



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH *LEVERAGE*, PROFITABILITAS, UKURAN
PERUSAHAAN TERHADAP *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* (CSR) PADA PERUSAHAAN
PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA (BEI) TAHUN 2016 – 2020**

SKRIPSI

Tri Maryatsi

1702015067

PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA
2022



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH *LEVERAGE*, PROFITABILITAS, UKURAN
PERUSAHAAN TERHADAP *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR)* PADA PERUSAHAAN
PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA (BEI) TAHUN 2016 – 2020**

SKRIPSI

Tri Maryatsi

1702015067

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA
2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH *LEVERAGE*, PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2016 – 2020”** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau diteliti oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata di kemudian hari penelitian (Skripsi) ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 25 Juli 2022
Yang menyatakan



(Tri Maryatsi)
NIM 1702015067

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : **PENGARUH *LEVERAGE*, PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2016 – 2020**

NAMA : **TRI MARYATSI**

NIM : **1702015067**

PROGRAM STUDI : **AKUNTANSI**

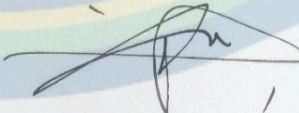
TAHUN AKADEMIK : **2021/2022**

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan dalam ujian skripsi:

Pembimbing I	Herwin Kurniawan, S.E., M.M.	
Pembimbing II	Daram Kurniawan, S.E., M.Si.	

Mengetahui,

Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA



(Meita Larasati, S.Pd., M.Sc.)

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan Judul :

**PENGARUH *LEVERAGE*, PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
BERDASARKAN LAPORAN KEUANGAN TAHUNAN DI BURSA EFEK
INDONESIA TAHUN 2016-2020**

Yang disusun oleh :

Tri Maryatsi
1702015067

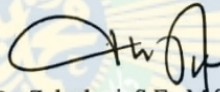
Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata-satu
(S1) Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah

Prof. DR. HAMKA

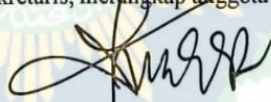
Pada tanggal: 28 Juli 2022

Tim penguji :


Ketua, merangkap anggota :


(Dr. Zulpahmi, S.E., M.Si.)

Sekretaris, merangkap anggota :


(M. Nurasyidin, S.E., M.Si.)


Anggota :

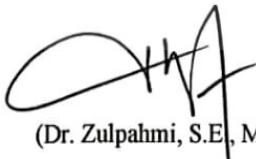

(Sumardi, S.E., M.Si.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA

Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA


(Meita Larasati, S.Pd., M.Sc.)


(Dr. Zulpahmi, S.E., M.Si.)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tri Maryatsi
NIM : 1702015067
Program Studi : S1 Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Jenis Karya : Skripsi

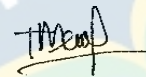
Dengan pengembangan ilmu dan pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*Non Exclusive Royalti Free-right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“PENGARUH LEVERAGE, PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) BERDASARKAN LAPORAN KEUANGAN TAHUNAN DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016-2020”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap menyantumkan nama saya sebagai peneliti atau pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Juli 2022

Yang menyatakan



(Tri Maryatsi)

NIM 1702015067

ABSTRAKSI

Tri Maryatsi (1702015067)

“PENGARUH *LEVERAGE*, PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) BERDASARKAN LAPORAN KEUANGAN TAHUNAN DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016-2020”

Skripsi. Program Strata Satu Program Studi Akuntansi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2022. Jakarta.

Kata kunci: *CSR, Leverage, Profitabilitas, Ukuran perusahaan*

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, penulis hanya membatasi penelitian tentang Profitabilitas, Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* dalam kelompok perusahaan pertambangan yang telah tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama 5 (lima) periode yaitu dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2020.

Hasil dari penelitian ini *Leverage* (X1) bernilai positif sebesar 0,273 yang artinya *Leverage* (X1) mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (Y). *Profitabilitas* (X2) bernilai positif sebesar 0,001 yang artinya *Profitabilitas* (X2) mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (Y). *Ukuran Perusahaan* (X3) bernilai negatif sebesar -0,432, artinya *Ukuran Perusahaan* (X3) mengalami penurunan *Corporate Social Responsibility* (Y). Bagi perusahaan, sebaiknya menurunkan *Leverage* untuk mengurangi tingginya resiko perusahaan gagal bayar kepada kreditur. Semakin rendah nilai *Leverage*, maka akan semakin baik kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka Panjang maupun jangka pendek dan mengasumsikan bahwa perusahaan dalam kondisi yang stabil. Karena semakin tinggi *Leverage* suatu perusahaan, maka akan perusahaan tidak dapat menjalankan *Corporate Social Responsibility* dengan nilai hutang yang sangat tinggi. Perusahaan harus memperhatikan profitabilitas dengan cara meningkatkan keuntungan.

ABSTRACT

Tri Maryatsi (1702015067)

"INFLUENCE OF *LEVERAGE*, PROFITABILITY, COMPANY SIZE ON *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) BASED ON ANNUAL FINANCIAL REPORTS ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE 2016-2020"

Thesis. Undergraduate Program in Accounting Studies Program. Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2022. Jakarta.

Keywords: *CSR, leverage, Profitability, Company size*

Based on the identification of these problems, the authors only limit research on Profitability, Company Size on Corporate Social Responsibility in a group of mining companies that have been listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for 5 (five) periods, from 2016 to 2020.

