

**PENGARUH PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE*
TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR
SEKTOR INDUSTRI DASAR DAN KIMIA YANG
TERDAFTAR DIBURSA EFEK INDONESIA
TAHUN 2021 – 2023**

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai derajat Sarjana S1

Progam Studi Akuntansi



Disusun Oleh :

Lotus Jatra Ardhani

Nim : 31401800226

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEMARANG**

2025

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE*
TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR
SEKTOR INDUSTRI DASAR DAN KIMIA YANG
TERDAFTAR DIBURSA EFEK INDONESIA
TAHUN 2021 - 2023**

Disusun Oleh :

**Lotus Jatra Ardhani
Nim : 31401800226**

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan kehadapan
panitia reviewer Skripsi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 24 Mei 2025

Pembimbing,


Prof. Dr. Luluk Muhimatul Hafada, SE., MSi., Akt., CSRS., CSRA

NIDN. 0604108003

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE*
TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR
SEKTOR INDUSTRI DASAR DAN KIMIA YANG
TERDAFTAR DIBURSA EFEK INDONESIA
TAHUN 2021 - 2023**

Disusun Oleh :

**Lotus Jatra Ardhani
Nim : 31401800226**

Telah disetujui oleh Dosen Review dan Dosen Pembimbing
Skripsi Pada Tanggal 05 Juni 2025

Reviewer



Drs. Osmadi Mutaher, M.Si, Akt, AWP Syariah, CSFT
NIDN. 0711046401

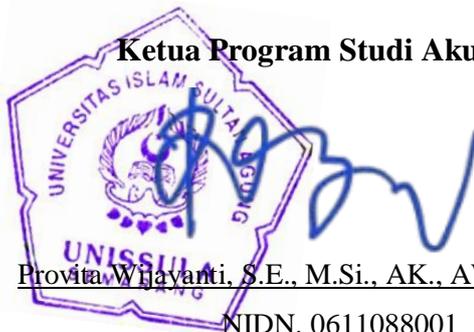
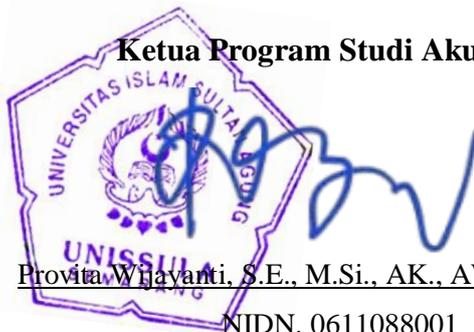
Pembimbing



Prof. Dr. Luluk Muhimatal Ifada, SE., MSi., Akt., CSRS., CSRA
NIDN. 0604108003

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi Tanggal 05 Juni 2025

Ketua Program Studi Akuntansi



Proviya Wijayanti, S.E., M.Si., AK., AWP., IFP., PhD.
NIDN. 0611088001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lotus Jatra Ardhani

NIM : 31401800226

Jurusan : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi UNISSULA

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia Tahun 2021 – 2023**” merupakan hasil tulisan sendiri dan adalah benar keasliannya bukan merupakan hasil plagiasi atau duplikasi dari karya orang lain kecuali pada bagian yang dirujuk dan disebut dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil plagiasi dari hasil karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 24 Mei 2025

Penulis Pernyataan,



Lotus Jatra Ardhani

NIM : 31401800226

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

- ❖ “Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan sholatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar” (Al-Baqarah: 153)
- ❖ "Pengetahuan yang baik adalah yang memberikan manfaat, bukan hanya diingat." (Imam Syafi'i)

Persembahan :

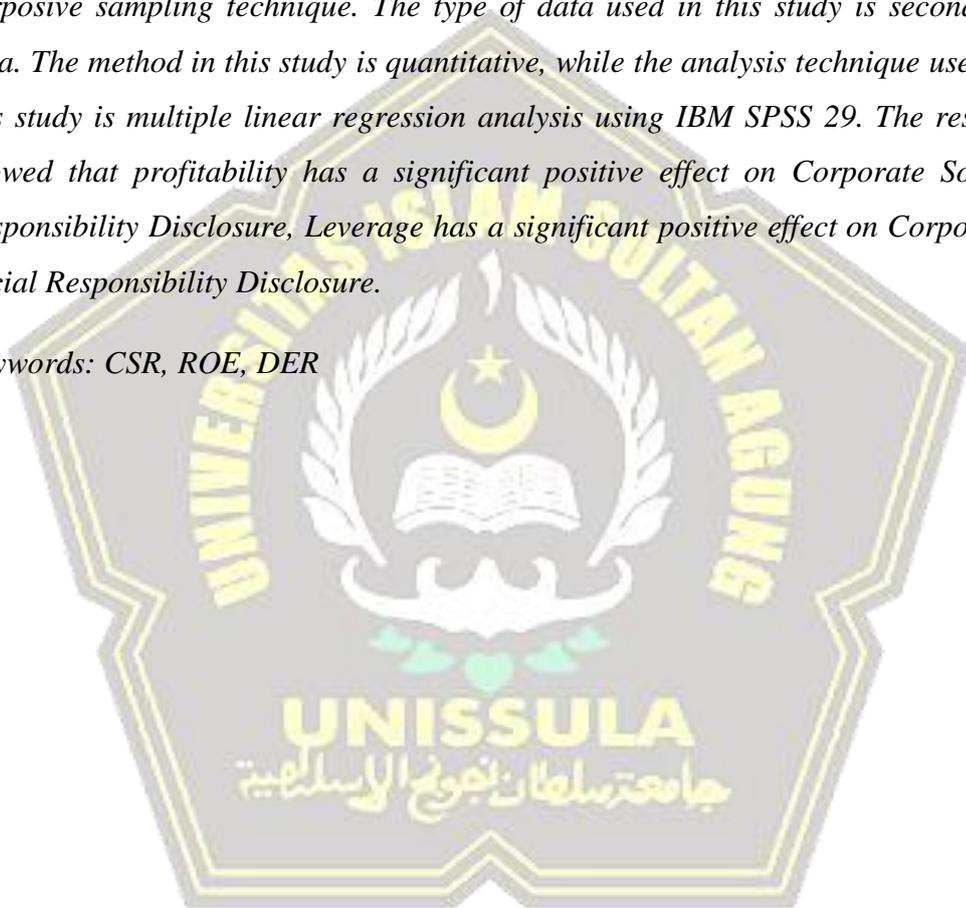
Skripsi ini saya persembahkan kepada :

- ❖ Kedua orang tua saya yaitu Bapak Bambang Soesilo dan Ibu Untari Setyawardhani yang selalu mendukung, mendoakan, dan memotivasi agar anaknya dapat bermanfaat bagi orang lain,
- ❖ Keluarga dan sahabat yang selalu memberikan semangat dalam bentuk moral maupun material,
- ❖ Dosen pembimbing saya Dr. Luluk Muhimatul Ifada, SE., MSi., Akt., CSRS., CSRA yang telah memberikan waktu dan pikirannya untuk membimbing dengan sabar dan sepenuh hati.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of profitability and leverage on Corporate Social Responsibility disclosure. The population in this study are companies engaged in the Basic Industry and Chemical sector listed on the IDX during 2021 - 2023. The sample used was 150 companies which were taken using purposive sampling technique. The type of data used in this study is secondary data. The method in this study is quantitative, while the analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis using IBM SPSS 29. The results showed that profitability has a significant positive effect on Corporate Social Responsibility Disclosure, Leverage has a significant positive effect on Corporate Social Responsibility Disclosure.

