

PENGARUH SOLVABILITAS, PROFITABILITAS, LIKUIDITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CSR PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR KONSUMSI PRIMER DI BEI PERIODE 2021 - 2023

Elvina Christianty

Fakultas Bisnis dan Inovasi Sosial

Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya

elvina.202101520021@student.atmajaya.ac.id

Rilo Pambudi

Fakultas Bisnis dan Inovasi Sosial

Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya

rilo.pambudi@atmajaya.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the effects of liquidity, solvency, profitability, and firm size on Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure among primary-sector manufacturing companies in Indonesia during the 2021–2023 period. In this study, liquidity is measured using the Current Ratio (CR), calculated by dividing current assets by current liabilities. Solvency is measured using the Debt-to-Asset Ratio (DAR), while profitability is measured using Return on Assets (ROA). Firm size is measured using the natural logarithm of the company's total assets. The study employs a purposive sampling technique to select companies that meet the predetermined criteria. The collected data are analyzed using SPSS through multiple linear regression analysis and classical assumption tests. The results indicate that liquidity and profitability have no significant effect on CSR disclosure. In contrast, solvency and firm size has a significant effect on CSR disclosure.

Keywords: Financial Ratios, Firm Size, CSR Disclosure, Liquidity, Solvency, Profitability

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha dan meningkatnya persaingan menyebabkan perusahaan tidak hanya dituntut untuk mencapai kinerja keuangan yang baik, tetapi juga memperhatikan dampak aktivitas operasionalnya terhadap lingkungan dan masyarakat. Aktivitas perusahaan dapat memberikan manfaat ekonomi, namun pada saat yang sama berpotensi menimbulkan berbagai dampak negatif, seperti pencemaran dan degradasi lingkungan. Kondisi tersebut meningkatkan perhatian para pemangku kepentingan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan yang diwujudkan melalui *Corporate Social Responsibility* (seterusnya disebut *CSR*). *CSR* merupakan bentuk komitmen perusahaan untuk menjalankan kegiatan bisnis secara etis, berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Mohammad Hamim, 2020).

Pelaksanaan dan pengungkapan *CSR* dapat dipengaruhi oleh kondisi internal perusahaan, terutama kinerja keuangan. Perusahaan dengan kondisi keuangan yang memadai memiliki kemampuan yang lebih besar dalam mengalokasikan sumber daya untuk aktivitas sosial dan lingkungan. Kinerja keuangan dalam penelitian ini direpresentasikan melalui likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas. Likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek (Lestari, Nediya, & Aggraini, 2024), sedangkan solvabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya serta struktur pendanaan perusahaan (Christiawan & Andayani, 2023). Sementara itu, profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari sumber daya yang dimiliki (Gow, 2025). Ketiga indikator tersebut dapat memengaruhi kemampuan dan kebijakan perusahaan dalam melaksanakan serta mengungkapkan aktivitas *CSR*.

Selain kinerja keuangan, ukuran perusahaan juga dapat memengaruhi pengungkapan *CSR*. Perusahaan dengan skala yang lebih besar umumnya memiliki aktivitas operasional yang lebih kompleks dan melibatkan lebih banyak pemangku kepentingan sehingga menghadapi tuntutan transparansi yang lebih tinggi. Ukuran perusahaan dapat direpresentasikan melalui berbagai indikator, salah satunya total aset perusahaan (Sudarto, Sukoco, & Fordian, 2023). Oleh karena itu, perusahaan dengan ukuran yang lebih besar diperkirakan memiliki kecenderungan untuk mengungkapkan informasi *CSR* secara lebih luas.

Periode 2021–2023 menjadi menarik untuk diteliti karena mencakup fase akhir pandemi COVID-19 dan periode pemulihan ekonomi. Perubahan kondisi ekonomi pada periode tersebut memberikan tekanan terhadap kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kinerja keuangan sekaligus memenuhi tanggung jawab sosialnya. Sektor barang konsumsi primer memiliki karakteristik yang relevan untuk dikaji karena menyediakan berbagai kebutuhan dasar masyarakat, seperti makanan dan minuman, produk kesehatan, kebutuhan rumah tangga, serta produk lainnya yang tetap dibutuhkan selama pandemi dan periode pemulihan.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh likuiditas, solvabilitas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *CSR* pada perusahaan sektor barang konsumsi primer di Indonesia periode 2021–2023. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai faktor keuangan dan karakteristik perusahaan yang memengaruhi pengungkapan *CSR*, khususnya dalam konteks periode akhir pandemi dan pemulihan ekonomi. Sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Solvabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR* perusahaan

manufaktur sektor konsumsi primer?

2. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR* perusahaan manufaktur sektor konsumsi primer?
3. Apakah Likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR* perusahaan manufaktur sektor konsumsi primer?
4. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR* perusahaan manufaktur sektor konsumsi primer?

2. TINJAUAN LITERATUR

Teori Legitimasi

Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan perlu menjalankan aktivitasnya sesuai dengan norma, nilai, serta regulasi yang berlaku dalam lingkungan sosial agar memperoleh penerimaan dan legitimasi dari masyarakat. Gagasan mengenai teori legitimasi dikemukakan oleh Dowling dan Pfeffer pada tahun 1975. Teori legitimasi menekankan adanya hubungan antara perusahaan dan masyarakat yang didasarkan pada suatu kontrak sosial (Kartana, Kurniawati, Rini, dan Meitri, 2023). Kontrak sosial menjelaskan bagaimana perusahaan menjalin interaksi yang selaras dengan komunitas dan lingkungannya (Simon, 2023).