The results of this study Leverage (X1) has a positive value of 0.273 which means that leverage (X1) has an effect on Corporate Social Responsibility (Y). Profitability (X2) has a positive value of 0.001 which means Profitability (X2) has an effect on Corporate Social Responsibility (Y). Company Size (X3) has a negative value of -0.432, meaning that Company Size (X3) has decreased in corporate social responsibility (Y). Companies should reduce leverage to reduce the high risk of company default to creditors. The lower the leverage value, the better the company's ability to meet long-term and short-term obligations and assume that the company is in a stable condition. Because the higher the leverage of a company, the company will not be able to carry out Corporate Social Responsibility with a very high debt value. Companies must pay attention to profitability by increasing profits.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa mencurahkan nikmatnya kepada kita semua, semoga seterusnya kita selalu berada dalam bimbingan serta ridha-Nya. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada nabi Muhammad SAW yang telah menuntun kita dari zaman kegelapan menuju ke jalan yang terang benerang ini, terimakasih juga penulis ucapkan kepada kedua orang tua yang sudah memberikan dukungan dan doanya selama penulis melakukan Skripsi. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat tugas akhir dalam menempuh jenjang S1 Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. Penulis menyadari bahwa sepenuhnya laporan ini masih memiliki banyak kekurangan baik dari segi materi maupun teknisnya. Untuk itu, penulis mengharapkan saran dan kritik dari pembaca yang bersifat membangun.

Banyak hambatan dan kendala dalam penyelesaian Skripsi ini, namun penulis menyadari bahwa Skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan Skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu, antara lain :

1. Dr. Zulpahmi., SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
2. Sumardi., SE., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
3. M. Nurrasyidin., SE., M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
4. Edi Setiawan., SE., M.Si Wakil Dekan III & IV Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

5. Meita Larasati., SE., M.Si selaku ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
6. Herwin Kurniawan, SE., MM dan Daram Kurniawan, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan motivasi sehingga penulisan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Bapak, Ibu dosen di Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA yang telah memberikan berbagai ilmunya kepada penulis.
8. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa, dukungan serta motivasi yang tiada henti kepada penulis.

Atas segala usaha tersebut, penulis mohon maaf atas kekurangan yang terdapat dalam Skripsi Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak – pihak yang membutuhkan. Atas semua jasa dan keikhlasan yang telah diberikan kepada penulis, semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal dengan kerjasama semua pihak. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima berbagai masukan, saran dan kritik dari berbagai pihak yang bersifat membangun demi kesempurnaan Skripsi ini. Besar harapan penulis semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan juga khususnya bagi penulis.

Jakarta, 25 Juli 2022

Penulis,



Tri Maryatsi

NIM.1702015067

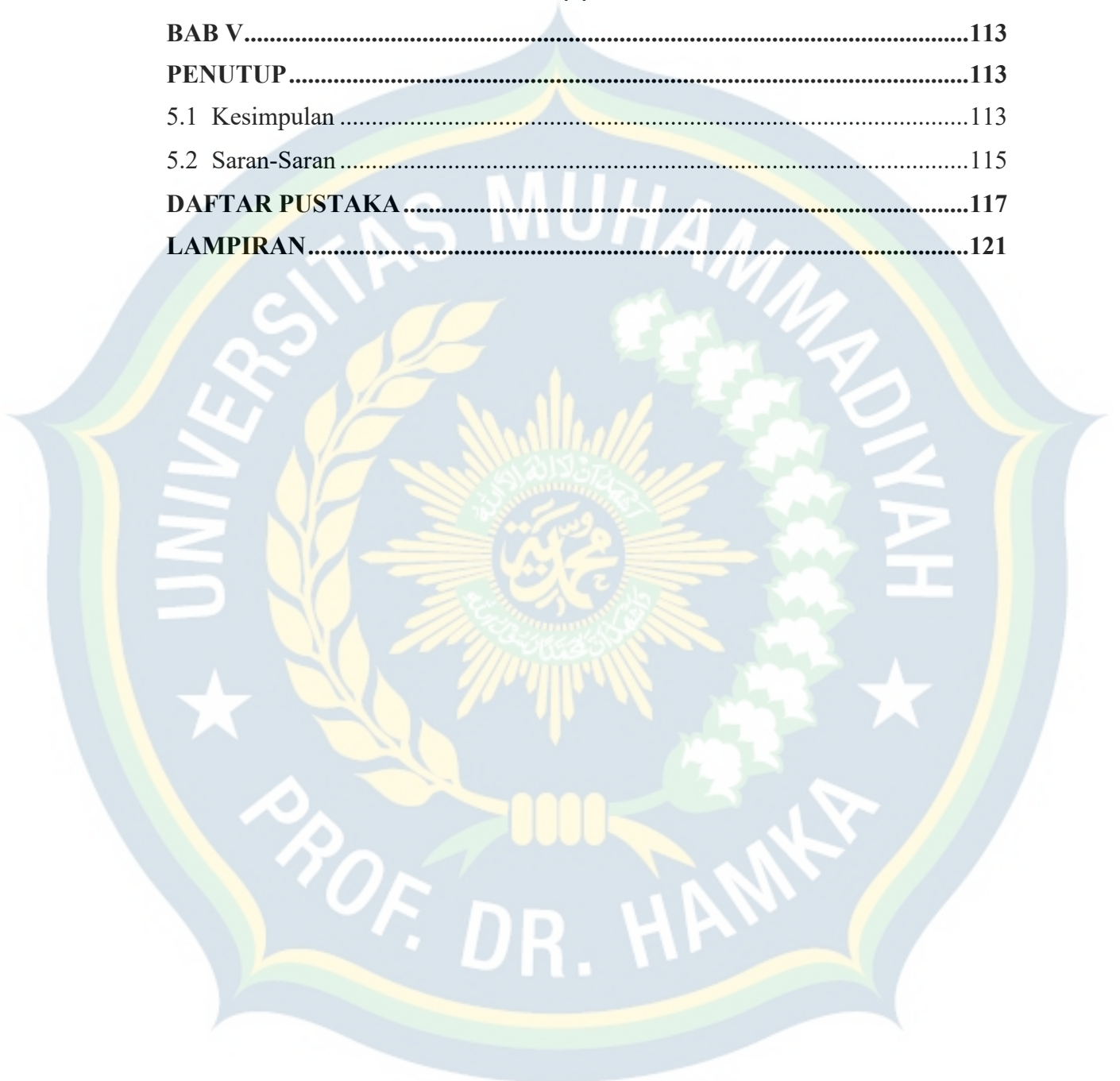
DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	12
1.2.1 Identifikasi Masalah	12
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	13
1.2.3 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
BAB II	16
TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 1.....	26
2.2 Telaah Pustaka	37
2.2.1 GCG (<i>Good Corporate Governance</i>).....	37
2.2.2 Teori Stakeholder	40