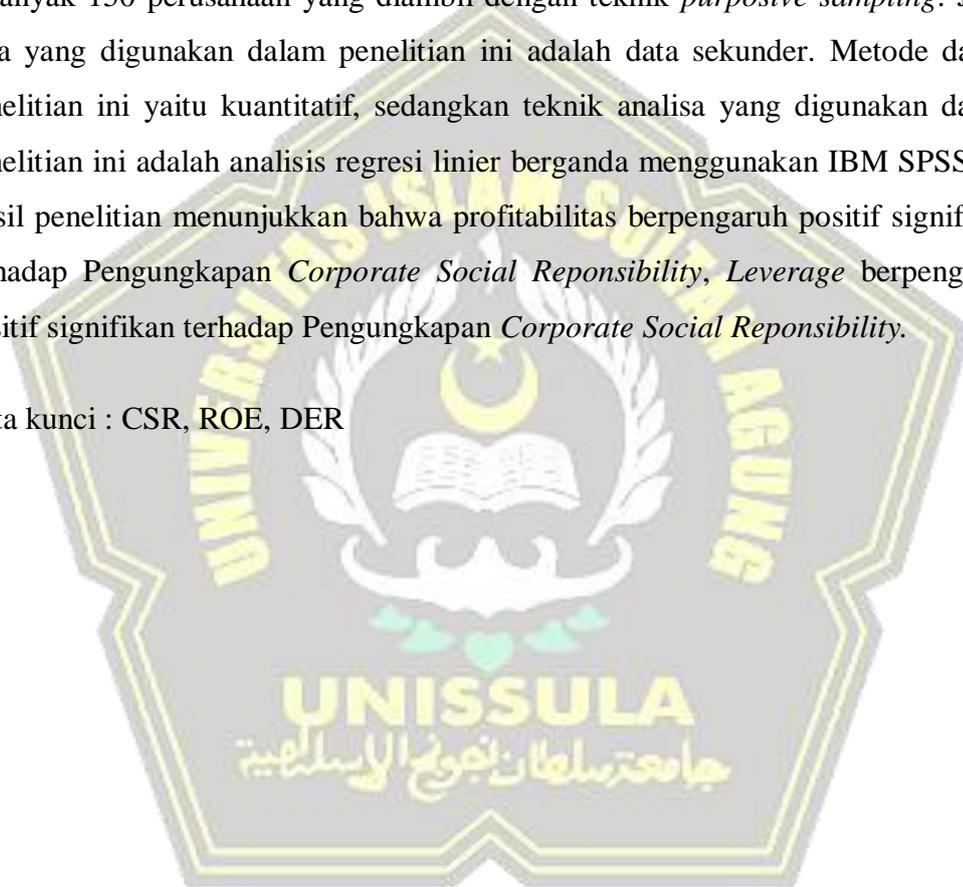
Keywords: CSR, ROE, DER



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan yang bergerak dalam sektor Industri Dasar dan Kimia yang terdaftar di BEI selama tahun 2021 - 2023. Sampel yang digunakan sebanyak 150 perusahaan yang diambil dengan teknik *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Metode dalam penelitian ini yaitu kuantitatif, sedangkan teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda menggunakan IBM SPSS 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Kata kunci : CSR, ROE, DER



INTISARI

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan suatu pandangan perusahaan yang bukan sekadar mengejar keuntungan dari segi finansial sebagai ukuran kesuksesan, melainkan memperhatikan juga dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan. Dua faktor finansial yaitu profitabilitas dan *leverage* merupakan faktor yang mempunyai peran penting dalam pengungkapan *corporate social responsibility* oleh perusahaan. Kedua faktor ini tidak hanya mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan, tetapi juga dapat mencerminkan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan keberlanjutan. Dalam penelitian ini pengungkapan *corporate social responsibility* sebuah perusahaan diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI), yaitu adalah indeks yang digunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan mengungkapkan informasi terkait tanggung jawab sosial dan lingkungan mereka. Indeks ini berfungsi sebagai alat ukur untuk menilai keterbukaan perusahaan dalam hal praktik CSR mereka.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan dalam periode tertentu, dimana perusahaan yang mempunyai kemampuan menghasilkan laba yang baik dapat menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Sebab, profitabilitas ini kerap kali dijadikan sebagai ukuran dalam menilai kinerja suatu perusahaan. Profitabilitas perusahaan juga memiliki berbagai macam ukuran seperti: tingkat pengembalian investasi (ROI), laba dari kegiatan operasi, tingkat pengembalian aktiva (ROA), laba bersih, serta tingkat pengembalian ekuitas (ROE) (Pradnyana & Putra, 2018). Dalam penelitian ini untuk mengukur profitabilitas digunakan rumus ROE. Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dengan menggunakan modal sendiri, apakah efektif dan efisien jika perusahaan tersebut menggunakan modal sendiri dan menghasilkan laba bersih yang tersedia bagi pemilik atau investor.

Leverage merupakan rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal, rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal. *Leverage*, yang menunjukkan risiko utang tak tertagih dan struktur modal perusahaan, dapat digunakan untuk mengukur indikator risiko keuangan perusahaan. Perusahaan dengan *leverage* yang tinggi berisiko menjadi perhatian *debtholders* dan *stakeholder* lainnya. Perusahaan dengan *leverage* yang cukup tinggi harus melakukan pengungkapan lebih luas termasuk pengungkapan tanggung jawab sosialnya agar mengurangi keraguan pemegang saham tentang kepatuhan kreditur. Oleh karena itu *leverage* merupakan salah satu rasio yang dapat dipertimbangkan perusahaan dalam pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian ini mengukur *leverage* menggunakan rumus DER. Rasio *Debt to Equity Ratio* berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan kreditor (peminjam) dengan pemilik perusahaan. Rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang. Rasio ini juga digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang

Penelitian ini merupakan duplikasi dan pengembangan dari penelitian Noegroho & Saefatu, 2022. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada variabel dan sampel penelitian. Variabel penelitian Noegroho & Saefatu, 2022 menggunakan profitabilitas sebagai variabel independen sedangkan dalam penelitian ini, peneliti menambahkan variabel *leverage* sebagai variabel independen. Populasi dalam penelitian sebelumnya adalah perusahaan manufaktur hanya pada sektor semen, keramik, porselen, dan kaca yang terdaftar pada BEI. Sedangkan dalam penelitian ini semua perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar pada BEI selama periode 2021 – 2023, sehingga dari teknik *purposive sampling* dihasilkan 150 sampel perusahaan dari periode pengamatan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda menggunakan IBM

SPSS 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR dan begitu juga *leverage* yang berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat, rahmat dan hidayah serta ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi dengan judul **“PENGARUH PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI DASAR DAN KIMIA YANG TERDAFTAR DIBURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2021 – 2023”** dapat terselesaikan dengan baik dan optimal. Dalam pelaksanaan dan penulisan skripsi ini tidak lepas dari beberapa kesulitan dan rintangan, namun itu semua dapat penulis hadapi dan penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung penelitian ini:

1. Prof. Dr. Heru Sulistyono, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Provita Wijayanti, S.E., M.Si., Ak., CA., IFP., AWP., P.HD selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Prof. Dr. Luluk Muhimatul Ifada, SE., MSi., Akt., CSRS., CSRA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan Skripsi. Tak terhingga betapa sabar dan baiknya beliau atas berbagai support serta selalu mengarahkan dan membimbing penulis hingga selesainya penulisan skripsi ini.
4. Seluruh staff karyawan Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi Universitas Sultan Agung Semarang yang telah banyak membantu proses kuliah hingga saat ini.
5. Rasa hormat dan terima kasih secara khusus saya ucapkan kepada kedua orang tua saya, Bapak Bambang Soesilo dan Ibu Untari Setyawandani yang selalu memberikan doa dan semangat dalam kuliah, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Untuk kakak saya tercinta Mbak Paramita Setya. A dan Mas Soesilo Reza. P yang turut menyemangati selama saya mengerjakan skripsi.
7. Teman-teman Akuntansi Unissula terima kasih atas dukungan juga motivasi yang telah diberikan dalam mengerjakan skripsi.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih untuk orang yang sudah terlibat atau melibatkan dirinya dalam kehidupan saya dan orang-orang yang terlewat disebutkan tetapi memiliki arti yang sama pentingnya bagi saya mengucapkan terimakasih.

Semoga karya ini bermanfaat dan membantu pihak-pihak yang berkepentingan.



Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 24 Mei 2025

Lotus Jatra Ardhani

NIM : 31401800226

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN REVIEW	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK.....	vii
INTISARI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Teori Legitimasi	9
2.2 Variabel Penelitian	10
2.2.1 Pengungkapan Corporate Social Responsibility	10
2.2.1.1 Konsep Dasar Corporate Social Responsibility	12
2.2.1.2 Tujuan Corporate Social Responsibility	14
2.2.2 Profitabilitas	17
2.2.2.1 Rasio Profitabilitas	17
2.2.2.2 Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas	18
2.2.3 Leverage.....	19

2.2.3.1	Rasio Leverage.....	19
2.2.3.2	Tujuan dan Manfaat Rasio Leverage.....	19
2.3	Penelitian Terdahulu	21
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis.....	23
2.4.1	Kerangka Pemikiran Teoritis	23
2.4.2	Pengembangan Hipotesis	25
BAB III	METODE PENELITIAN	27
3.1	Jenis dan Desain Penelitian.....	27
3.2	Populasi dan Sampel.....	27
3.3	Sumber dan Jenis Data.....	28
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	28
3.5	Variabel dan Indikator.....	29
3.5.1	Variabel Dependen.....	29
3.5.2	Variabel Independen.....	30
3.6	Teknis Analisis Data.....	31
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	31
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	31
3.6.3	Analisis Regresi Berganda.....	34
3.6.4	Uji Kelayakan Model.....	35
3.6.5	Uji t (Pengujian Hipotesis).....	36
BAB IV	HASIL PENELITIAN	38
4.1	Hasil Penelitian	38
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian	38
4.1.2	Hasil Analisis	39
4.1.2.1	Analisis Deskriptif.....	39
4.1.2.2	Hasil Uji Asumsi Klasik	40
4.1.2.3	Hasil Uji Hipotesis	43
4.2	Pembahasan Hasil Antar Variabel	48
4.2.1	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR	48
4.2.2	Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan CSR.....	52
BAB V	PENUTUP	56
5.1	Simpulan.....	56
5.2	Saran.....	57

5.3	Keterbatasan Penelitian	57
5.4	Agenda Penelitian Mendatang	57
DAFTAR PUSTAKA.....		58



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 4.1 Sampel Penelitian	38
Tabel 4.2 Hasil Uji Analisis Deskriptif	39
Tabel. 4.3 Rangkuman Hasil Uji Normalitas	40
Tabel 4.4 Rangkuman Hasil Uji Multikolinieritas	41
Tabel 4.5 Hasil Uji Heterokesdastisitas	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Autokorelasi	42
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Uji Determinan	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Ketepatan Model (Uji F/ <i>Overall Test</i>)	45
Tabel 4.9 Hasil Uji t	47
Tabel 4.10 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	48

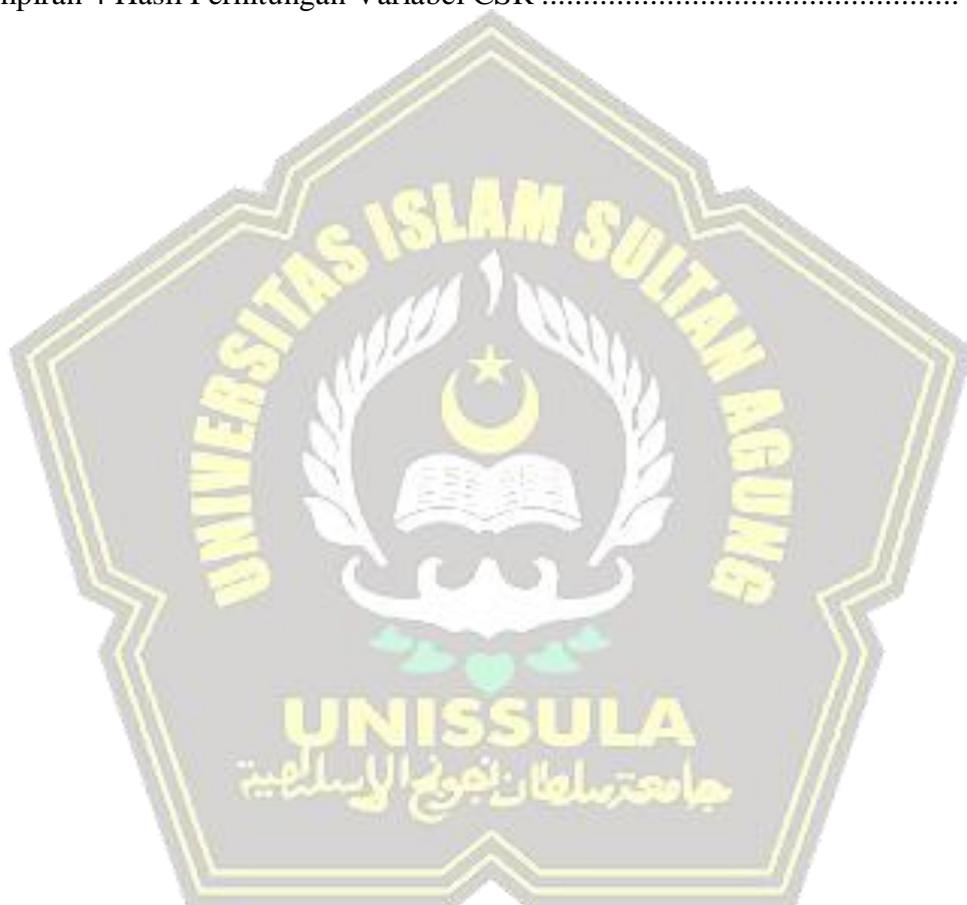
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Triple Botton Line.....	12
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	25



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Sampel Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Pada BEI Tahun 2021-2023	67
Lampiran 2 Hasil Perhitungan Variabel Profitabilitas (ROE).....	70
Lampiran 3 Hasil Perhitungan Variabel Leverage (DER)	74
Lampiran 4 Hasil Perhitungan Variabel CSR	78



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perusahaan merupakan organisasi yang mempunyai berbagai macam tujuan. Yang paling utama didirikannya sebuah perusahaan adalah mendapatkan *profit* setinggi-tingginya. Penilaian berkembangnya sebuah perusahaan biasanya dinilai dari kinerja perusahaan tersebut, dimana jika kinerja perusahaan dari tahun ke tahun selalu meningkat dalam aspek kinerja keuangannya maka perusahaan tersebut dianggap perusahaan yang baik tetapi sebaliknya jika dalam kinerja keuangannya mengalami penurunan maka dianggap perusahaan itu kurang baik. Tetapi sebenarnya kinerja perusahaan tidak hanya dilihat dari sisi kinerja keuangannya saja, akan tetapi bagaimana perusahaan itu mampu memberikan kontribusi positif pada lingkungan hidup dan lingkungan sosialnya (Aghashahi *et al.*, 2013 dalam Irmayanti & Mimba, 2018). Dan penilaian masyarakat mengenai tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan dapat menjaga kelangsungan hidup jangka panjang sebuah perusahaan itu sendiri.

Tanggung jawab sosial atau yang sering disebut *corporate social responsibility* merupakan tanggung jawab perusahaan yang diberikan kepada sosial dan lingkungan yang berada di daerah perusahaan tersebut ataupun di daerah lain yang ada di suatu negara. Melalui CSR perusahaan tidak semata memprioritaskan tujuannya pada memperoleh laba setinggi-tingginya, melainkan meliputi aspek keuangan, sosial, dan aspek lingkungan lainnya. Konsep tanggung jawab sosial perusahaan yang telah dikenal sejak 1970-an, merupakan kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan stakeholders, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat, lingkungan, serta komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan (Silalahi, 2022).

Tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia untuk saat ini mulai tumbuh cukup baik dan merupakan hal yang penting dalam suatu bisnis. Maka yang pasti, jika perusahaan menginginkan sustainable dan memiliki kualitas yang kompetitif harus menjadikan tanggung jawab sosial sebagai bagian dari strategi bisnisnya (Dewi & Suaryana, 2015). Dampak dari lingkungan dapat mempengaruhi kesadaran masyarakat akan pentingnya perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial. Dengan ini, masyarakat menjadi lebih selektif dan mampu menilai tanggung jawab sosial yang dilaksanakan oleh perusahaan (Setyastrini & Wirajaya, 2017). Dan sebenarnya pemerintah juga telah mengeluarkan peraturan untuk mendorong praktik dan pengungkapan CSR di Indonesia. Salah satunya Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007, pasal 66 dan 74. Pasal 66 ayat (2) bagian c berisi bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sedangkan Pasal 74 berisi tentang kewajiban sebuah perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan bagi perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam.

