahaan atas aktivitasnya; sedangkan *transparency* memastikan bahwa dampak eksternal aktivitas perusahaan dapat diketahui secara jelas tanpa adanya informasi yang disembunyikan (Irmayanti, 2018:15). Untuk mengukur pengungkapan CSR, digunakan indeks *Global Reporting Initiative (GRI)* generasi keempat (G4) dengan 91 indikator kinerja dalam kategori ekonomi, lingkungan, dan sosial (Nugroho, 2020:23).

2.2 Ukuran Perusahaan

Menurut Sawir (2015:101) ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan. Sedangkan Aresteria, dkk (2021:12), mengemukakan bahwa ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan diukur dengan total aktiva, jumlah penjualan, nilai saham dan sebagainya. Ukuran perusahaan adalah ukuran atau besarnya aset yang dimiliki perusahaan. Melalui ukuran perusahaan dapat menggambarkan besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinyatakan dengan total asset. Besar kecilnya perusahaan sangat berpengaruh terhadap modal yang akan digunakan untuk operasionalnya, apalagi berkaitan dengan kemampuan perusahaan memperoleh tambahan modal dari dana eksternal ketika dana internal masih kurang untuk melaksanakan pembelanjaan (Ismainingtyas, dkk 2020:4). Menurut Putra dan Setiawan (2022:614), ukuran perusahaan adalah suatu perbandingan besar atau kecilnya usaha dari suatu perusahaan atau organisasi yang diukur dengan banyaknya aset yang dimiliki. Semakin besar ukuran suatu perusahaan akan memudahkan perusahaan dalam memperoleh sumber dana, baik itu sumber internal maupun eksternal.

Berdasarkan beberapa definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan adalah cerminan atau gambaran dari jumlah asset yang digunakan untuk mempertimbangkan nilai dari suatu emiten. Indikator ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan Logaritma natural (Ln) dari total aktiva. Logaritma natural (Ln) digunakan untuk mengurangi perbedaan yang signifikan antara ukuran perusahaan yang terlalu besar dengan ukuran perusahaan yang terlalu kecil, maka dari jumlah aktiva dibentuk logaritma natural yang bertujuan untuk membuat data jumlah aktiva terdistribusi secara normal (Paramita dan Syahzuni, 2022:122). Nilai total aktiva biasanya bernilai lebih besar dibandingkan dengan variabel keuangan lainnya, maka variabel total aktiva diperhalus menjadi Log Aktiva atau Ln Total Aktiva. Dengan menggunakan Logaritma natural (Ln) dari total aktiva dengan nilai ratusan milyar bahkan trilyun akan disederhanakan tanpa mengubah proporsi dari total aktiva yang sesungguhnya.

2.3 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dalam satu periode tertentu. Menurut Wati (2018:244), analisis profitabilitas bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba baik dari penjualan, aset, maupun modal sendiri, serta mencerminkan efektivitas kinerja manajemen. Sejalan dengan itu, Kasmir (2016:196) menjelaskan bahwa rasio profitabilitas digunakan untuk menilai sejauh

mana perusahaan mampu menghasilkan laba, sehingga dapat memberikan gambaran tentang cara perusahaan memanfaatkan aset secara menguntungkan. Marulloh (2018:16) menambahkan bahwa profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri, yang menjadi perhatian penting bagi investor jangka panjang seperti pemegang saham. Dengan demikian, profitabilitas dapat disimpulkan sebagai rasio yang mengukur efektivitas pengelolaan perusahaan berdasarkan jumlah keuntungan yang diperoleh dari penjualan dan investasi.

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas, menurut Kasmir (2016:197), antara lain untuk mengukur laba perusahaan dalam periode tertentu, membandingkan posisi laba antar tahun, menilai perkembangan laba, mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak terhadap modal sendiri, serta mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan. Manfaatnya, sebagaimana diungkapkan Kasmir (2016:198), adalah memberikan informasi tentang tingkat laba, posisi laba, besarnya laba bersih, dan perkembangan laba dari waktu ke waktu. Pengukuran profitabilitas dapat dilakukan dengan beberapa rasio, antara lain *Gross Profit Margin* (GPM), *Net Profit Margin* (NPM), *Return on Equity* (ROE), *Return on Assets* (ROA), *Return on Investment* (ROI), dan *Margin Laba Operasi* (Kasmir, 2016:199-200). Rasio-rasio ini membantu perusahaan dan investor menilai efektivitas kinerja keuangan, terutama dalam menghasilkan keuntungan dari modal, aset, maupun penjualan.