2.2.3 Teori Legitimasi (<i>Legitimacy Theory</i>).....	42
2.2.4 CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>).....	42
2.2.5 Leverage.....	44
2.2.6 Profitabilitas.....	44
2.2.7 Ukuran Perusahaan.....	47
Ukuran Perusahaan = LnTotal Aset.....	49
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	50
2.3.1 Pengaruh Leverage terhadap CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>)..	50
2.3.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>)	51
2.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>).....	51
2.4 Rumusan Hipotesis.....	53
BAB III.....	54
METODE PENELITIAN.....	54
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	55
3.2.1 Definisi Konseptual.....	55
3.2.2 Variabel Independen.....	55
3.2.3 Variabel Dependen.....	56
3.3 Populasi dan Sampel.....	58
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.4.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	60
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	61
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	61
3.5.2 Analisis Regresi Logistik.....	61
3.5.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	64
3.5.4 Regresi Linear Berganda.....	67
3.5.5 Uji Hipotesis.....	67
3.5.5.1 Uji Parsial (T test).....	68
3.5.5.2 Uji Simultan (F test).....	68

3.5.5.3 Koefisien Determinasi.....	69
BAB IV	711
HASIL DAN PEMBAHASAN	711
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	712
4.1.1 Lokasi Penelitian.....	72
4.1.2 Sejarah Singkat Bursa Efek Indonesia	72
4.1.3 Profil Singkat Perusahaan	74
4.2 Hasil Pengolahan Data dan Pembahasan	77
4.2.1 Leverage.....	77
4.2.2 Profitabilitas	81
4.2.3 Ukuran Perusahaan	85
4.2.4 <i>Corporate Social Responsibility</i>	88
4.3 Analisis Akuntansi	91
4.3.1 Pengaruh Leverage Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	91
4.3.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	93
4.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	95
4.3.4 Pengaruh Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	97
4.4 Analisis Statistik	99
4.4.1 Analisa Statistik Deskriptif	99
4.4.2 Analisis Regresi Logistik.....	101
4.4.2.1 Persamaan Model Regresi Logistik	101
4.4.2.3 Menilai Keseluruhan Model Regresi	103
4.4.2.5 Omnibus Tests Of Model Coefficients	105
4.4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	106
4.4.3.1 Uji Normalitas Data	106
4.4.3.2 Uji Multikolinieritas	108
4.4.3.3 Uji Autokorelasi	108
4.4.3.4 Uji Heteroskedastisitas	109
4.4.4 Uji Hipotesis	110

4.4.4.1 Uji Parsial (T test)	110
4.4.4.2 Uji Simultan (F test).....	111
4.4.4.3 Koefisien Determinasi (R)	112
BAB V	113
PENUTUP	113
5.1 Kesimpulan	113
5.2 Saran-Saran	115
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN	121