Di Indonesia, praktik CSR telah mendapat perhatian yang cukup besar. Hal ini dilatarbelakangi oleh berbagai kasus yang terjadi seperti penggundulan hutan, meningkatnya polusi dan limbah, buruknya kualitas dan keamanan produk, eksploitasi sumber daya alam yang berlebihan, dll. Beberapa kasus pencemaran lingkungan yaitu pada tahun 2022 PT Sawit Inti Prima Perkasa (PT SIPP) harus bertanggung jawab dalam kasus pencemaran lingkungan di Bengkalis, Riau karena aksi pembuangan limbah secara langsung, pengolahan IPAL yang tidak sesuai dengan UKL/UPL, dan tidak memiliki perizinan pengelolaan limbah dan limbah B3. Selain itu, diketahui juga fakta bahwa Instalasi Pengolahan Air Limbah (IPAL) PT SIPP pernah mengalami kerusakan (jebol) sebanyak 2 kali. Berdasarkan hasil analisa sampel laboratorium diketahui bahwa air sungai juga telah tercemar.

Kasus lainnya yaitu ditanganinya pengelolaan limbah bahan beracun dan berbahaya secara ilegal serta pencemaran lingkungan di Kabupaten

Serang, Banten oleh Direktorat Jenderal Penegakan Hukum Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan yang dilakukan PT XLI. Adapun PT XLI merupakan perusahaan dengan kegiatan peleburan limbah tembaga yang berdampak terhadap lingkungan di sekitar lokasi. Limbah B3 dari hasil aktivitas perusahaan juga dibuang tanpa dikelola secara khusus sehingga turut mencemari lingkungan. Bahan baku kegiatan PT XLI meliputi, antara lain, limbah jenis copper ash, copper zinc sulfide, dan limbah lain yang diimpor dari Madagaskar, Korea, Singapura, Jerman, Malaysia, Amerika Serikat, serta negara lain. Hasil analisis laboratorium menunjukkan, air lindi dari penimbunan limbah B3 mengandung logam berat dan diduga telah mencemari lingkungan.

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tanggung jawab sosial perusahaan juga harus berpijak pada *triple bottom lines*, yang artinya memperhatikan masalah sosial, ekonomi dan lingkungan.

Menurut *World Business Council for Sustainable Development* dalam Moir (2001) mendefinisikan CSR sebagai berikut :

“CSR is the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large.”

Berdasarkan definisi tersebut menunjukkan bahwa perusahaan harus dapat berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi, beriringan dengan meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan kebutuhan *stakeholder*, kemudian berkomunikasi dan berinteraksi dengan para *stakeholder*.

Anggraini, 2006 berpendapat bahwa profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas untuk melakukan pertanggungjawaban terhadap para pemegang saham dan pemangku kepentingan. Dan menurut (Sari, 2012) tingkat profitabilitas yang lebih tinggi

menggambarkan kapasitas perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi, sehingga perusahaan mampu mengungkapkan pertanggungjawaban dalam annual report yang lebih luas. Sehingga profitabilitas sangat penting bagi perusahaan karena dapat mempertahankan pertumbuhan bisnis dan juga memperkuat kondisi keuangan.

Profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada tingkat penjualan, aset dan ekuitas. Tingkat profitabilitas dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan, semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka cenderung lebih banyak informasi yang diungkapkan karena ingin menunjukkan kepada publik dan *stakeholders* bahwa perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi dibandingkan dengan perusahaan lain pada industri yang sama. Menurut Soedarmaji dan Sularto, 2007 dalam Novitasari, 2021 yang menyatakan bahwa suatu perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan melakukan pengungkapan yang lebih luas sebagai salah satu upaya untuk meyakinkan pihak eksternal bahwa perusahaan berada dalam persaingan yang kuat dan juga memperlihatkan kinerja perusahaan yang baik pada saat itu. Rasio profitabilitas mengukur kemampuan para eksekutif perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan baik dalam bentuk laba perusahaan maupun nilai ekonomis atas penjualan, aset bersih perusahaan maupun modal sendiri.

Leverage adalah perbandingan antara dana yang diperoleh dari luar perusahaan dengan dana yang dimiliki perusahaan. *Leverage* juga memberikan gambaran mengenai struktur modal yg dimiliki perusahaan, sehingga dapat di evaluasi menggunakan taraf resiko tidak tertagihnya suatu utang. *Leverage* menurut Sjahrian dalam Satriana, 2017 adalah penggunaan aktiva dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) berarti dari sumber dana yang berasal dari pinjaman karena memiliki bunga sebagai beban tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. Fakhrudin dalam Satriana, 2017 memberikan definisi bahwa *leverage* merupakan jumlah utang yang digunakan untuk membiayai atau membeli aset-

aset perusahaan. Perusahaan yang memiliki utang lebih besar dari ekuitas dikatakan sebagai perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi.

Beberapa peneliti mendapati hasil yang tidak konsisten terhadap CSR. Astuti, 2019 menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Berbeda penelitian yang dilakukan oleh (Santoso & Dillak, 2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian *leverage* telah dilakukan oleh (Rofiqkoh & Priyadi, 2016) yang berpendapat bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan dengan penelitian (Yovana & Kadir, 2020) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berbeda dengan (Wilangga, 2020) berpendapat bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Hal inilah yang akan menjadi kesenjangan dalam penelitian ini, sehingga diperlukan untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan kesenjangan penelitian tersebut. Oleh karena itu peneliti mencoba mengetahui dan membuktikan sendiri sejauh mana perusahaan menunjukkan tanggung jawabnya terhadap kepentingan sosial dengan mengambil sampel pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Berdasarkan latar belakang di atas serta luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* maka penelitian ini berjudul **“Pengaruh Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar di BEI Tahun 2021 – 2023)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah gagasan yang membuktikan bahwa perusahaan tidak hanya berpijak pada nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja. Tanggung jawab sosial perusahaan juga harus berpijak pada permasalahan sosial, ekonomi dan juga

lingkungan. Meskipun sebenarnya tingkat pelaporan CSR perusahaan di Indonesia tergolong tinggi, kualitas implementasinya masih tergolong rendah dibandingkan negara-negara tetangga seperti Malaysia, Thailand dan Singapura. Riset yang dilakukan oleh *Centre for Governance, Institutions, and Organizations (CGIO) National University of Singapore (NUS) Business School* menunjukkan bahwa rendahnya pemahaman perusahaan-perusahaan Indonesia terhadap praktik CSR menjadi penyebab utama lemahnya kualitas pengoperasian agenda CSR. Berdasarkan kerangka penilaian Global Reporting Initiative (GRI), Indonesia hanya memperoleh skor 48,4 dari 100, lebih tinggi dari Malaysia (47,7) tapi lebih rendah dibandingkan Thailand (56,8) dan Singapura (48,8). Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pelaporan dan kualitas pelaksanaan CSR, yang mencerminkan perlunya peningkatan kesadaran dan pemahaman perusahaan terhadap tanggung jawab sosial secara nyata dan berkelanjutan.

Dalam konteks ini, faktor internal perusahaan seperti profitabilitas dan *leverage* memiliki peran penting dalam mempengaruhi sejauh mana perusahaan melakukan pengungkapan CSR. Secara teoritis, perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi cenderung memiliki sumber daya lebih untuk mengungkapkan kegiatan CSR, sementara perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi mungkin menghadapi tekanan dari kreditur yang dapat memengaruhi keputusan terkait CSR. Oleh karena itu perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham saja (Gray et al., 1988). Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: "Bagaimana pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan, dan apakah keduanya secara simultan memengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan pengungkapan CSR?"

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia tahun 2021-2023?
2. Bagaimana pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia tahun 2021-2023?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menjawab permasalahan yang ada pada pertanyaan penelitian, yaitu :

1. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia.
2. Untuk menganalisis pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak antara lain:

1. Kegunaan Praktis

Penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan bacaan guna menambah pemahaman bagi pembaca mengenai faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab perusahaan pada perusahaan manufaktur terkhusus di sektor industri dasar dan kimia. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan mengenai pengungkapan tanggungjawab sosial. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu memecahkan dan mengantisipasi masalah yang ada pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk meningkatkan kinerja perusahaan sehingga investor tertarik berinvestasi.

2. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai masalah yang diteliti dan memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu akuntansi pada umumnya serta dapat membantu pengambilan keputusan pihak manajemen perusahaan.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi

Awal mula teori legitimasi dikemukakan oleh Dowling dan Pfeffer (1975) dalam (Rivandi, 2021) yang mengungkapkan organisasi bekerja untuk membangun keseimbangan antara nilai-nilai sosial yang terhubung dengan operasi perusahaan dan standar integritas yang dapat diterima oleh lingkungan sekitar. Lingkungan sekitar merupakan salah satu elemen penting dalam teori legitimasi yang diperhitungkan dalam pengembangan bisnis jangka panjang (Rivandi, 2021). Hubungan antara perusahaan dan masyarakat merupakan elemen yang penting dari teori legitimasi, salah satunya dengan mempraktekkan dan mencapai keselarasan dengan standar perilaku dan nilai-nilai sosial yang terkait dengan aktivitas yang sudah ada sebelumnya serta mengungkapkan aktivitas *Corporate Social Responsibility*, sehingga masyarakat dapat memiliki kepercayaan terhadap perusahaan sesuai dengan harapan masyarakat.

Dalam konteks penelitian ini, profitabilitas berperan penting karena perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang baik cenderung memiliki lebih banyak sumber daya untuk mengimplementasikan dan mengungkapkan aktivitas CSR secara luas. Selain itu, perusahaan yang lebih menguntungkan juga lebih terdorong untuk membangun citra positif di mata publik guna mempertahankan legitimasi sosialnya.

Sementara itu, leverage atau tingkat utang perusahaan dapat memengaruhi kebijakan pengungkapan CSR secara berbeda.

Perusahaan dengan tingkat leverage tinggi sering kali menghadapi tekanan dari kreditur untuk menjaga stabilitas keuangan, yang dapat membatasi ruang gerak mereka dalam kegiatan CSR. Namun di sisi lain, perusahaan dengan leverage tinggi juga mungkin terdorong untuk meningkatkan pengungkapan CSR sebagai strategi legitimasi, guna menunjukkan kepada pemangku kepentingan bahwa mereka tetap bertanggung jawab secara sosial dan mampu mengelola risiko dengan baik. Dengan demikian, teori legitimasi menjadi dasar teoritis yang relevan dalam menjelaskan mengapa dan bagaimana profitabilitas serta leverage dapat memengaruhi keputusan perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat.

2.2 Variabel Penelitian

2.2.1 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Kegiatan CSR semata-mata merupakan komitmen perusahaan secara sukarela untuk turut meningkatkan kesejahteraan komunitas dan bukan aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum dan perundang-undangan seperti kewajiban membayar pajak atau kepatuhan perusahaan terhadap undang-undang ketenagakerjaan. CSR, menyiratkan sikap publik menuju sumberdaya untuk ekonomi dan manusia, dan sumber daya yang digunakan tidak hanya dibatasi untuk kepentingan pribadi dan perusahaan, melainkan untuk tujuan-tujuan sosial yang lebih luas.

Menurut Bower (1953) dalam (Sukmawati, 2023) mendefinisikan CSR sebagai “kewajiban pengusaha untuk merumuskan kebijakan, membuat keputusan, atau mengikuti garis tindakan yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai-nilai masyarakat”, sedangkan menurut *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) dalam (Siagian et al., 2023) menyatakan bahwa “CSR adalah komitmen dari dunia usaha untuk

terus-menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya. Juga, sekaligus peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara luas”.

Jadi menurut beberapa pengertian diatas secara konsep dasar dapat disimpulkan bahwa CSR adalah suatu komitmen perusahaan dengan para *stakeholders* termasuk masyarakat dalam memenuhi tanggung jawabnya yang dapat menciptakan kontribusi dalam pengembangan ekonomi atau kesejahteraan masyarakat. CSR merupakan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitardimana perusahaan itu berada, seperti melakukan suatu kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan menjaga lingkungan, memberikan beasiswa untuk anak tidak mampu di daerah tersebut, dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk membangun desa atau fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut beroperasi.

Pengungkapan CSR dapat dilihat melalui laporan keberlanjutan suatu perusahaan (*Sustainability Report*) yang dapat disajikan secara terpisah ataupun terintegrasi dalam laporan tahunan (*Annual Report*). Laporan keberlanjutan adalah praktek pengukuran, pengungkapan, dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan kepada para pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal.

Instrumen pengukuran CSR yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrument *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI merupakan sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan

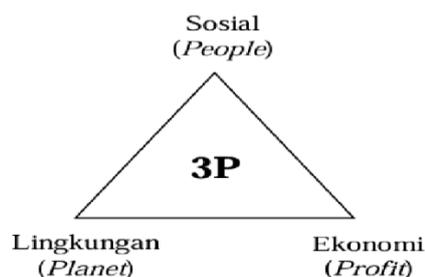
laporan berkelanjutan dan berkomitmen terus menerus melakukan perbaikan dan penerapan diseluruh dunia.

2.2.1.1 Konsep Dasar *Corporate Social Responsibility*

Saat ini sulit dipungkiri bahwa pergerakan industri yang semakin maju berdampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat disekitarnya. Hal itu dikarenakan dalam suatu industri membutuhkan mobilisasi sumber daya baik kecil ataupun besar, cepat ataupun lambat yang dapat mengganggu keseimbangan sumberdaya tersebut. Maka disitulah pentingnya tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, agar terjadinya keseimbangan dalam melakukan aktifitas perusahaannya. John Elkington pada tahun 1997 dalam (Nor Hadi,2011) melalui bukunya yang terkenal dengan "*The Triple Botton Line*" yang dimuat dalam buku "*Canibalt with Forks, the Triple Botton Line of Twentieth Century Business*". Jika perusahaan ingin terus berkembang maka perlu memperhatikan 3P, yaitu bukan hanya mengejar profit semata namun juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (people) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (planet). Hubungan tersebut kemudian diilustrasikan dalam bentuk segitiga sebagai berikut:

Gambar 2.1

Konsep Triple Botton Line



Sumber: Elkington dalam Nor Hadi (2011)

Hubungan yang ideal antara profit, people dan planet adalah seimbang, tidak bisa hanya mementingkan suatu elemen saja. Jika perusahaan mengabaikan keseimbangan *Triple Bottom Line* maka akan terjadi ketidakseimbangan pada manusia dan lingkungan sekitar perusahaan yang akan menghambat aktifitas perusahaan seperti adanya demo masyarakat sekitar atau kerusakan lingkungan sekitar akibat aktifitas perusahaan yang mengabaikan keseimbangan tersebut.

1. Profit

Merupakan suatu bentuk tanggungjawab yang harus dicapai perusahaan, bahkan profit adalah unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha. Dengan adanya peningkatan kesejahteraan dalam perusahaan maka meningkat juga tingkat kesejahteraan pemilik (*shareholder*), peningkatan kontribusi bagi masyarakat lewat pembayaran pajak, melakukan ekspansi usaha, maka perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif yang dapat memberikan nilai tambah yang akan mampu mempertahankan *going concern* (Nor Hadi,2011).

2. People

Merupakan lingkungan masyarakat (*community*) di mana perusahaan berada. Mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan. Dengan demikian, *community* memiliki interrelasi kuat dalam rangka menciptakan nilai bagi perusahaan. Hampir tidak mungkin, perusahaan mampu menjalankan operasi secara survive tanpa didukung masyarakat sekitar. Disitulah letak terpenting dari kemauan dan kemampuan

perusahaan mendekati diri dengan masyarakat lewat strategi *social responsibility* (Nor Hadi,2011).

3. Planet

Merupakan lingkungan fisik (sumberdaya fisik) perusahaan. Lingkungan fisik memiliki signifikansi terhadap eksistensi perusahaan. Mengingat, lingkungan merupakan tempat di mana perusahaan berdiri. Satu konsep yang tidak bisa dipungkiri adalah hubungan perusahaan dengan alam yang bersifat sebab akibat. Kerusakan lingkungan, eksploitasi tanpa batas keseimbangan, cepat atau lambat akan menghancurkan perusahaan dan masyarakat (Nor Hadi,2011).