2.4 Leverage

Menurut Fahmi (2017:72), rasio *leverage* mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menentukan seberapa besar pembiayaan perusahaan berasal dari utang. Penggunaan utang yang berlebihan dapat menimbulkan risiko *extreme leverage*, di mana perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi sehingga sulit melunasi kewajiban. Oleh karena itu, perusahaan harus menyeimbangkan jumlah utang yang diambil dan memperhatikan sumber pembayaran utang. *Leverage* juga memiliki keterkaitan dengan praktik manajemen laba; semakin tinggi rasio *leverage*, semakin besar kecenderungan perusahaan melakukan manajemen laba untuk menghindari risiko gagal bayar. Sejalan dengan itu, Kasmir (2016:151) menyatakan bahwa *leverage* merupakan salah satu rasio keuangan yang digunakan untuk menilai kemampuan entitas melunasi utang jangka pendek maupun jangka panjang jika terjadi kebangkrutan. Rasio ini mengukur sejauh mana aset perusahaan didanai oleh utang dan seberapa besar proporsi utang dibandingkan dengan aset.

Leverage dapat diartikan sebagai perbandingan jumlah utang dengan aset atau modal perusahaan, di mana penggunaan dana dengan beban tetap diharapkan mampu meningkatkan

keuntungan bagi pemegang saham (Sulistyoningsih, 2014:13). Berdasarkan definisi tersebut, *leverage* menunjukkan sejauh mana perusahaan memanfaatkan aset atau dana yang memiliki beban tetap untuk mencapai tujuan memaksimalkan kekayaan pemilik. Terdapat tiga jenis *leverage* yang umum dikenal, yaitu *operating leverage* (penggunaan aktiva dengan biaya operasi tetap), *financial leverage* (kemampuan membiayai aset melalui utang), dan *combined leverage* (kombinasi *leverage* operasi dan keuangan) (Sholihin, 2018:114). Untuk mengukur *leverage*, digunakan beberapa rasio seperti *Debt to Assets Ratio* (DAR), *Debt to Equity Ratio* (DER), *Long Term Debt to Equity Ratio* (LDER), *Times Interest Earned Ratio*, *Fixed Charge Coverage Ratio*, *Cash Flow Coverage*, dan *Cash Flow Adequacy* (Nugroho, 2020:25-26). Rasio-rasio ini membantu menilai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap utang dan kemampuan perusahaan menutup beban tetap serta memenuhi kewajiban jangka panjang.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif. Dalam penelitian ini digunakan metode *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti (Sugiyono, 2019). Populasi menurut Sugiyono (2019) adalah setiap objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan jumlah tertentu yang dipelajari dan kemudian disimpulkan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor industri dasar dan kimia, khususnya pada sub sektor kimia yang terdaftar di bursa efek Indonesia 2018-2022. Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu berjumlah 20 perusahaan. Sampel yang memenuhi kriteria pada penelitian ini adalah 7 perusahaan sektor industri dasar dan kimia, khususnya pada sub sektor kimia yang terdaftar di bursa efek Indonesia 2018-2022. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder berupa data laporan keuangan tahunan (*annual report*) pada sektor industri dasar dan kimia, sub sektor kimia yang terdaftar di BEI periode 2018-2022. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan karakteristik sampel dengan cakupan utama berupa nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean) serta standar deviasi.

Hasil analisis deskriptif terhadap data variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1 Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ukuran_Perusahaan_X1	35	26.483	29.731	27.72738	.967661
Profitabilitas_ROA_X2	35	.005	.093	.04146	.023827
Leverage_DAR_X3	35	.081	.561	.24808	.153932
CSR_Y	35	.055	.297	.16138	.082698
Valid N (listwise)	35				

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel 1 diatas menunjukkan hasil pengujian data statistik deskriptif dan dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan dengan jumlah data sebanyak 35 memiliki nilai minimum sebesar 26,483, nilai maksimum 29,731, nilai mean 27,72738, dan standar deviasi 0,967661. Variabel profitabilitas dengan jumlah data yang sama menunjukkan nilai minimum sebesar 0,005, nilai maksimum 0,093, nilai mean 0,04146, dan standar deviasi 0,023827. Selanjutnya, variabel *leverage* memiliki nilai minimum 0,081, nilai maksimum 0,561, nilai mean 0,24808, dan standar deviasi 0,153932. Adapun variabel *corporate social responsibility* (CSR) memiliki nilai minimum sebesar 0,055, nilai maksimum 0,297, nilai mean 1,16138, serta nilai standar deviasi 0,082698.