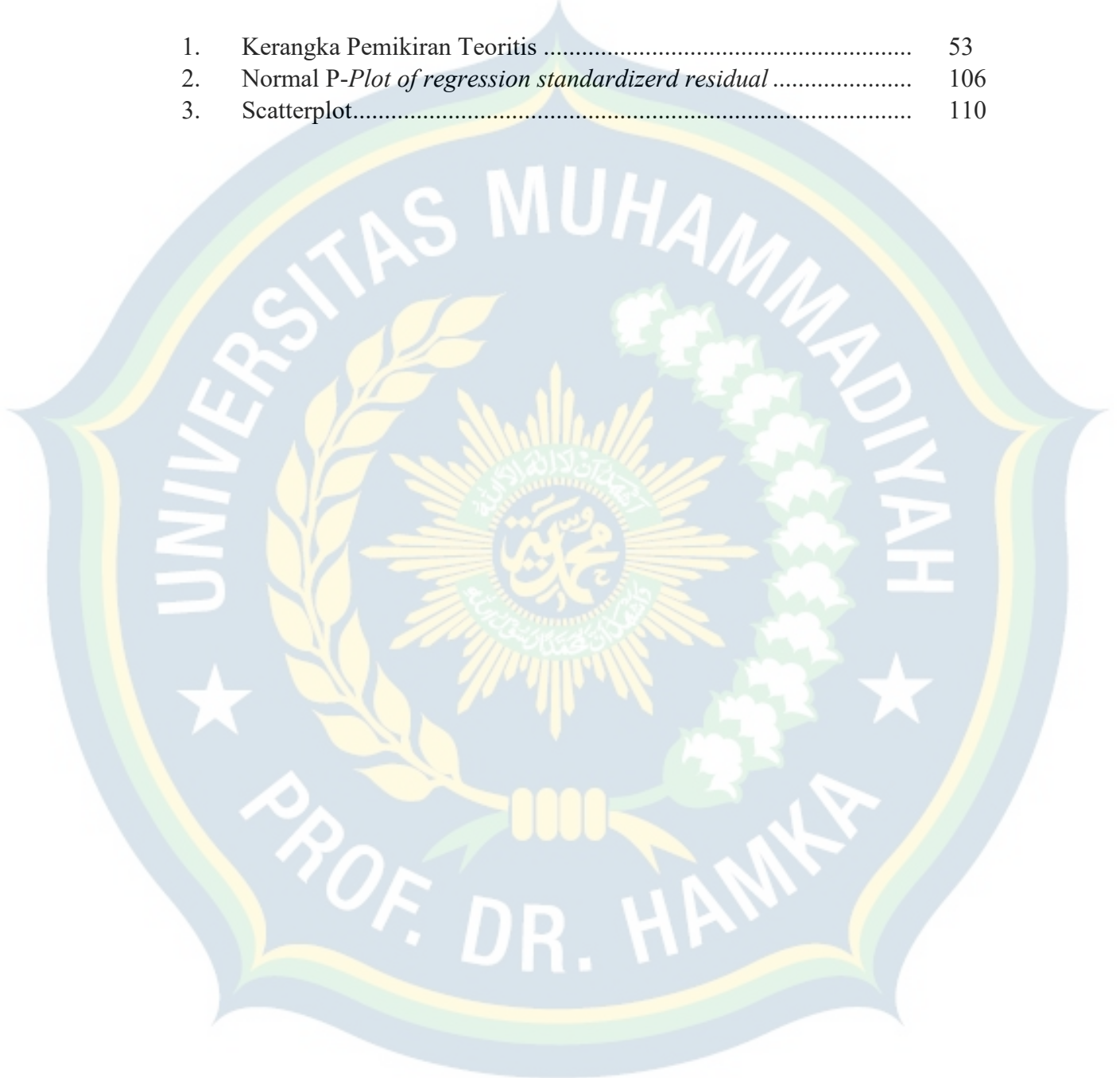


DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Penelitian Terdahulu	26
2.	Kriteria Ukuran Perusahaan	49
3.	Pengukuran Operasional Variabel.....	58
4.	Kriteria Pemilihan Sampel	69
5.	Daftar Sampel Perusahaan Pertambangan.....	60
6.	Koefisien Korelasi.....	64
7.	Leverage Tahun 2016-2020	78
8.	Profitabilitas Tahun 2016-2020.....	82
9.	Ukuran Perusahaan Tahun 2016-2020	85
10.	Corporate Social Responsibility Tahun 2015-2019	89
11.	Pengaruh Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility Tahun 2016-2020	91
12.	Pengaruh Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility Tahun 2016-2020	94
13.	Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> Tahun 2015-2019.....	96
14.	Pengaruh Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility 2016-2020	98
15.	Analisis Statistik Deskriptif	100
16.	Hasil Uji Koefisien Regresi Logistik	101
17.	Uji Kelayakan Model Regresi	103
18.	Uji Keseluruhan Model Regresi	104
19.	Uji Koefisien Determinasi.....	105
20.	Omnibus Tests of Model Coefficients	105

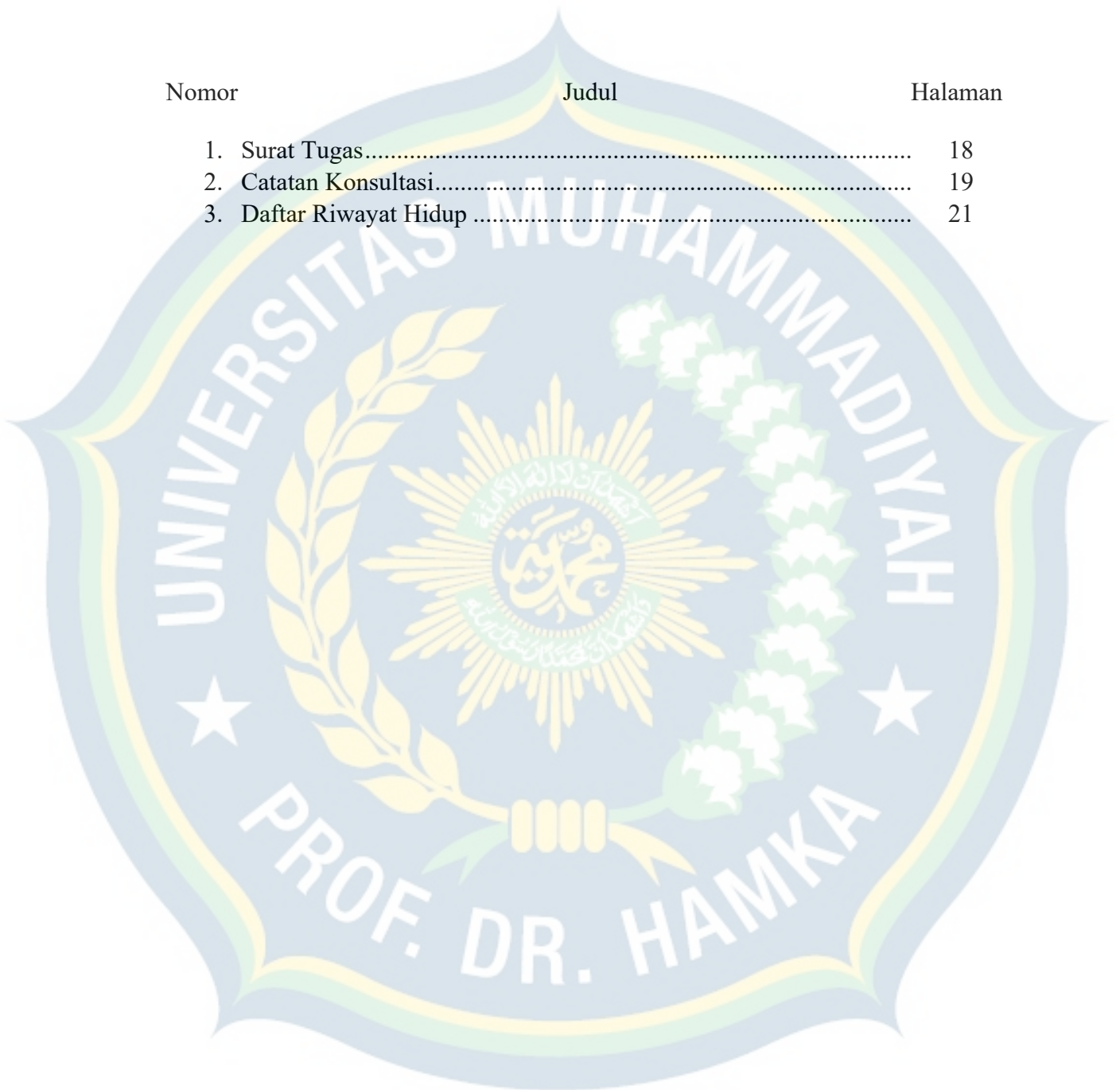
DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran Teoritis	53
2.	Normal P-Plot of regression standardizerd residual	106
3.	Scatterplot.....	110