2.2.1.2 Tujuan *Corporate Social Responsibility*

Setiap perusahaan yang mengungkapkan CSR pasti memiliki motivasi. Karena bagaimanapun tujuan perusahaan melaksanakan CSR terkait erat dengan motivasi yang dimiliki. Wibisono, 2007 menyatakan bahwa terdapat beberapa tujuan dilaksanakannya CSR, diantaranya :

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan brand image perusahaan. Perbuatan destruktif akan menurunkan reputasi perusahaan. Begitupun sebaliknya, kontribusi positif akan mendongkrak reputasi perusahaan. Inilah yang menjadi modal *non-financial* utama bagi perusahaan dan bagi *stakeholder*-nya yang menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk dapat tumbuh secara berkelanjutan.
2. Layak mendapatkan *social licence to operate*. Masyarakat sekitar perusahaan merupakan komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan benefit dari keberadaan perusahaan, maka pasti dengan

sendirinya mereka ikut merasa memiliki perusahaan. Sebagai imbalan yang diberikan ke perusahaan paling tidak adalah keleluasaan perusahaan untuk menjalankan roda bisnisnya di wilayah tersebut. Jadi program CSR diharapkan menjadi bagian dari asuransi sosial yang akan menghasilkan harmoni dan persepsi positif dari masyarakat terhadap eksistensi perusahaan.

3. Mereduksi risiko bisnis perusahaan. Perusahaan mesti menyadari bahwa kegagalan untuk memenuhi ekspektasi stakeholders akan menjadi bom waktu yang dapat memicu risiko yang tidak diharapkan. Bila itu terjadi, maka disamping menanggung *opportunity loss*, perusahaan juga harus mengeluarkan biaya yang mungkin berlipat besarnya dibandingkan biaya untuk mengimplementasikan CSR
4. Melebarkan akses sumber daya. *Track record* yang baik dalam pengelolaan CSR merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu untuk memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan
5. Membentangkan akses menuju market. Investasi yang ditanamkan untuk program CSR ini dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang pasar yang terbuka lebar. Termasuk didalamnya akan memupuk loyalitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru.
6. Mereduksi biaya. Banyak contoh yang dapat menggambarkan keuntungan perusahaan yang didapat dari penghematan biaya yang merupakan hasil dari implementasi penerapan program tanggungjawab sosialnya. Contohnya adalah upaya untuk mereduksi

limbah melalui proses *recycle* atau daur ulang kedalam siklus produksi.

7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*. Implementasi program CSR tentunya akan menambah frekuensi komunikasi dengan *stakeholders*. Nuansa seperti itu dapat membentangkan karpet merah bagi terbentuknya kepercayaan kepada perusahaan.
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator. Perusahaan yang menerapkan program CSR pada dasarnya merupakan upaya untuk meringankan beban pemerintah sebagai regulator. Sebab pemerintahlah yang menjadi penanggungjawab utama untuk mensejahterakan masyarakat dan melestarikan lingkungan. Tanpa bantuan dari perusahaan, umumnya terlalu berat bagi pemerintah untuk menanggung beban tersebut.
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan. Kesejahteraan yang diberikan para pelaku CSR umumnya sudah jauh melebihi standar normatif kewajiban yang dibebankan kepada perusahaan. Oleh karenanya wajar bila karyawan menjadi terpacu untuk meningkatkan kinerjanya.
10. Peluang mendapatkan penghargaan. Banyak *reward* ditawarkan bagi pelaksana CSR, sehingga kesempatan untuk mendapatkan penghargaan cukup tinggi. Salah satu motif perusahaan dalam melaksanakan CSR dan menjadi bagian penting adalah menjalin hubungan yang baik dengan regulator. Perusahaan berdisi berdasarkan izin yang diberikan pemerintah, dan diharapkan mampu berkontribusi dalam pembangunan melalui pembayaran kewajiban berupa pajak dan lainnya, juga secara sadar

turut membangun kepedulian terhadap meningkatnya kesejahteraan masyarakat dan lingkungan.

2.2.2 Profitabilitas

Profitabilitas adalah salah satu indikator penting untuk menilai kinerja perusahaan, yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam periode tertentu berdasarkan penjualan, aset, dan modal saham yang ada. Faktor ini memberi perusahaan kebebasan dan fleksibilitas untuk mengimplementasikan serta mengungkapkan program tanggung jawab sosialnya kepada pemegang saham dengan lebih luas. Hubungan antara tingkat profitabilitas suatu entitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosialnya telah menjadi anggapan dasar yang menunjukkan bahwa reaksi sosial memerlukan pendekatan manajerial tertentu. Dengan kata lain, semakin tinggi profitabilitas suatu entitas, semakin banyak informasi sosial yang akan diungkapkan.

2.2.2.1 Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui berbagai sumber daya dan kemampuannya, seperti penjualan, penggunaan aset, dan juga modal. Menurut (Hery, 2015) rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa efektif perusahaan menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya dan menyatakan bahwa rasio *profitabilitas* juga menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dan mencerminkan efektivitas manajemen. Sementara itu menurut (Kasmir, 2018), rasio *profitabilitas* merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Dalam analisis rasio, kemampuan menghasilkan laba dari penjualan dan

pendapatan investasi. Fahmi ,2018 berpendapat rasio profitabilitas merupakan alat ukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas, maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan.

2.2.2.2 Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas memberikan banyak manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Rasio profitabilitas tidak hanya berguna bagi perusahaan saja, melainkan juga bagi pihak luar perusahaan. (Hery, 2015) menyatakan tujuandan manfaat rasio profitabilitas secara keseluruhan, yaitu :

1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total asset.
5. Untuk mengukur seberapa jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas.
6. Untuk mengukur margin laba kotor atas penjualan bersih.
7. Untuk mengukur margin laba operasional atas penjualan bersih.
8. Untuk mengukur margin laba bersih atas penjualan bersih.

2.2.3 Leverage

Leverage digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya, baik kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang. *Leverage* merupakan tingkat kemampuan perusahaan dalam menggunakan aset atau modal yang memiliki biaya tetap (hutang atau saham) dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan yang bersangkutan. Diharapkan setelah perusahaan menerapkan *leverage* ini, tingkat kekayaan perusahaan juga ikut meningkat. Permasalahan *leverage* akan selalu dihadapi oleh perusahaan.

2.2.3.1 Rasio Leverage

Menurut (Hery, 2015) “Rasio *Solvabilitas* atau Rasio *Leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana asset perusahaan dibiayai dengan utang”. Fahmi, 2018 menyatakan “Rasio *Leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang” sedangkan (Kasmir, 2018) menyatakan “Rasio *Solvabilitas* atau Rasio *Leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang” Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa rasio *leverage* sebagai rasio keuangan yang mengukur sejauh mana suatu perusahaan dibiayai oleh utang. Selain itu rasio *leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya, baik kewajiban jangka pendek maupun kewajiban jangka panjang.

2.2.3.2 Tujuan dan Manfaat Rasio Leverage

Rasio *leverage* juga memberikan banyak manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Rasio *leverage* diperlukan

untuk kepentingan analisis kredit atau analisis risiko keuangan. (Hery, 2015) menyatakan tujuan dan manfaat rasio *leverage* secara keseluruhan, yaitu :

1. Untuk mengetahui posisi total kewajiban perusahaan kepada kreditor, khususnya jika dibandingkan dengan jumlah asset atau modal yang dimiliki perusahaan.
2. Untuk mengetahui posisi kewajiban jangka panjang perusahaan terhadap jumlah modal yang dimiliki perusahaan.
3. Untuk menilai kemampuan asset perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban, termasuk kewajiban yang bersifat tetap, seperti pembayaran angsuran pokok pinjaman beserta bunganya secara berkala.
4. Untuk menilai seberapa besar asset perusahaan yang dibiayai oleh utang.
5. Untuk menilai seberapa besar asset perusahaan yang dibiayai oleh modal.
6. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang terhadap pembiayaan asset perusahaan.
7. Untuk menilai seberapa besar pengaruh modal terhadap pembiayaan asset perusahaan.
8. Untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah asset yang dijadikan sebagai jaminan utang bagi kreditor.
9. Untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah asset yang dijadikan sebagai jaminan modal bagi pemilik atau pemegang saham.
10. Untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal yang dijadikan sebagai jaminan utang.
11. Untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal yang dijadikan sebagai jaminan utang jangka panjang.