Keberadaan kontrak sosial menjadi penting bagi perusahaan dalam memperoleh dan mempertahankan legitimasi dari masyarakat. Penerimaan dari masyarakat maupun pemerintah dapat mendukung keberlangsungan aktivitas operasional suatu entitas bisnis. Sebaliknya, apabila perusahaan kehilangan legitimasi, kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan dapat menurun dan pada akhirnya berpotensi menghambat aktivitas operasional serta keberlangsungan usaha perusahaan.

Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* merupakan konsep yang menjelaskan bahwa perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya perlu memperhatikan kepentingan berbagai pihak yang memiliki keterkaitan dengan perusahaan, bukan hanya kepentingan perusahaan itu sendiri. Menurut Ma'ruf S. (2025), teori stakeholder menjelaskan gambaran pemenuhan kewajiban pihak-pihak yang berpengaruh terhadap keberlangsungan operasional perusahaan.

Menurut Gozhali dan Chariri (2017), *stakeholder* mencakup seluruh pihak di bagian dalam dan luar entitas bisnis yang memiliki keterikatan. Keterikatan memungkinkan pihak tersebut memengaruhi atau menerima konsekuensi atas keputusan dan kebijakan yang ditetapkan perusahaan. Dengan demikian, *stakeholder* dapat berasal dari pihak internal maupun eksternal perusahaan, seperti karyawan, manajemen, investor, serta pihak-pihak lainnya yang memiliki kepentingan terhadap aktivitas dan keberlangsungan perusahaan.

Teori Signalling

Teori *Signalling* menjelaskan bagaimana perusahaan menyampaikan informasi tertentu sebagai sinyal kepada investor dan pihak eksternal lainnya. Menurut Brigham dan Houston (2022), teori signalling menyarankan bahwa manajer perusahaan dapat menggunakan keputusan finansial untuk mengirim sinyal kepada pasar tentang nilai perusahaan. Dalam konteks pengungkapan informasi, teori signalling dapat digunakan sebagai perspektif untuk menjelaskan pengungkapan sukarela yang dilakukan perusahaan sebagai upaya memberikan sinyal mengenai kondisi, kekuatan, dan keberlanjutan perusahaan. Menurut Ghazali (2020) perusahaan memberi sinyal dengan sengaja untuk memengaruhi perilaku pasar atau pihak eksternal, dengan harapan terjadi perubahan penilaian atau peningkatan kepercayaan terhadap nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR merupakan bentuk pertanggungjawaban perusahaan atas dampak yang ditimbulkan dari keputusan dan aktivitas operasionalnya terhadap masyarakat maupun lingkungan. Tanggung jawab tersebut diwujudkan melalui perilaku yang transparan dan etis serta kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan dengan tetap memperhatikan harapan para stakeholder dan ketentuan hukum serta norma yang berlaku (ISO 26000: 2010 *Guidance on Social Responsibility*).

Pengungkapan CSR merupakan sarana perusahaan untuk menyampaikan informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan dari aktivitas bisnisnya kepada para pemangku kepentingan dan masyarakat. Menurut studi penelitian yang telah dilakukan Zamora (2021, Seattle University) menyatakan bahwa pengungkapan CSR memiliki dampak positif dalam kepercayaan pelanggan, sehingga menaikkan loyalitas pelanggan, meningkatkan reputasi perusahaan, dan melegitimasi keberadaan perusahaan di mata pemangku kepentingan.

Likuiditas

Likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset yang relatif mudah dikonversi menjadi kas tanpa mengalami penurunan nilai yang signifikan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek. Menurut Kasmir (2018), likuiditas mengukur kesanggupan perusahaan dalam menggunakan aset lancarnya untuk menuntaskan liabilitas lancar yang dimiliki. Tingkat likuiditas yang tinggi dapat mencerminkan fleksibilitas finansial perusahaan dalam mendukung pelaksanaan aktivitas operasionalnya (El-Ansary dan Hamza, 2022). Menurut Gitman dan Zutter (2015) Likuiditas yang sehat mencerminkan kapasitas perusahaan dalam menyelesaikan kewajiban jangka pendek, aspek esensial bagi pemegang saham karena berkaitan dengan pembagian dividen dan keberlangsungan operasional perusahaan.

Dengan demikian, tingkat likuiditas dapat digunakan untuk menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menjaga keseimbangan antara aset lancar dan kewajiban jangka pendek. Kondisi likuiditas yang memadai dapat memberikan ruang finansial bagi perusahaan untuk menjalankan aktivitas operasional maupun mengalokasikan sumber daya untuk aktivitas lainnya.

Solvabilitas

Solvabilitas merupakan indikator yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi keseluruhan kewajiban finansialnya. Rasio solvabilitas dapat menggambarkan besarnya penggunaan utang dalam struktur pendanaan perusahaan dibandingkan dengan aset maupun ekuitas yang dimiliki. Perusahaan yang memiliki analisis rasio solvabilitas yang bagus akan lebih diperhatikan oleh para investor, sehingga rasio solvabilitas sangat berpengaruh terhadap kemajuan perusahaan (Sigalingging dan Pangaribuan, 2022).