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Surat Tugas.....	18
2.	Catatan Konsultasi.....	19
3.	Daftar Riwayat Hidup	21



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi merupakan awal permulaan dari kemajuan perekonomian dunia. Globalisasi menyebabkan dinamika perusahaan yang selalu dinamis, terjadi persaingan yang ketat untuk mempertahankan prestasi perusahaan guna memenangkan persaingan. Berbagai strategi dirancang untuk menjaga eksistensi perusahaan dan mempertahankan citra perusahaan. Agar perusahaan tetap bertahan dalam lingkungan kompleksitas globalisasi. Didalam dunia bisnis perusahaan dituntut untuk mampu menyeimbangkan pencapaian kinerja ekonomi (*profit*), kinerja social (*people*), dan kinerja lingkungan (*planet*) atau disebut *triple botto-line performance*. Praktik bisnis berorientasi selama ini memaksimalkan laba yang harus dikaji ulang. Orientasi mengejar laba semaksimal mungkin, secara jangka pendek akan menunjukkan keberhasilan, namun untuk jangka Panjang hal tersebut bisa menimbulkan masalah bagi perusahaan karena adanya resistensi dari masyarakat dan stakeholder lainnya (Nurbayanti,2020).

Banyaknya perusahaan yang berdiri di Indonesia baik perusahaan lokal maupun perusahaan asing mempunyai dampak negatif dan positif bagi perkembangan pembangunan ekonomi nasional. Karena untuk meningkatkan perekonomian nasional tidak terlepas dari peran perusahaan dan pelaku bisnis. Berbagai dampak negatif sering terjadi karena banyak perusahaan yang tidak memperhatikan kelestarian lingkungan hidup, sosial dan masyarakat seperti yang menjadi pemberitaan media beberapa tahun terakhir. Fenomena yang terjadi

dalam keterlibatan pencemaran lingkungan meliputi Teluk Buyat yang telah dicemari oleh PT. Newmont Minahasa Raya ditahun 2004, kemudian pada tahun 2005 PT. Exxon Mobil Oil Indonesia dengan kasus limbah merkuri di Nangroe Aceh Darussalam, dan kasus minyak montara dilaut Timur oleh PT. TEP Australia (Ashomre Cartier) di tahun 2009 (Astuti, 2018). Masalah lingkungan yang marak sekali terjadi adalah akibat dari perusahaan yang tidak memperhatikan aspek sosial, lingkungan, hukum dan masyarakat dalam melakukan kegiatan bisnis.

Jika kita melihat dari kasus yang sudah terjadi di Indonesia, masalah sosial dan lingkungan yang tidak diatur dengan baik oleh perusahaan ternyata memiliki dampak negatif untuk masyarakat luas, suatu tujuan yang menjadikan perusahaan akan meraih keuntungan dalam aspek bisnis malah berbalik menjadi kerugian yang berlipat ganda. Adanya berbagai masalah yang muncul mulai dari globalisasi sampai tidak adanya kepedulian perusahaan terhadap lingkungan maka muncul konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan aktivitas tanggung jawab perusahaan terhadap para stakeholder dengan cara memberi perhatian terhadap aspek sosial dan lingkungan (Mirza Nurdin Nugroho, 2015). CSR ini merupakan salah satu strategi yang diterapkan perusahaan untuk mempertahankan perusahaan dengan cara bekerjasama dan menjaga hubungan baik dengan kelompok kepentingan *stakeholder* dan *shareholder*. Pada UU No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, Pasal 22 Ayat 1 yang berbunyi setiap usaha dan/atau kegiatan yang berdampak penting terhadap lingkungan hidup wajib memiliki amdal.

Amdal tidak hanya mencakup kajian terhadap aspek biogeofisik dan kimia saja, tetapi juga aspek sosial ekonomi, sosial budaya dan Kesehatan masyarakat. Berdasarkan peraturan tersebut dapatlah dikatakan bahwa setiap perusahaan wajib memiliki tanggung jawab penuh terhadap lingkungan sosialnya.

Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) mengacu pada semua hubungan yang terjadi antara perusahaan dengan semua pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, karyawan, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, pemasok, dan bahkan pesaing. Di dunia internasional sendiri telah ditegaskan bahwa kewajiban korporasi yang tergabung dalam ISO untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar wilayah usahanya ditentukan dalam pertemuan antar korporasi dunia di Trinidad pada ISO/COPOLCO (ISO Committee) 2002 tentang Kebijakan Konsumen lokakarya di Port of Spain.