4.1.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan terlebih dahulu sebelum melakukan uji hipotesis, hal ini berguna untuk mengetahui signifikan atau tidaknya hasil pengujian berikut ini:

4.1.2.1 Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		35
Normal <u>Parameters^{a,b}</u>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.06697342
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.081
	Negative	-.094
Test Statistic		.094
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah, 2025

Dari hasil tabel diatas terlihat Uji normalitas menunjukkan bahwa data *Kolmogorov Smirnov Test* diperoleh nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200, yaitu nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* lebih besar dari nilai signifikansi yang telah ditetapkan yaitu 0,05. Maka data tersebut dinyatakan terdistribusi normal. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Ghozali (2021:196) yang menyatakan bahwa apabila nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* > 0,05 maka data terdistribusi normal

4.1.2.2 Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

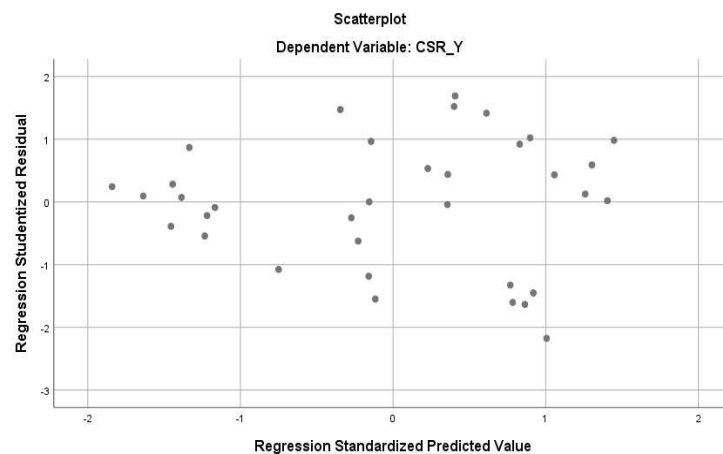
Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Ukuran_Perusahaan_X1	.352	2.838
	Profitabilitas_ROA_X2	.787	1.270
	Leverage_DAR_X3	.314	3.185
a. Dependent Variable: CSR_Y			

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas uji multikolinearitas dapat dilihat bahwa nilai tolerance X1 sebesar 0,352 dan VIF sebesar 2,838, nilai tolerance X2 sebesar 0,787 dan VIF

sebesar 1,270, dan nilai tolerance X3 sebesar 0,314 dan VIF sebesar 3,185. Masing-masing variabel memiliki nilai tolerance $> 0,1$ dan VIF < 10 , sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Ghazali (2021:157), dimana dikatakan bahwa apabila nilai VIF < 10 dan nilai tolerance $> 0,10$, maka tidak terjadi multikolinearitas.

4.1.2.3 Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah, 2025

Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar tersebut menunjukkan bahwa tidak adanya terbentuk suatu pola tertentu dan menyebar luas di atas dan di bawah secara acak, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.1.2.4 Uji Autokorelasi

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.587 ^a	.344	.281	.070139	1.743
a. Predictors: (Constant), Leverage_DAR_X3, Profitabilitas_ROA_X2, Ukuran Perusahaan X1					
b. Dependent Variable: CSR_Y					

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji autokorelasi terlihat pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji autokorelasi pada penelitian ini diketahui nilai Durbin Watson sebesar 1,743. Sesuai dengan syarat uji autokorelasi, terdapat dasar pengambilan keputusan yaitu jika $dU < DW < (4-dU)$ artinya tidak terjadi autokorelasi. Sehingga telah diketahui $1,6528 <$

1,743 < 2,3472. Jadi dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

4.1.3 Hasil Analisis Persamaan Linear Berganda

Tabel 5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.271	.554		4.099	.000
	Ukuran_Perusahaan_X1	.080	.021	.936	3.819	.001
	Profitabilitas_ROA_X2	-.232	.569	-.067	-.407	.687
	Leverage_DAR_X3	.476	.139	.886	3.413	.002

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel 5 diatas, maka persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y = 2,271 + 0,080 X1 - 0,232 X2 + 0,476 X3$$