Tingkat rasio solvabilitas menunjukkan ketergantungan perusahaan terhadap pada pembiayaan eksternal dan kreditur (Harahap, 2021). Semakin besar ketergantungan perusahaan terhadap utang, semakin besar pula kewajiban keuangan yang harus dipenuhi. Kondisi tersebut dapat meningkatkan beban finansial perusahaan dan membatasi fleksibilitas dalam mengalokasikan sumber daya untuk kegiatan operasional maupun aktivitas lainnya.

Profitabilitas

Menurut Budi Raharjo (2021), profitabilitas adalah penghasilan laba perusahaan melalui aktivitas penjualan yang diukur dengan margin laba. Tingkat profitabilitas yang tinggi dapat menggambarkan kondisi keuangan perusahaan yang baik sekaligus menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya secara efektif untuk menghasilkan keuntungan.

Brigham dan Houston (2021) menyatakan bahwa tingkat profitabilitas yang besar menandakan pengelolaan aset yang dimiliki perusahaan secara efisien untuk mendapatkan keuntungan, yang meningkatkan nilai bagi pemegang saham dan mendukung inisiatif keberlanjutan. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin baik kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui aktivitas operasionalnya. Kondisi tersebut juga dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan sehingga mendorong minat untuk melakukan investasi.

Ukuran Perusahaan

Menurut Edy Suwito dan Herawati (2005) dalam ukuran perusahaan adalah skala operasi perusahaan yang dapat dibagi menjadi tiga, yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah, dan perusahaan kecil. Sedangkan menurut Amani (2016) dalam Lakmudin (2023) ukuran perusahaan merupakan skala ukuran kecil besarnya suatu perusahaan, diukur dari total aset perusahaan, nilai saham perusahaan di pasar, jumlah penjualan yang dilakukan perusahaan dalam periode satu tahun, dan jumlah sumber daya / tenaga kerja. Menurut Loekito dan Setiawati (2021), Skala perusahaan merupakan indikator yang mengklasifikasikan entitas ke dalam kategori besar atau kecil, yang dihitung berdasarkan logaritma natural dari total kekayaan perusahaan pada akhir periode pelaporan keuangan.

Ukuran perusahaan menjadi salah satu karakteristik yang penting karena dapat berkaitan dengan nilai maupun kemampuan finansial perusahaan (Loekito dan Setiawati, 2021). Perusahaan dengan skala yang lebih besar pada umumnya memiliki akses yang lebih luas terhadap berbagai sumber pendanaan, baik yang berasal dari internal maupun eksternal perusahaan. Kondisi tersebut memberikan fleksibilitas finansial yang lebih tinggi untuk mendukung aktivitas operasional. Di sisi lain, semakin besar skala perusahaan, semakin besar pula perhatian dan ekspektasi masyarakat serta para pemangku kepentingan terhadap tanggung jawab yang dijalankan perusahaan.

Tinjauan Pustaka

Untuk memperkuat landasan penelitian, diperlukan kajian terhadap sejumlah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan topik yang diteliti. Penelitian-penelitian

tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai temuan empiris terkait pengaruh likuiditas, solvabilitas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian Christiawan dan Andayani (2023), dengan judul *Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, dan Likuiditas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*, STIESIA. Penelitian menggunakan teknik purposive sampling. Jumlah perusahaan yang diteliti ada 16 perusahaan dengan total 36 data pengamatan. Hasil penelitian menyatakan bahwa profitabilitas dan solvabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Likuiditas tidak memiliki pengaruh signifikan.

Penelitian Sudarto, Sukoco, dan Fordian (2023), dari Universitas Padjajaran, dengan judul *Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan (The Impact Of Firm Size and Profitability on Corporate Social Responsibility Disclosure)*. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data arsip Untuk mengumpulkan data primer, teknik pengumpulan data yang dapat digunakan adalah teknik data pengumpulan isi. Untuk pengumpulan data sekunder, teknik pengumpulan data yang digunakan dapat menggunakan teknik pengumpulan data di basis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan.

Penelitian Apsari dan Syaiful (2024), dari Universitas Muhammadiyah Gresik, dengan judul *Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Solvabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Resposibilty*. Penelitian menggunakan purposive sampling dengan sampel berjumlah 47. Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas dan solvabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Profitabilitas berpengaruh terhadap CSR.

Penelitian Anggraini dan Indrati (2025), dari Universitas Esa Unggul, dengan judul *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Resposibilty*. Penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan jumlah 41 perusahaan dan 82 sampel data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas dan ukuran perusahaan berdampak positif terhadap pengungkapan CSR. Profitabilitas tidak berdampak signifikan.

Model Penelitian

Pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan CSR

Likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset lancar yang dimilikinya untuk memenuhi kewajiban jangka pendek. Berdasarkan perspektif teori signalling, tingkat likuiditas yang baik dapat mencerminkan kondisi keuangan perusahaan

yang sehat sekaligus memberikan sinyal positif mengenai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Kondisi keuangan yang baik tersebut dapat memberikan fleksibilitas bagi perusahaan untuk melaksanakan berbagai aktivitas, termasuk aktivitas yang berkaitan dengan pengungkapan *CSR*. Sementara itu, berdasarkan perspektif teori stakeholder, tingkat likuiditas yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya secara tepat waktu. Kondisi tersebut dapat mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kepentingan para stakeholder, termasuk melalui pelaksanaan dan pengungkapan *CSR*.