CSR telah menjadi ISO 26000 dan telah disetujui oleh *Working Group on Social Responsibility* di Bangkok pada tahun 2005. ISO 26000 merupakan pedoman sukarela bagi perusahaan, pemerintah atau LSM dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya. Komponen ISO 26000 terdiri dari enam komponen, yaitu: hak asasi manusia, praktik ketenagakerjaan, lingkungan, praktik operasi yang adil, masalah konsumen, keterlibatan dan pengembangan masyarakat. *Corporate social responsibility (CSR) has evolved as the company's role in influencing society in a positive and productive way. The emergence of corporate social responsibility by empowering and investing in the community is one example of this impact* (Kazmi, Leca, & Naccache, 2015; Zubaidah & Mudrifah). *“Although companies value interaction with stakeholders in terms of CSR*

activities, some companies follow a structured and planned CSR approach, and many companies do not allocate sufficient funds for these activities” (Gautam and Singh, 2010; Mubarak 2019).

Kewajiban melaksanakan *Corporate Social Responsibility* diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (PT) pada Pasal 74 menyebutkan bahwa:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
2. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan terbatas yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang – undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Peraturan lain yang mewajibkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah undang – undang Nomor 25 tahun 2007, tentang penanaman modal, baik penanam modal dalam negeri, maupun penanam modal asing. Dalam pasal 15(b) dinyatakan bahwa “setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan *Corporate Social Responsibility*”. Sementara dalam undang – undang minyak dan gas bumi

Nomor 22 tahun 2001 Khusus bagi perusahaan yang operasionalnya mengelola Sumber Daya Alam (SDA) disebutkan pada pasal 13 ayat 3(p) “kontrak kerja sama sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) wajib memuat paling sedikit ketentuan – ketentuan pokok yaitu: pengembangan masyarakat sekitarnya dan jaminan hak – hak masyarakat adat”.

Berdasarkan undang – undang tersebut, perusahaan yang operasionalnya terkait minyak dan gas bumi baik pengelolaan eksplorasi maupun distribusi, wajib melaksanakan kegiatan pengembangan masyarakat dan menjamin hak – hak masyarakat adat yang berada disekitar perusahaan. Bagi perusahaan yang menimbulkan dampak negatif serta tidak melaksanakan kewajiban *Corporate Social Responsibility* akan memperoleh sanksi yang sangat merugikan bagi perusahaan karena perusahaan dibekukan dan dicabut usahanya sehingga tidak dapat beroperasi kembali.

Selain itu, karena undang-undang yang ada, perusahaan memiliki alasan tersendiri dalam melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaannya. Untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, untuk melegitimasi tindakan korporasi dan untuk menarik investor. Dampak positif yang akan diperoleh perusahaan dalam melaksanakan *Corporate Social Responsibility* adalah meningkatkan citra positif perusahaan di masyarakat, akses permodalan kepada investor, menjaga kualitas sumber daya manusia dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko. *CSR in the context of Islam is a concept of corporate social responsibility with dimensions of Islamic economics, Islamic legal, Islamic ethics, and Islamic philanthropy based on Islamic values found in the Qur'an and Hadith* (Riswanti,

2017). *The company, in its efforts to accommodate the wishes of all stakeholders, can implement the CSR* (Arsad, Ahmad, Fisol, Said, & Haji-Othman, 2015).

Pada dasarnya praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) dilakukan dengan cara berkesinambungan akan memberikan manfaat bagi perusahaan itu sendiri. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dianggap layak untuk memperbaiki perusahaan dalam meningkatkan *brand image* dan penjualan, memperbaiki pembuatan keputusan pada isu-isu kritis, dan menangani resiko secara lebih efisien serta mampu mengurangi biaya jangka panjang. *Leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjangnya. *Leverage* merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar suatu perusahaan memiliki tingkat risiko tidak tertagihnya hutang kepada kreditur yang nantinya akan digunakan untuk membiayai aset perusahaan. Perusahaan dengan tingkat *Leverage* yang tinggi cenderung ingin melaporkan laba yang tinggi guna mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang (Putri, 2017). Sehingga jika nilai *Leverage* nya tinggi akan mempengaruhi tanggung jawab sosial dan tidak dapat membantu CSR dalam melaksanakan tanggung jawab perusahaannya.

Penilaian kinerja keuangan juga diukur dengan melihat rasio *leverage*. Rasio *leverage* merupakan proporsi total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang telah dimiliki oleh perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tidak tertagihnya suatu hutang. (Nurbayanti,2020) mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage* kemungkinan perusahaan akan mengalami pelanggaran

terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba lebih tinggi dibandingkan laba di masa yang akan datang. Perusahaan dengan rasio leverage tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) agar dapat melaporkan laba saat ini lebih tinggi (mengurangi biaya pengungkapan). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Karlina,dkk,2019) bahwa *leverage* mempunyai pengaruh negative terhadap pengungkapan

Penelitian yang dilakukan Ruslim *et al.* (2017), Krisna dan Novrys (2016), Haininum dan Nurdiansyah (2014), para peneliti ini mendapatkan hasil bahwa *leverage* berpengaruh negative terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini selaras dengan yang dinyatakan oleh Ruslim *et al.* (2017) bahwa perusahaan dengan *Leverage* yang tinggi akan mengurangi pengeluaran perusahaan, salah satunya yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk mengurangi sorotan debitur kepada perusahaan.

H₁: *leverage* mempunyai pengaruh negative terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Dalam hal ini Profitabilitas juga mempengaruhi kewajiban CSR. Profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan entitas untuk menghasilkan laba pada tingkat penjualan, aset dan ekuitas. Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penggunaan CSR. Profitabilitas merupakan indikator kinerja manajemen yang ditunjukkan melalui keuntungan yang dihasilkan selama mengelola kekayaan perusahaan (Dewi & Sedana, 2019). Semakin besar profitabilitas suatu perusahaan, maka semakin banyak atau semakin luas informasi

mengenai kegiatan perusahaan yang harus dilakukan. Pengungkapan aktivitas perusahaan dilakukan untuk meyakinkan pihak eksternal (investor dan masyarakat) agar bertanggung jawab terhadap lingkungan sekitar dan dengan keterbukaan informasi kinerja perusahaan juga dapat digunakan untuk menyoroti aktivitas yang dilakukan perusahaan (Purba, 2015). Penilaian terhadap kinerja keuangan dapat dilihat dari seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (*profit*) dan juga dari *leverage* perusahaan.