Model ersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta adalah sebesar 2,271, ini berarti bahwa apabila semua variabel independen (X1, X2 dan X3) sama dengan 0 maka nilai variabel dependen (Y) sebesar 2,271.
2. Koefisien regresi ukuran perusahaan (X1) adalah 0,080 dengan tanda positif. Hal ini berarti jika ukuran perusahaan mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka *corporate social responsibility* (CSR) akan mengalami peningkatan sebesar 0,080 dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain bernilai tetap atau konstan.
3. Koefisien regresi profitabilitas (X2) adalah 0,232 dan bertanda negatif. Hal ini berarti jika profitabilitas mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka *corporate social responsibility* (CSR) akan mengalami penurunan sebesar 0,232 dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain bernilai tetap atau konstan.
4. Koefisien regresi *leverage* (X3) adalah 0,476 dan bertanda positif. Hal ini berarti jika *leverage* mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka *corporate social responsibility* (CSR) akan mengalami peningkatan

sebesar 0,476 dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain bernilai tetap atau konstan.

4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis

4.1.4.1 Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.587 ^a	.344	.281	.070139

a. Predictors: (Constant), Leverage_DAR_X3, Profitabilitas_ROA_X2, Ukuran_Perusahaan_X1

b. Dependent Variable: CSR_Y

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji determinasi pada tabel diatas, telah diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,344 atau 34,4%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *corporate social responsibility* (CSR) (Y) dapat dipengaruhi oleh variabel X1, X2 dan X3 sebesar 34,4%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 65,6% dapat dijelaskan dengan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.1.4.2 Uji Parsial (Uji T)

Tabel 7 Hasil Uji Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.271	.554		4.099	.000
	Ukuran Perusahaan_X1	.080	.021	.936	3.819	.001
	Profitabilitas_ROA_X2	-.232	.569	-.067	-.407	.687
	Leverage_DAR_X3	.476	.139	.886	3.413	.002

a. Dependent Variable: CSR_Y

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji t parsial, bahwa variabel X1 yaitu ukuran perusahaan memiliki tingkat signifikan sebesar 0,001, artinya nilai signifikan $X1 < 0,05$ sehingga variabel ini berpengaruh terhadap variabel dependen, dengan nilai koefisien regresi 0,080 yang menunjukkan pengaruh positif terhadap variabel terikat (Y). Variabel X2 yaitu profitabilitas memiliki tingkat signifikan sebesar 0,687, artinya nilai signifikan $X2 > 0,05$ sehingga variabel ini tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Sementara itu, variabel X3 yaitu *leverage* memiliki tingkat signifikan sebesar 0,002, artinya nilai signifikan $X3 < 0,05$ sehingga variabel ini berpengaruh terhadap variabel dependen, dengan nilai koefisien regresi 0,476 yang menunjukkan pengaruh positif terhadap variabel terikat (Y).

4.1.4.3 Uji Simultan (Uji F)

Tabel 8 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.080	3	.027	5.422	.004 ^b
	Residual	.153	31	.005		
	Total	.233	34			
a. Predictors: (Constant), Leverage_DAR_X3, Profitabilitas_ROA_X2, Ukuran Perusahaan X1						
b. Dependent Variable: CSR_Y						

Sumber: Data diolah tahun 2025

Berdasarkan hasil uji pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar $0,004 < 0,05$, yang berarti hipotesis diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1, X2 dan X3 secara simultan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR) (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1, X2 dan X3 secara simultan berpengaruh terhadap variabel *corporate social responsibility* (CSR) (Y).

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan hasil penelitian melalui uji parsial maka dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan memiliki nilai signifikan yaitu 0,001, dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai 0,05 yang berarti bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap

corporate social responsibility (CSR). Adapun nilai koefisien regresi yang diperoleh adalah sebesar 0,080 dengan tanda positif, artinya bahwa pengaruh yang diberikan merupakan pengaruh yang bersifat positif.

Ukuran perusahaan merupakan karakteristik suatu perusahaan dalam hubungannya dengan stuktur perusahaan. Perusahaan besar merupakan emiten yang akan banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas. Dalam artian bahwa, semakin banyak total aktiva yang dimiliki perusahaan akan berakibat pada semakin besarnya pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan (Irmayanti, 2018:53).

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Setiawan (2022) yang mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Irmayanti (2018) juga memperoleh hasil yang sejalan yaitu ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR).

4.2.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan hasil penelitian melalui uji parsial maka dapat diketahui bahwa profitabilitas yang diukur menggunakan *return on assets* (ROA) memiliki nilai signifikan yaitu 0,687, dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai 0,05 yang berarti bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR).