Di sisi lain, tingkat likuiditas yang rendah juga dapat berkaitan dengan kebijakan perusahaan dalam melakukan pengungkapan *CSR*. Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang rendah dapat memanfaatkan pengungkapan *CSR* sebagai salah satu bentuk penyampaian informasi positif kepada investor dan stakeholder lainnya. Pengungkapan tersebut dapat digunakan perusahaan untuk menunjukkan komitmen terhadap aspek sosial dan lingkungan di tengah kondisi likuiditas yang kurang optimal.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan *CSR*. Merujuk pada penelitian terdahulu, (Firdausi dan Prihandana, 2024) menemukan likuiditas tidak memiliki dampak terhadap pengungkapan *CSR*.

Penelitian ini berkontras dengan penelitian (Anggraini dan Indrati, 2025) yang menyatakan bahwa likuiditas berkorelasi signifikan positif terhadap pengungkapan *CSR*, karena tingkat likuiditas tinggi menunjukkan dana yang lebih fleksibel yang dapat digunakan untuk alokasi *CSR*.

H1 = Rasio Likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*.

Pengaruh Solvabilitas terhadap Pengungkapan *CSR*

Solvabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjang dengan menggunakan sumber daya berupa aset dan ekuitas yang dimilikinya. Tingkat solvabilitas juga dapat memberikan gambaran mengenai sejauh mana aktivitas dan aset perusahaan dibiayai melalui penggunaan utang. Semakin besar proporsi pendanaan yang berasal dari utang, semakin tinggi pula ketergantungan perusahaan terhadap sumber pembiayaan eksternal.

1. Dalam perspektif teori legitimasi, kondisi solvabilitas perusahaan dapat berkaitan dengan upaya perusahaan untuk mempertahankan keberlangsungan usaha dan memperoleh penerimaan dari masyarakat. Perusahaan perlu memperhatikan kepentingan

jangka panjang, termasuk hubungan dengan masyarakat dan lingkungan, agar legitimasi terhadap aktivitas perusahaan tetap terjaga. Sementara itu, berdasarkan teori signalling, kondisi solvabilitas yang sehat dapat menjadi sinyal positif mengenai kemampuan perusahaan dalam mengelola kewajiban jangka panjangnya. Kondisi tersebut juga dapat memberikan ruang bagi perusahaan untuk mengalokasikan sumber daya dalam pelaksanaan *CSR*. Di sisi lain, perusahaan dengan tingkat solvabilitas yang tinggi dapat meningkatkan pengungkapan informasi nonkeuangan, termasuk *CSR*, sebagai upaya memberikan sinyal positif kepada investor serta mempertahankan legitimasi dari stakeholder.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh solvabilitas terhadap pengungkapan *CSR*. Dilampir dari Jonathan dan Sinaga (2022), dinyatakan bahwa solvabilitas memiliki dampak signifikan positif karena semakin tinggi nilai solvabilitas, perusahaan menjadikan pengungkapan *CSR* sebagai sinyal positif. Sedangkan, penelitian yang dilakukan Lestari, Nediya, dan Anggraini (2024) menyatakan bahwa likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *CSR*.

H2 = Solvabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *CSR*

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui pemanfaatan sumber daya dan aktivitas operasional yang dijalankan. Tingkat profitabilitas yang tinggi maupun stabil dapat mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya secara efektif untuk menghasilkan keuntungan. Kondisi tersebut dapat memberikan perusahaan kemampuan finansial yang lebih baik untuk menjalankan berbagai kegiatan di luar aktivitas operasional utama, termasuk aktivitas *CSR*.

Berdasarkan perspektif teori stakeholder, perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi memiliki kemampuan finansial yang lebih besar untuk memenuhi kepentingan stakeholder, termasuk melalui alokasi sumber daya untuk kegiatan dan pengungkapan *CSR*. Sementara itu, berdasarkan teori signalling, tingkat profitabilitas yang baik dapat menjadi sinyal positif mengenai kinerja perusahaan. Perusahaan dengan kondisi profitabilitas yang baik dapat memiliki dorongan yang lebih besar untuk melakukan dan mengungkapkan aktivitas *CSR* sebagai salah satu bentuk penyampaian informasi positif kepada masyarakat, investor, dan stakeholder lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *CSR*. Menurut Christiawan dan Andayani (2023), profitabilitas memiliki korelasi signifikan positif terhadap pengungkapan *CSR* karena profitabilitas tinggi membuat perusahaan didorong semakin tinggi untuk menjalankan kewajiban dan memiliki dana yang lebih luas dalam menjalankannya. Sedangkan, penelitian Sudarto, Sukoco, dan Fordian (2023) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak memiliki dampak kepada pengungkapan *CSR* karena pengungkapan *CSR* adalah keharusan yang diatur oleh Undang-Undang.