Hal ini telah diungkapkan dari penelitian yang telah dilakukan oleh (Iwanda, 2016) yang menyatakan bahwa variable profitabilitas secara statistik berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hasil dari penelitian ini berarti bahwa besar kecilnya profitabilitas akan mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan.

Penelitian yang telah diteliti oleh Ruslim *et al.* (2017), Issa (2017), Ompusunggu (2016), Dwiariani (2017), Worotikan (2015) dan Jenny (2018) ditemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini semakin meningkatnya profitabilitas suatu perusahaan maka semakin meningkat juga pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

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

Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Menurut (Putri, 2017) terkait dengan teori

keagenan, perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan. Sedangkan alasan lainnya adalah teori stakeholder bahwa perusahaan besar memiliki jumlah stakeholder yang banyak sehingga akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mendapatkan dukungan dari stakeholder (Putri, 2017). Ukuran digunakan untuk mengklasifikasikan ukuran suatu perusahaan (Putri, 2017).

Ukuran dapat mempengaruhi informasi CSR perusahaan, semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar informasi perusahaan yang harus dilakukan. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula visibilitas politik perusahaan, hal ini berdampak pada pengawasan perusahaan oleh publik. Hal ini sesuai dengan teori keagenan yang mengatakan bahwa perusahaan dengan visibilitas politik cenderung mengungkapkan informasi kegiatannya (terutama CSR) secara lebih luas. Perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar, oleh karena itu perusahaan besar akan cenderung memiliki sumber daya untuk menghasilkan lebih banyak informasi dan biaya untuk menghasilkan informasi tersebut lebih rendah dan perusahaan besar memiliki insentif untuk menyajikan pengungkapan sukarela, karena perusahaan besar dihadapkan pada biaya dan tekanan politik yang lebih tinggi. Hasil ini sesuai dengan (Citravury dkk, 2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab social perusahaan. Yang artinya bahwa perusahaan yang lebih besar memiliki kecenderungan untuk melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Penelitian tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pernah dilakukan oleh sejumlah peneliti dengan hasil yang beragam. (Putri dkk, 2021) tentang “ analisis faktor- factor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRSD)” menunjukkan bahwa profitabilitas leverage dan kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSRSD, sedangkan ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap CSRSD. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Indraswari & Astika, 2017) yang berjudul “pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan CSR” menunjukkan hasil bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif sedangkan kepemilikan saham publik berpengaruh negative terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sedangkan (Tanjung dan ginting 2021) Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2018). Menunjukkan hasil secara simultan ditemukan bahwa kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Penelitian yang dimiliki oleh (Tanjung dan ginting 2021) (Putri dkk, 2021), (Citravury dkk, 2019) (Indraswari & Astika, 2017) (Ruslim *et al*,2017) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal yang telah disebutkan ini selaras dengan pernyataan bahwa semakin besar ukuran suatu perusahaan

maka semakin banyak pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang harus dilakukan oleh perusahaan tersebut.

H₃ : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

Alasan mengapa peneliti melakukan penelitian ini karena maraknya tindakan perusahaan yang tidak bertanggung jawab dengan lingkungan sosial. *Leverage* adalah kemampuan yang telah dimiliki perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka Panjang maupun jangka pendek untuk mengukur perusahaan dibiayai dengan hutang. Hal ini yang menjadikan perusahaan berhati-hati dalam melakukan keputusan dan kegiatan dalam mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sedangkan ukuran perusahaan berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar akan berdampak pada resiko politis yang lebih besar disbanding perusahaan kecil. Hal ini yang membuat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) besar akan mengurangi biaya politis bagi perusahaan dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perbedaan penelitian dengan penelitian sebelumnya dari Herleni *et al* (2021) pengaruh Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Study Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2014-2018). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya mengambil tahun periode 2014-2018 sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini dari 2016-2020.

Alasan penelitian mengambil perusahaan pertambangan karena perusahaan di sector pertambangan ini terdiri dari 4 buah sub sector yaitu salah satunya adalah pertambangan minyak dan gas bumi. Hal ini menghasilkan produk bahan bakar

yang dapat merusak kualitas udara dan menimbulkan perusahaan dituntut lebih mempedulikan lingkungannya, terutama untuk mengurangi efek rumah kaca yang telah ditimbulkan. Kegiatan ini terangkum di dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut. Diantaranya yang dilakukan adalah penanaman pohon di hutan-hutan yang gundul akibat kegiatan perusahaan dan akibat penebangan liar. Maka pada penelitian ini peneliti mengambil judul Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, penulisan merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap penerapan *Corporate Social Responsibility* dalam mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya serta interaksi terhadap *stakeholders*?
2. Apakah Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
3. Apakah Ukuran Perusahaan memiliki berpengaruh positif pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
4. Apakah *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan berpengaruh simultan terhadap *Corporate Social Responsibility*?

5. Apakah *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan berpengaruh parsial terhadap *Corporate Social Responsibility*?

1.2.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, penulis hanya membatasi penelitian tentang pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* dalam kelompok perusahaan pertambangan yang telah tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama 5 (lima) periode yaitu dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2020.