Profitabilitas yang diproksi dengan ROA tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR hal ini dikarenakan ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Hal ini didukung dengan argumentasi bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas

rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan melihat “*good news*” kinerja sosial dan lingkungan yang dilakukan perusahaan (Nugroho, 2020:76).

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Khafi (2018) yang membuktikan secara empiris bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Sejalan dengan itu, penelitian yang dilakukan oleh Nugroho (2020) juga memberikan kesimpulan yaitu profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR).

4.2.3 Pengaruh *Leverage* Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan hasil penelitian melalui uji parsial maka dapat diketahui bahwa leverage yang diukur menggunakan *debt to assets ratio* (DAR) memiliki nilai signifikan yaitu 0,002, dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai 0,05 yang berarti bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Adapun nilai koefisien regresi yang diperoleh adalah sebesar 0,476 dengan tanda positif, artinya bahwa pengaruh yang diberikan merupakan pengaruh yang bersifat positif.

Rasio *leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Oleh karena itu, perusahaan dengan rasio leverage yang tinggi mempunyai kewajiban lebih untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Semakin tinggi tingkat leverage yang diperoleh maka semakin besar pengungkapan CSR nya. Hal ini menandakan bahwa rasio leverage digunakan untuk memberikan gambaran tentang struktur modal yang dimiliki perusahaan, ini dapat dipandang sebagai resiko tak tertagihnya suatu utang. Hal ini sejalan dengan teori bahwa perusahaan menggunakan rasio *leverage* yang tinggi akan mengungkap lebih banyak informasi. Meskipun tingkat *leverage* tergolong tinggi, hal tersebut dapat menyebabkan biaya bunga tinggi dan pada akhirnya akan mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Tetapi dengan pengungkapan CSR yang luas dapat menurunkan risiko dan memudahkan perusahaan mendapatkan akses pendanaan dari para kreditur maupun investor (Putri, dkk, 2022:76).

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Istifaroh dan Subardjo (2017) yang berkesimpulan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Hal serupa dinyatakan pula oleh Putri, dkk (2022)

yang mengkapkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR).

4.2.4 Pengaruh Ukuran perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* Secara Simultan Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan hasil uji simultan maka dapat dilihat bahwa variabel- variabel bebas memiliki nilai signifikan sebesar 0,004. Artinya bahwa nilai signifikan secara simultan lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti variabel ukuran perusahaan (X1), profitabilitas (X2) dan leverage (X3) secara simultan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR) (Y). Hasil pengujian simultan (Uji F) mengungkapkan bahwa keseluruhan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Rasio profitabilitas yang tinggi menandakan adanya manajemen perusahaan dalam memperoleh laba sangat baik. Leverage dapat menggambarkan sejauh mana aset yang tersedia dibiayai oleh utang dibanding dengan dana dari modal internal perusahaan. Rasio leverage yang tinggi dapat memenuhi harapan informasi kreditur dan meyakinkan kreditur bahwa mereka masih dalam kondisi baik (Paramita dan Syahzuni, 2022:225).

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Istifarah dan Subardjo (2017) yang berhasil mengungkapkan secara empiris bahwa variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR).

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ukuran perusahaan (X1) berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR), yang dilihat dari nilai signifikansi hasil uji t (uji parsial) yaitu dengan nilai signifikan sebesar $0,001 > 0,05$. Koefisien regresi yang dihasilkan adalah sebesar 0,080, yang bersifat positif. Arah positif tersebut berarti bahwa variabel ukuran perusahaan (X1) berbanding lurus (searah) dengan variabel *corporate social responsibility* (CSR)
2. Profitabilitas (X2) tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR), yang dilihat dari nilai signifikansi hasil uji t (uji parsial) yaitu dengan nilai signifikan sebesar $0,687 < 0,05$.
3. *Leverage* (X3) berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility* (CSR), yang dilihat dari nilai signifikansi hasil uji t (uji parsial) yaitu dengan nilai signifikan sebesar $0,001 > 0,05$. Koefisien regresi yang dihasilkan adalah sebesar

0,476, yang bersifat positif. Arah tersebut berarti bahwa variabel *leverage* (X3) berbanding lurus (searah) dengan variabel *corporate social responsibility* (CSR).

4. Secara simultan, berdasarkan pada hasil uji F maka dapat dinyatakan bahwa keseluruhan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dengan nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$.