H3 = Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan *CSR*.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *CSR*

Ukuran perusahaan merupakan indikator yang menggambarkan besar atau kecilnya suatu entitas bisnis. Ukuran perusahaan dapat ditentukan menggunakan berbagai indikator, salah satunya total aset yang dimiliki perusahaan atau logaritma dari total aset. Besarnya ukuran perusahaan dapat mencerminkan luasnya aktivitas operasional serta sumber daya yang berada dalam pengelolaan perusahaan.

Berdasarkan perspektif teori legitimasi, semakin besar skala perusahaan, semakin besar pula perhatian, tuntutan, dan ekspektasi masyarakat terhadap aktivitas perusahaan agar tetap sesuai dengan norma serta ketentuan yang berlaku, termasuk dalam pelaksanaan dan pengungkapan *CSR*. Berdasarkan teori stakeholder, perusahaan dengan skala yang lebih besar cenderung berhubungan dengan kelompok stakeholder yang lebih luas sehingga tanggung jawab yang dihadapi perusahaan juga semakin besar. Sementara itu, dari perspektif teori signalling, perusahaan berukuran besar memiliki kepentingan yang lebih tinggi untuk mempertahankan citra positif dengan menyampaikan informasi kepada masyarakat, investor, dan stakeholder lainnya. Salah satu bentuk penyampaian informasi tersebut dapat dilakukan melalui pengungkapan aktivitas *CSR*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *CSR*. Dalam penelitian Sudarto, Sukoco, dan Fordian (2023) ukuran perusahaan memiliki korelasi signifikan negatif karena perbedaan antara jenis dan ukuran setiap perusahaan. Sedangkan, penelitian Hunafah, Zahwa, dan Hasnawati (2022) yang menyatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pengungkapan *CSR* sebagai bentuk tanggung jawab dan reputasi. Penelitian ini didukung oleh penelitian Danduru, Susanto, Bandaso, Nuryadin, dan Andalia (2024) yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif karena perusahaan dengan skala yang besar memperlihatkan performance yang lebih tinggi untuk masyarakat dan investor.

H4 = Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR.

3. METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Data penelitian diambil melalui laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan manufaktur sektor primer yang terdaftar di website Bursa Efek Indonesia (idx.com) periode 2021 – 2023. Data tersebut termasuk dalam jenis data sekunder. Pengumpulan data menggunakan *Purposive Sampling* dengan kriteria pemilihan data meliputi:

1. Perusahaan manufaktur sektor primer (sandang, pangan, dan obat-obatan) yang terdaftar di BEI tahun 2021 – 2023.
2. Perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan, laporan berkelanjutan dan laporan keuangan pada periode 2021 – 2023.
3. Perusahaan yang telah mengungkapkan CSR di dalam laporan tahunan atau laporan berkelanjutan.
4. Perusahaan yang mengungkapkan indeks GRI.

Populasi yang didapat dalam perusahaan manufaktur sektor primer terdaftar sebanyak 121 perusahaan. Hasil yang diperoleh dari pengumpulan data adalah sebagai berikut:

TABEL 1
Hasil Pengumpulan Data metode Purposive Sampling

Keterangan	Jumlah
Perusahaan Manufaktur Sektor Primer yang terdaftar di BEI	121
Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi Primer yang tidak mengungkapkan CSR.	(86)
Perusahaan Manufaktur Primer yang mengungkapkan CSR di laporan tahunan dan laporan keberlanjutan	35
Perusahaan Manufaktur yang memakai standar pengungkapan CSR lain	(15)
Perusahaan Manufaktur sektor konsumsi primer yang memakai standar GRI 2021-2023	20
Total Data (20 x 3)	60
Total Data <i>Outliers</i>	(11)
Total Data yang Diteliti	49

Sehingga data yang akan masuk tahap selanjutnya sebesar 49 data.

Untuk analisis data dikumpulkan melalui file Excel untuk penghitungan yang digunakan sebagai variabel, kemudian diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS 27 untuk pengujian model penelitian. Dalam analisis data akan melakukan Analisis Statistik Deskriptif, Asumsi Klasik, dan Regresi Linear Berganda. Jadi hasil olahan SPSS ini akan digunakan untuk merumuskan ketiga hal tersebut.

4.HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisa Statistik Deskriptif dan Asumsi Klasik

Hasil dari Analisis Statistik Deskriptif adalah sebagai berikut:

Tabel 2
Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CR	49	.5516622107	13.30905742	2.784148557	2.332425117
DAR	49	.1045041707	.7970943021	.4109660427	.1959649791
ROA	49	-9.54%	30.99%	9.5916%	9.18339%
CS	49	25.55664820	32.85992386	29.19790127	2.006993984
CSR	49	.3333333333	.7364341085	.5032741779	.0887803077
Valid N (listwise)	49				

Sumber: Hasil olahan SPSS

Hasil analisis statistik deskriptif terhadap 49 data observasi menunjukkan adanya variasi pada masing-masing variabel penelitian. Likuiditas yang diukur menggunakan *Current Ratio (CR)* memiliki nilai minimum sebesar 0,55 dan maksimum sebesar 13,30, dengan rata-rata 2,78 dan standar deviasi 2,33. Nilai tersebut menunjukkan bahwa secara rata-rata perusahaan memiliki aset lancar sebesar 2,78 kali kewajiban lancarnya, meskipun terdapat variasi tingkat likuiditas yang cukup besar antar observasi.