1.2.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan tujuan yang saya buat *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu elemen penting dalam suatu perusahaan terutama kinerja keuangan yang menyangkut laba dan sebagainya, maka peneliti mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh *Leverage* pada perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*?
2. Seberapa besar pengaruh Profitabilitas perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*?
3. Seberapa besar pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*?
4. Seberapa besar pengaruh *Leverage*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan latar belakang permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Mengetahui signifikansi pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Mengetahui signifikansi pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Mengetahui *Leverage*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian memiliki beberapa manfaat, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan memperluas pemahaman tentang penerapan *Leverage*, Profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

2. Manfaat Praktis

- 1) Untuk Penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan di bidang akuntansi keuangan yang memberikan bukti empiris tentang pengaruh *Leverage*, Profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

2) Untuk Akademisi

Hasil penelitian ini digunakan sebagai bahan referensi penelitian terkait pengaruh *Leverage*, Profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

3) Investor dan Masyarakat

Memberikan informasi kepada investor sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan untuk berinvestasi pada suatu perusahaan dengan berbagai analisis dengan mempertimbangkan keuntungan dan tanggung jawab perusahaan.

4) Praktisi

Hasil penelitian ini akan dijadikan sebagai dasar pertimbangan bagi perusahaan untuk memutuskan pentingnya peningkatan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan untuk meningkatkan kualitas perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anatan, L. (2009). *Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan* (April et al., 2017)*University*, 8(2), 66–77. majour.maranatha.edu/index.php/jurnal-manajemen/article/view/220.
- April, P., Akuntansi, J. R., Wulandari, S., Zulhaimi, H., Akuntansi, P. S., & Indonesia, U. P. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur Dan Jasa Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 101–112.
- April, P., Akuntansi, J. R., Wulandari, S., Zulhaimi, H., Akuntansi, P. S., & Indonesia, U. P. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur Dan Jasa Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 101–112.
- Astuti, A. D. (2018). Implikasi Kebijakan Indonesia Dalam Menangani Kasus Pencemaran Lingkungan Oleh Pt. Freeport Terhadap Keamanan Manusia Di Mimika Papua. *Journal of International Relations*, 4(3), 547–555.
- Baharuddin, K., Kassim, N. A., Nordin, S. K., Buyong, S. Z., “Understanding the Halal Concept and the Importance of Information on Halal Food Business Needed by Potential Malaysian Entrepreneurs”, *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol. 5, No. 2, 2015, hlm. 170.
- Bawono, A. A. K., & Haryanto. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas, Cakupan Operasional Perusahaan, Dan Sertifikasi Iso 14001 Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2013). *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(3), 1–12.
- Boediman, E. P., “Halal Lifestyle in Marketing Communication of Tourism and Hospitality”, *International Journal of Economic Research*, Volume. 14, Number. 4, 2017, hlm. 429.
- Darwis, H. (2017). Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Financial *Leverage* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan High Profile Di Bei. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 13(1), 52–61.

- Fatmawatie, N. (2015). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Akuntansi Sosial Ekonomi Di Tinjau Dari Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2), 222–237.
- Indika, M. (2012). *Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. 2007, 103–120.
- Ismainingtyas, B., Suryono, B., & Wahidahwati, W. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Wahana: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 23(1), 1–23.
- Iswandika, R., Murtanto, M., & Sipayung, E. (2014). Pengaruh Kinerja Keuangan, Corporate Governance, Dan Kualitas Audit Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 1(2), 1.
- Latifah, S. W. (2013). Tanggung Jawab Sosial Berdasarkan Iso 26000 Dan Nilai Perusahaan Yang Listed Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomika Bisnis*, 03(01), 65–74.
- Meiyana, A., & Aisyah, M. Nu. (2019). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Biaya Lingkungan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2). *Jurnal Nominal*, 8(1), 1–18.
- Mirza Nurdin Nugroho, A. Y. (2015). Pengaruh Profitabilitas Dan Mekanisme Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Csr Perusahaan Terdaftar Jii 2011-2013. *Accounting Analysis Journal*, 4(1), 1–12.
- Mirza Nurdin Nugroho, A. Y. (2015). Pengaruh Profitabilitas Dan Mekanisme Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Csr Perusahaan Terdaftar Jii 2011-2013. *Accounting Analysis Journal*, 4(1), 1–12.
- Nur, M., & Priantinah, D. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori High Profile Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 1(2). <https://doi.org/10.21831/nominal.v1i2.996>.

- Nurhandika, A., & Hamzah, A. (2020). Pengaruh Tata Kelola Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Dampaknya pada Nilai Perusahaan. *Sosio E-Kons*, 11(3), 249. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v11i3.5084>
- Permatasari, H. D. & Prasetiono (2014). Pengaruh *Leverage*, Tipe Industri, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Studi Pada Perusahaan-Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2012). *Journal Of Management*, 4(1), 1–9.
- Putri, R. K. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, Dan Basis Kepemilikan Terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode Tahun 2012-2014. *JOM Fekon*, 4, 558–571.
- Ramadhan, A. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Kinerja Lingkungan Terhadap *Corporate Social Responsibility* Disclosure. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 08(01), 1–11.
- Respati, R. D., & Hadiprajitno, P. B. (2015). Perusahaan , Tipe Industri , Dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4, 1–11.
- Rosyada, A., & Astrina, F. (2018). Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Pada Perusahaan Asuransi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- 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.
- 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). *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(3), 752–761.

Widya Novita Sari, & Rani, P. (2015). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, Return on Assets (ROA) dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 4(1), 2015. <http://weekly.cnbnews.com/news/article.html?no=124000>.

Yunus, A.B.M ., Chik, W.M.Y.W., Mohamad, B.M., “The Concept of Halalan Tayyiba and Its Application in Products Marketing: A Case Study at Sabasun HyperRuncit Kuala Terengganu, Malaysia”, *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 1, No. 3, 2010, hlm. 239.