6. SARAN

Adapun saran-saran yang bersifat konstruktif dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan Sub Sektor Kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, disarankan agar menggunakan penelitian ini menjadi acuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Sehingga memberikan gambaran bagi para emiten untuk menentukan dan menilai *corporate social responsibility* (CSR) perusahaannya.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan dapat menambah variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini dengan periode tahun yang berbeda agar peneliti selanjutnya dapat memberikan kemajuan dan pengembangan pada ilmu pengetahuan.
3. Bagi akademis disarankan agar penelitian ini dijadikan salah satu referensi tambahan dalam melakukan penelitian dan dapat memberikan wawasan yang lebih luas terkait *corporate social responsibility* (CSR).

7. DAFTAR PUSTAKA

- Aresteria, M., Sulestiyono, D., & Hitotsu, R. F. (2021). Analisis pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada peningkatan profitabilitas perusahaan high profile tahun 2017-2019. *JEMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(2), 10–18. Universitas Diponegoro. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/taaij/article/view/18188/0>
- Budiman, N. A. (2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial. *JRAMB*, 1(1), 14–34.
- Dewi, I. S., & Khafi, D. N. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan Corporate Social Responsibility pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015. *Liabilitas: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Ekonomi*, 3(1), 56–76. Universitas Satya Negara Indonesia. <https://ojs.jekobis.org/index.php/liabilitas/article/view/32>
- Fahmi, I. (2017). *Analisis laporan keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Handayani, B. D. (2017). Mekanisme corporate governance, enterprise risk management, dan nilai perusahaan perbankan. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 21(1), 70–81. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v21i1.1228>
- Indraswari, I. G. A. L., & Mimba, N. P. S. H. (2017). Pengaruh profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, kapitalisasi pasar dan kepemilikan saham publik pada tingkat pengungkapan CSR. *Jurnal Akuntansi*, 20(2), 1219–1248.
- Irmayanti. (2018). *Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan Corporate Social Responsibility dalam laporan tahunan (Studi kasus pada perusahaan manufaktur sub sektor semen yang terdaftar di BEI tahun 2013-2017)*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Ismainingtyas, B., Suryono, B., & Wahidahwati. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan Corporate Social Responsibility pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017. *WAHANA: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 23(1), 1–23. <http://jurnalwahana.aaykpn.ac.id/index.php/wahana/article/view/183>
- Istifarah, A., & Subardjo, A. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan Corporate Social Responsibility pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 6(6), 1–19. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/486>
- Kasmir. (2016). *Analisis laporan keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Marulloh, A. (2018). *Faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan pengungkapan Corporate Social Responsibility pada laporan tahunan BUMN bidang industri pupuk dan semen*. Skripsi. Universitas Lampung.

- Meliniawaty, E., & Supatmi. (2021). Pengungkapan Corporate Social Responsibility aspek sosial terhadap nilai perusahaan dengan manajemen risiko sebagai pemoderasi. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, 5(1), 39–46.
- Nugroho, A. (2020). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan pengungkapan Corporate Social Responsibility dalam laporan tahunan (Studi empiris pada perusahaan manufaktur di Indonesia tahun 2016-2018)*. Skripsi. Universitas Negeri Semarang.
- Paramita, A. I., & Syahzuni, B. A. (2022). Analisis pengaruh profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. *IRWNS: Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 13(1), 220–227. Universitas Esa Unggul. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs3.1.2/proceeding/article/view/4253>
- Putra, & Setiawan, M. A. (2022). Pengaruh profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. *JEA: Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 4(3), 611–625. <http://jea.ppj.unp.ac.id/index.php/jea/article/view/567>
- Putri, B. U., Santi, E., & Afni, Z. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Corporate Social Responsibility disclosure (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020). *JABEI: Jurnal Akuntansi, Bisnis dan Ekonomi Indonesia*, 1(1), 66–78. <https://akuntansi.pnp.ac.id/jabei/index.php/jabei/article/view/12>
- Rivandi, M., & Putra, R. J. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Komite Audit Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 5(2), 513-524.
- Saputri, D. (2019). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017)*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Sawir, A. (2015). *Analisis kinerja keuangan dan perencanaan keuangan perusahaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sholihin, M. R., Harnovinsah, & Aulia, Y. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Analisa Akuntansi dan Perpajakan*, 2(2), 110–130. <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/1399>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sulistyoningsih, E. (2014). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013)*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Susilowati, F., Wafirotn, 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). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(2), 18. <https://doi.org/10.24269/iso.v2i2.186>
- Wati, L. N. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan Corporate Social Responsibility dengan GRI 3 pada perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2014. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 240–252. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/4457>