Solvabilitas yang diukur menggunakan *Debt to Asset Ratio (DAR)* memiliki nilai minimum sebesar 0,10 dan maksimum sebesar 0,80, dengan rata-rata 0,41. Hal ini menunjukkan bahwa secara rata-rata sekitar 41% aset perusahaan dibiayai oleh utang. Sementara itu, profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Assets (ROA)* memiliki

nilai minimum sebesar -9,54% dan maksimum sebesar 40%, dengan rata-rata 9,59%. Nilai *ROA* negatif menunjukkan bahwa terdapat perusahaan yang mengalami kerugian selama periode pengamatan.

Ukuran perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 25,56 dan maksimum sebesar 32,86, dengan rata-rata sebesar 29,19. Adapun pengungkapan *CSR* memiliki nilai antara 0,33 hingga 0,74 dengan rata-rata sebesar 0,50. Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara rata-rata perusahaan sampel mengungkapkan sekitar 50% indikator *CSR* berdasarkan indeks *GRI* yang digunakan dalam penelitian.

Untuk uji asumsi klasik hasilnya telah menunjukkan bahwa model penelitian telah memenuhi asumsi normalitas, dan tidak memiliki masalah multikolinearitas, heterokedasitas maupun autokorelasi.

Hasil Penelitian

Beberapa hasil penelitian disajikan sebagai berikut:

TABEL 3
KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.775 ^a	.601	.564	.0585893228
a. Predictors: (Constant), CR, ROA, CS, DAR				
b. Dependent Variable: CSR				

Sumber: Hasil Olahan SPSS

Dalam tabel 3 tersaji bahwa angka *adjusted R square* sebesar 0,564. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Independen Rasio solvabilitas, likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh sebesar 0,564 atau 56,4 % terhadap variabel dependen pengungkapan *CSR*.

TABEL 4

Uji Signifikan F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.227	4	.057	16.554	<,001 ^b
	Residual	.151	44	.003		
	Total	.378	48			
a. Dependent Variable: CSR						
b. Predictors: (Constant), CR, ROA, CS, DAR						

Sumber: Hasil Olahan SPSS

Dalam tabel 4 ini, nilai signifikan sebesar 0,001, angka ini lebih kecil daripada 0,05.

Maka simpulannya adalah semua variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

TABEL 5
UJI HIPOTESIS

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.301	.127		.022		
	CS	.024	.004	.547	5.474	.909	1.100
	ROA	.000	.001	.027	.276	.923	1.083
	DAR	.217	.060	.479	3.617	.517	1.935
	CR	.002	.005	.061	.479	.634	1.802
a. Dependent Variable: CSR							

Sumber: Hasil Olahan SPSS

Dari hasil tabel 5, tersaji bahwa:

1. Ukuran Perusahaan (*CS*) menunjukkan angka signifikansi $0,001 < 0,05$ sehingga menerima hipotesis H_0 , yang berarti berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*
2. Rasio Profitabilitas (*ROA*) menunjukkan angka signifikansi $0,784 > 0,05$ sehingga menerima hipotesis H_a , yang berarti profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*
3. Rasio Solvabilitas (*DAR*) menunjukkan angka signifikansi $0,001 < 0,05$ sehingga menerima hipotesis H_0 , yang berarti solvabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*

4. Rasio Likuiditas (*CR*) menunjukkan signifikansi $0,634 > 0,05$ sehingga menerima hipotesis H_a , yang berarti likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*.

Pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan *CSR*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*. Hal ini mengindikasikan bahwa tinggi atau rendahnya kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek tidak menentukan luasnya pengungkapan *CSR*. Temuan tersebut tidak mendukung teori signalling dan stakeholder, karena kondisi likuiditas tampaknya bukan faktor utama yang mendorong perusahaan menyampaikan informasi *CSR* sebagai sinyal kepada investor maupun bentuk pemenuhan kepentingan stakeholder. Hal ini dapat disebabkan oleh karakteristik likuiditas yang lebih mencerminkan kondisi keuangan jangka pendek, sedangkan *CSR* merupakan bagian dari kebijakan perusahaan yang berorientasi jangka panjang.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan Anggraini dan Indrati (2025) yang menemukan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *CSR*. Namun, hasil penelitian ini sejalan dengan Lestari, Nediya, dan Anggraini (2024) yang menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*.

Pengaruh Solvabilitas terhadap Pengungkapan *CSR*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa solvabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*. Temuan ini mendukung teori legitimasi dan teori signalling. Tingkat solvabilitas mencerminkan penggunaan utang dalam struktur pendanaan perusahaan sehingga dapat meningkatkan perhatian kreditur dan stakeholder terhadap kondisi perusahaan. Dalam kondisi tersebut, pengungkapan *CSR* dapat digunakan sebagai salah satu sarana untuk memberikan sinyal positif sekaligus mempertahankan legitimasi perusahaan di mata masyarakat dan stakeholder.

Hasil penelitian ini berbeda dengan Hidayatun dan Nugroho (2024) yang menyatakan bahwa solvabilitas tidak berpengaruh dan memiliki hubungan negatif terhadap pengungkapan *CSR* karena perusahaan dengan tingkat utang yang tinggi cenderung membatasi pengungkapan untuk menghindari perhatian kreditur. Sebaliknya, hasil penelitian ini mendukung Ariyanti dan Hermawan (2022) yang menemukan bahwa solvabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *CSR*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*. Dengan demikian, tinggi atau rendahnya kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba tidak menentukan luasnya informasi *CSR* yang diungkapkan. Temuan ini tidak mendukung teori stakeholder dan signalling apabila profitabilitas diasumsikan sebagai sumber daya finansial yang mendorong perusahaan untuk meningkatkan pengungkapan *CSR*. Perusahaan dapat tetap melakukan pengungkapan *CSR* tanpa bergantung secara langsung pada tingkat profitabilitas karena aktivitas tersebut merupakan bagian dari tanggung jawab perusahaan kepada stakeholder. Selain itu, periode penelitian yang mencakup masa pandemi dan pemulihan COVID-19 dapat menyebabkan perusahaan lebih memprioritaskan penggunaan laba untuk menjaga keberlangsungan operasional.

Hasil penelitian ini berbeda dengan Christiawan dan Andayani (2023) yang menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *CSR*. Namun, temuan penelitian ini sejalan dengan Sudarto, Sukoco, dan Fordian (2023) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR* karena pelaksanaan *CSR* merupakan kewajiban yang telah diatur dalam peraturan perundang-undangan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *CSR*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*. Temuan tersebut mendukung teori legitimasi, stakeholder, dan signalling. Semakin besar skala perusahaan, semakin luas pula aktivitas operasional dan kelompok stakeholder yang berkepentingan terhadap perusahaan. Kondisi tersebut meningkatkan tuntutan terhadap transparansi dan tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan *CSR* dapat menjadi salah satu sarana perusahaan untuk memenuhi ekspektasi stakeholder, mempertahankan legitimasi masyarakat, serta memberikan sinyal positif mengenai komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan.

Hasil penelitian ini berbeda dengan Sudarto, Sukoco, dan Fordian (2023) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan *CSR*. Perbedaan tersebut dapat dipengaruhi oleh karakteristik maupun skala perusahaan yang menjadi objek penelitian. Sebaliknya, hasil penelitian ini sejalan dengan Salsadila, Kuntadi, dan Pramukty (2024) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *CSR* karena perusahaan dengan skala yang lebih besar memiliki sumber daya yang lebih memadai untuk mendukung pelaksanaan *CSR*.

5.SIMPULAN

Dari hasil penelitian ini diperoleh simpulan sebagai berikut: Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, Rasio Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, Rasio Solvabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, dan Rasio Likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Objek penelitian hanya mencakup perusahaan sektor konsumsi primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada sektor lainnya. Pengukuran pengungkapan CSR juga menghadapi perbedaan standar pelaporan antarperusahaan dan perubahan standar GRI selama periode penelitian, yaitu GRI 2016 pada tahun 2021 dan GRI 2021 pada periode berikutnya. Selain itu, penelitian hanya menggunakan variabel yang bersumber dari data keuangan perusahaan dan terdapat sejumlah data yang harus dikeluarkan dalam proses pengolahan untuk memenuhi kelayakan model analisis.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian dengan melibatkan perusahaan dari sektor lain serta memperpanjang periode pengamatan. Penggunaan standar pengukuran CSR yang lebih konsisten dan terkini juga perlu dipertimbangkan agar hasil pengukuran lebih dapat dibandingkan antarperiode. Selain itu, penelitian berikutnya dapat menambahkan variabel nonkeuangan maupun karakteristik perusahaan lainnya untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pengungkapan CSR.

6.DAFTAR RUJUKAN

- Anggraini, D., & Indrati, M. (2025). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(1.C),18-37.
<https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/9675>
- Apsari, D., & Syaiful. (2024). Pengaruh profitabilitas, likuiditas dan solvabilitas terhadap pengungkapan corporate social responsibility (Studi empiris pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2020-

- 2022).. *Journal of Culture Accounting and Auditing*, 3(1), 41-52.
<http://journal.umg.ac.id/index.php/jcaa>
- Ariyanti, I. ., & Hermawan, S. (2024). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020). *Innovative Technologica: Methodical* Ariyanti, I. ., & Hermawan, S. (2024). *Pengaruh Kinerja Lingkungan, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020. Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 1(4), 15. <https://doi.org/10.47134/innovative.v1i4.45>
- BINUS Accounting. (2022, November 22). *Memahami konsep firm size/ukuran perusahaan*. BINUS University. <https://accounting.binus.ac.id/2022/11/22/memahami-konsep-firm-size-ukuran-perusahaan/>
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2021). *Fundamentals of financial management* (15th ed.). Cengage Learning.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2022). *Essentials of financial management* (16th ed.). Cengage Learning.
- Christiawan, S. F., & Andayani, A. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 12(2).
- Danduru, B.P., Susanto, E.E., Bandaso, S., Nuryadin, A.A., dan Andalia. (2024). Pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan csr (studi empiris pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar dibursa efek indonesia tahun 2016-2020). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 8(2), 586–604. DOI: 10.31955/mea.v8i2.4052
- Deegan, C. (2014). *Financial accounting theory* (7th ed.). McGraw-Hill Education.
- Firdausi, S., Prihandana, W. A. (2022). Pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan leverage terhadap pengungkapan corporate social responsibility (studi empiris pada perusahaan yang terdaftar di indeks SRI kehati tahun 2014-2018). *Jurnal Akuntansi Unesa*, 10 (2). <https://journal.unesa.ac.id/index.php/akunesa/index>
- Dewo G., M. D. P. (2022). *Pengaruh profitabilitas, solvabilitas, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh corporate social responsibility*. Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

- El-Ansary, O. & Hamza, H. F. (2023). The Underlying Mechanisms of the Relationships between Corporate Financial Policies and Firm Value: flexibility and agency theory perspectives. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 15(3), 440–465.
doi:10.1108/APJBA-08-2021-0420.
- Fahmi, I. (2015). *Pengantar manajemen keuangan teori dan soal jawab*. Alfabeta.
- Febriani, R. (2025). *Analisa pengaruh green accounting, corporate social responsibility, dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang masuk daftar PROPER tahun 2022 – 2024*. Skripsi, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
<https://lib.atmajaya.ac.id/default.aspx?tabID=61&src=k&id=258513>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2015). *Principles of managerial finance* (14th ed.). Pearson.
- Ginting, S. A., Marota, R., & Mulyaningsih, M. (2024, January 25). Pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR) pada perusahaan sektor properti, real estate dan konstruksi bangunan yang terdaftar di BEI periode 2017-2021 *JATAMA: Jurnal Akuntansi Pratama*, 1(1).
<https://jatama-feb.unpak.ac.id/index.php/jatama/article/view/79>
- Ghozali, I. (2017). *Multivariate analysis with SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory: Teori Besar Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*. Yoga Pratama.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 27*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Global Reporting Initiative. (2021). *GRI standards 2021*. Global Reporting Initiative.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2012). *Dasar-dasar ekonometrika* (Edisi 5). Salemba Empat.
- Hamim, M. (2020). *Corporate social responsibility: Teori dan implementasi di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Harahap, S. S. (2021). *Analisis kritis atas laporan keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hery. (2018). *Analisis laporan keuangan: Integrated and comprehensive edition*. PT Grasindo.
- Immanuela, N. (2025). *Analisis pengaruh rasio solvabilitas, likuiditas, profitabilitas, aktivitas terhadap pengungkapan pelaporan berkelanjutan pada perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022*. Skripsi, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
<https://lib.atmajaya.ac.id/default.aspx?tabID=61&src=k&id=255687>
- Lakmudin, N. L. (2023). *Analisis pengaruh audit opinion, profitabilitas, solvabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan pada perusahaan pertambangan industri sektor pertambangan yang terdaftar di BEI*. Skripsi, Universitas

Katolik Indonesia Atma Jaya.

<https://lib.atmajaya.ac.id/default.aspx?tabID=61&src=k&id=248949>

- Loekito, V., & Setiawati, L. W. (2021). Analisis pengaruh corporate social responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan variabel kontrol likuiditas, leverage, ukuran perusahaan, dan profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017–2019. *BALANCE: Jurnal Akuntansi, Auditing dan Keuangan*, 18(1), 1–26.
- ISO. (2010). *ISO 26000: Guidance on social responsibility*. International Organization for Standardization.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.
- Jonathan, H., & Sinaga, J. T. G. (2022). Pengaruh kinerja keuangan dan kualitas audit terhadap pengungkapan csr pada masa pandemi. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi*, 6 (2), 1136-1157. <https://repository.unai.edu/id/eprint/379/>
- Kartana, I. W., Kurniawati, D., Saputra Rini, I. G. A. I., & Sri Meitri, I. A. (2025). Pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap corporate social responsibility (csr) dengan gender diversity sebagai variabel moderasi. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 16(2), 411–420. <https://doi.org/10.22225/kr.16.2.2025.411-420>
- Kasmir. (2018). *Analisis laporan keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Lestari, F., Nediya, Anggraini, P. (2024). Pengaruh kinerja lingkungan, leverage, likuiditas, dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR di pertambangan. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan dan Tata Kelola Perusahaan (JAKPT)* 1(4). 3025-9223. <https://journal.ppmi.web.id/index.php/jakpg/article/view/713/680>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Raharjo, B. (2021). *Manajemen keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Salsadilla, Kuntadi, C., & Pramukty, R. (2024). Pengaruh return on assets, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap pengungkapan corporate social responsibility. *Jurnal Economina*, 3(3). ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach* (7th ed.). Wiley.
- Sigalingging, H. S. R., & Pangaribuan, H. (2022). Pengaruh solvabilitas terhadap pengungkapan corporate social responsibility perusahaan sub sektor perbankan

- yang terdaftar di BEI dari tahun 2018-2019. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 3(07), 112–120.
<https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/727>
- Simon, B. Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar dalam BEI. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. <https://repository.uajy.ac.id/id/eprint/30905/>
- Sudarto, S. M., Sukoco, I., & Fordian, D. (2023). The impact of firm size and profitability on corporate social responsibility disclosure. *Adbispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 8(2), 33–47.
10.24198/adbispreneur.v8i2.38196
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zamora, V. L. (2021). *CSR disclosure credibility*. Seattle University.