12. Untuk menilai sejauh mana atau berapa kali kemampuan perusahaan (yang diukur dari jumlah laba sebelum bunga dan pajak) dalam membayar bunga pinjaman.

2.3 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian mengenai pengaruh *profitabilitas* dan *leverage* terhadap pengungkapan CSR, dimana nantinya penelitian-penelitian tersebut akan dijadikan referensi oleh peneliti di dalam penelitian. Beberapa penelitian tersebut antara lain:

Tabel 2.1
Penelitian terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Sari Wulandari dan Hanifa Zulhaimi (2017)	- Variabel Independen : Profitabilitas - Variabel Dependen : <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil penelitian menyatakan profitabilitas berpengaruh terhadap <i>corporate social responsibility</i> , yang berarti bahwa semakin besar profitabilitas tahun lalu maka semakin besar biaya untuk program <i>corporate social responsibility</i> untuk tahun sekarang.
2.	Arie Avina (2020)	- Variabel Independen : Profitabilitas - Variabel Dependen : <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR yang dihitung menggunakan rasio

			EPS. Peningkatan EPS merupakan bentuk perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan.
3.	Adriana Sipora Saefatu dan Yefta Andi Kus Noegroho (2022)	- Variabel Independen : Profitabilitas - Variabel Dependen : <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR yang dilakukan perusahaan
4.	Nofrivul, Yeni Melia, dan Ade Novelino (2022)	- Variabel Independen : Profitabilitas - Variabel Dependen : <i>Corporate Social Responsibility</i>	Penelitian ini menggunakan 124 sampel perusahaan dan setelah dianalisis adanya pengaruh yang nyata atau signifikan antara profitabilitas dengan <i>corporate social responsibility</i>
5.	Dirvi Surya Abbas, Mohamad Zulman dan HakimNurIstianah (2019)	- Variabel Independen : <i>Leverage</i> - Variabel Dependen : <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil penelitian meyakini bahwa <i>leverage</i> berpengaruh terhadap <i>corporate social responsibility</i>
6	Ivon Nurmas Ruroh dan Sri Wahjuni Latifah (2018)	- Variabel Independen : <i>Leverage</i> - Variabel Dependen : <i>Corporate Social Responsibility</i>	Penelitian ini menjelaskan bahwa <i>leverage</i> berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> . Perusahaan yang berisiko tinggi biasanya berusaha untuk meyakinkan kreditur dengan pengungkapan informasi

			yang lebih detail. Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan terhadap dipenuhinya hak hak kreditur. Oleh karena itu perusahaan dengan <i>leverage</i> tinggi memiliki kewajiban mengungkapkan CSR dibanding dengan perusahaan yang <i>leverage</i> rendah.
7	Dina Gledis Yovana dan Abdul Kadir (2020)	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel Independen : <i>Leverage</i> - Variabel Dependen : <i>Corporate Social Responsibility</i> 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>leverage</i> berpengaruh negatif terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> yang artinya semakin besar nilai <i>leverage</i> yang dimiliki oleh perusahaan maka semakin kecil pengungkapan CSR yang dilaporkan hal ini dilakukan agar perusahaan dapat menghemat biaya, karena dibutuhkan biaya yang besar untuk melakukan kegiatan dan pengungkapan CSR.

Sumber : Berbagai sumber yang dirangkum

2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

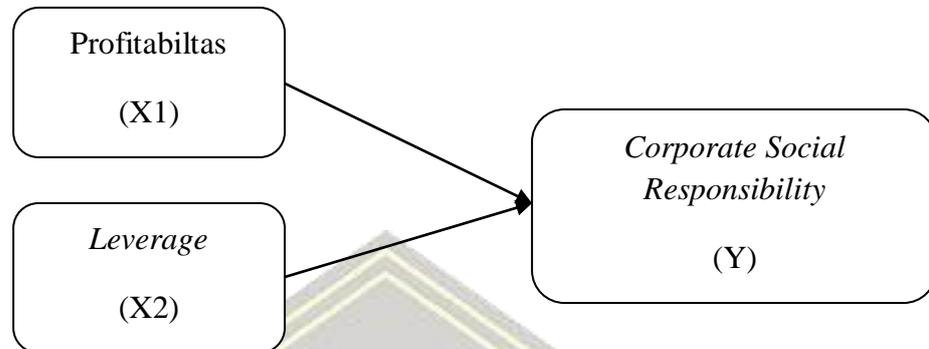
2.4.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Menurut (Anwar et al., 2010) menyatakan bahwa *profitabilitas* merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pradnyana & Putra, 2018) yang mengatakan bahwa salah satu bentuk upaya yang dapat dilakukan perusahaan dalam mengelola legitimasi supaya efektif ialah dengan dilakukannya strategi legitimasi serta pengungkapan terkait CSR.

Leverage adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi semua kewajibannya. Dalam konteks teori legitimasi, perusahaan mungkin akan mengungkapkan informasi tentang tingkat *leverage* perusahaan untuk menunjukkan kepada masyarakat bahwa mereka beroperasi secara bertanggung jawab dan transparan. Hal ini dapat membantu meningkatkan legitimasi perusahaan, karena menunjukkan bahwa perusahaan terbuka dan jujur tentang kondisi keuangannya. Penelitian yang dilakukan oleh (Giri & Nyoman, 2016) menemukan *leverage* berpengaruh positif pada pengungkapan CSR yang menunjukkan bahwa semakin tinggi rasio *leverage* suatu perusahaan maka pengungkapan CSR akan semakin tinggi.

Profitabilitas dan *leverage* dapat menjadi faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR pada suatu perusahaan. Karena semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka semakin banyak tekanan dari pihak luar untuk mengungkapkan tanggungjawab sosialnya, begitu pula dengan tingkat *leverage* semakin besar suatu perusahaan maka semakin banyak pula perusahaan mengungkapkan tanggungjawab sosialnya karena dengan *leverage* yang tinggi perusahaan mencoba meyakinkan kreditur bahwa perusahaan memiliki kesempatan untuk bertahan dengan mengungkapkan

tanggungjawab sosial. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti menggunakan kerangka pemikiran sebagai berikut:



2.4.2 Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*

Perusahaan merupakan pihak yang memperoleh keuntungan besar dari pemanfaatan sumber daya, sementara masyarakat menanggung dampak negatifnya. Oleh karena itu, perusahaan wajib bertanggung jawab atas dampak tersebut dengan mengembalikan sebagian keuntungan untuk kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan melalui kegiatan tanggung jawab sosial (CSR). Menurut pendapat (Rivandi & Putra, 2021) kemampuan suatu bisnis untuk menghasilkan keuntungan dan meningkatkan nilai pemegang saham dikenal sebagai profitabilitas. Tingkat profitabilitas yang naik menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan sehingga dapat memperluas tanggung jawab sosialnya dan membuatnya lebih dikenal luas dalam laporan keuangan.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI (Wahyuningsih & Mahdar, 2018). Dan menurut penelitian (Sularsih, 2022) profitabilitas juga memiliki

pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Berdasarkan hasil penelitian Wulandari & Zulhaimi, 2017 yang bermaksud memberi saran pada setiap pelaksana perusahaan agar tidak memiliki keraguan dalam meningkatkan profitabilitas karena terbukti dapat mempengaruhi pengungkapan CSR perusahaan, maka yang menjadi hipotesis pertama sebagai berikut:

H1 = Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR

2. Pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Dalam penelitian Hakri et al., 2013 ditemukan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dimana jika suatu perusahaan mempunyai nilai *leverage* yang tinggi, maka perusahaan tersebut akan banyak melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Perusahaan dapat memperoleh informasi untuk menghilangkan ketakutan pemegang saham tentang kepuasan hak kreditur dengan memiliki rasio *leverage* yang tinggi. Hal ini konsisten dengan teori legitimasi, yang menyatakan bahwa bisnis harus menekankan hak-hak pemegang saham sambil tetap mematuhi peraturan sosial (Belinda et al., 2023). Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis kedua dirumuskan sebagai berikut:

H2 = *Leverage* berpengaruh positif terhadap CSR

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Desain Penelitian

Jenis penelitian ini memakai metode kuantitatif dimana (Sugiyono, 2013) berpendapat bahwa penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme* untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dan pengambilan sampel dilakukan secara random dengan pengumpulan data menggunakan instrumen, serta analisis data bersifat statistik. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dimana jenis penelitian yang menggambarkan suatu fenomena atau variabel dengan menggunakan data kuantitatif. Tujuan dari analisis deskriptif kuantitatif adalah untuk memberikan gambaran yang jelas dan terperinci tentang data yang telah dikumpulkan, sehingga dapat memudahkan interpretasi dan pengambilan keputusan yang didasarkan pada data yang ada. Oleh karena itu, penelitian ini bersifat mencari hubungan atau pengaruh sebab akibat dari variabel x terhadap variabel y berdasarkan hipotesis yang dirumuskan.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi ialah himpunan data objek *inferensi* (pendekatan atau penggambaran) yang dilihat melalui karakteristik penelitian tersebut. Mengamati populasi dalam riset ini adalah perusahaan yang sudah tercatat dan telah memenuhi persyaratan. Dan menurut (Sugiyono, 2013) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur dari sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel dalam penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang

Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2021-2023. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yang didasarkan pada kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.
2. Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang menerbitkan dan mempublikasikan laporan keuangan secara berturut – turut selama periode tahun penelitian.
3. Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang melaporkan aktifitas tanggung jawab sosial selama periode penelitian.
4. Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang menyajikan laporan keuangannya dalam satuan mata uang rupiah selama periode tahun penelitian.
5. Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang tidak mengalami kerugian selama periode tahun penelitian.

3.3 Sumber dan Jenis Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah data sekunder. Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data jadi penulis mendapatkan sumber data penelitian ini dari www.idx.co.id.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah data yang digunakan merupakan data sekunder berupa data laporan tahunan (*annual report*) atau laporan keberlanjutan (*sustainability report*) perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia tahun 2021 sampai tahun 2023 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data yang digunakan adalah data yang diperoleh dari *annual report* atau *sustainability report* pada Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id.

3.5 Variabel dan Indikator

3.5.1 Variabel Dependen (Y)

Dalam penelitian ini, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan variabel dependen atau terikat, yang merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya. ISO 26000 menyatakan bahwa "*Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat menjadi informasi mengenai sejauh mana perusahaan memberikan kontribusinya terhadap kualitas hidup manusia serta lingkungannya". Perusahaan yang berorientasi positif terhadap lingkungan harus memaksimalkan pengelolaan lingkungan mereka (Labetubun et al., 2022).

CSR adalah etika bisnis yang bertujuan untuk membuat dunia usaha lebih etis dalam menjalankan aktivitasnya agar tidak memberikan pengaruh buruk atau negatif terhadap masyarakat dan lingkungan hidupnya. Semua kegiatan operasional perusahaan tidak akan berhasil tanpa bantuan masyarakat. Berdasarkan definisi tersebut, *corporate social responsibility* adalah tanggung jawab perusahaan untuk membangun dan memperhatikan lingkungannya. Namun, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah cara perusahaan berkomunikasi tentang masalah sosial, ekonomi, dan lingkungan saat mengelola bisnisnya (Atmojo & Yuliandhari, 2020). Pengungkapan ini mencakup informasi positif dan negatif tentang keadaan perusahaan. Untuk membuat keputusan yang lebih baik secara internal maupun eksternal, pemangku kepentingan dapat menggunakan data ini untuk mengevaluasi peluang dan resiko suatu perusahaan (GRI, 2020). Sebagai bukti pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam penelitian ini, Indeks Global Reporting Initiative (GRI), yang terdiri dari 149 kriteria, memberikan skor 1 kepada perusahaan yang mengungkapkan elemen tanggung jawab

sosial, dan skor 0 kepada perusahaan yang tidak mengungkapkan elemen tanggung jawab sosial.

Adapun rumus perhitungan pengungkapan CSR sebagai berikut:

$$CSRDI_i = \frac{\sum X_{yi}}{n_i}$$

Keterangan:

$CSRDI_i$ = Indeks luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkup perusahaan i .

$\sum X_{yi}$ = Dummy variable, nilai 1 jika item y diungkapkan nilai 0 jika item y tidak diungkapkan.

n_i = Jumlah item untuk perusahaan i . $n_i \leq 149$ item

3.5.2 Variabel Independen (X)

1. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang dapat dilihat dari laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Rasio profitabilitas ini dapat diartikan sejauh mana keefektifan dari keseluruhan manajemen dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Menurut Kasmir, 2015 profitabilitas dapat diukur menggunakan rumus berikut :

$$Return\ On\ Equity = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2. Leverage

Menurut Tua, 2021 *leverage* adalah rasio sejauh mana hutang membiayai aset perusahaan, atau sejauh mana hutang dapat

membayai operasi bisnis jika dibandingkan dengan penggunaan modal sendiri. Dalam penelitian ini, leverage dihitung dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER), yang merupakan perbandingan antara jumlah uang yang disediakan oleh pemilik perusahaan dan jumlah dana yang disediakan. DER dapat dihitung menggunakan rumus:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Modal}}$$

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Teknik Analisis Data statistik deskriptif adalah teknik ini digunakan untuk penyusunan dan penyajian data yang dikumpulkan dalam riset data statistic (Bahri, 2018). Karena keterbatasan dana sehingga untuk lebih efisien penelitian dilakukan dengan mengambil beberapa sampel dari populasi yang ada. Pada penelitian analisis statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan mengenai objek yang berkaitan dengan penelitian yang meliputi data populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan pada umumnya (Sugiyono, 2013).

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Sebuah model regresi digunakan untuk peramalan, model yang baik adalah model dengan tingkat kesalahan yang rendah dari peramalan. Dalam analisis regresi ada asumsi yang harus terpenuhi sehingga persamaan regresi yang dihasilkan akan valid apabila digunakan untuk memprediksikan suatu permasalahan. Proses pengujian asumsi klasik dapat dilakukan bersama dengan proses uji regresi berganda, sehingga ada langkah-langkah yang harus dilakukan

dalam pengujian asumsi klasik (Bahri, 2018). Ada empat pengujian asumsi klasik yang dilakukan dalam model regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk menguji apakah di dalam model regresi, variable pengganggu (residual) memiliki distribusi normal. Data yang layak dan baik untuk digunakan di dalam penelitian yaitu data yang memiliki distribusi normal. Adapun pengujian normalitas data melakukan uji *Kolmogorov-Smirnov* (Uji K-S) guna memastikan kehandalan hasil dari uji normalitas di dalam penelitian ini. Jika *Asymp Sig* > 0,05, maka data itu dinyatakan terdistribusi normal.

2. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas yaitu varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan dalam model regresi. Regresi yang baik apabila tidak terjadi heteroskedastisitas (Bahri, 2018). Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel pengganggu dari suatu pengamatan dengan pengamatan yang lain (Hernawati, 2018). Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Apabila uji heteroskedastisitas dengan scatterplot dilakukan dan menunjukkan titik-titik yang menyebar secara tidak beraturan secara acak di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi adanya heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi dapat digunakan. Model regresi yang baik, apabila regresi tersebut tidak mengandung gejala heteroskedastisitas. Kriteria dalam uji

heteroskedastisitas sebagai berikut :

1. Jika hasil pengujian menunjukkan signifikansi $> 0,05$, berarti tidak terdapat heteroskedastisitas.
2. Jika hasil pengujian menunjukkan signifikansi $< 0,05$, berarti terdapat heteroskedastisitas.
3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilaksanakan untuk pengujian pada model regresi agar ditemukan korelasi antar variabel independen. Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik harusnya tidak mengalami korelasi sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebasnya. Apabila tidak terjadi korelasi antar variabel independen maka dapat dikatakan bahwa model regresi tersebut baik (Hernawati, 2018). Untuk mengetahui model regresi mengalami gejala multikolinieritas atau tidak, maka dapat dilihat pada nilai VIF < 10 . Apabila nilai menunjukkan < 10 maka model regresi dikatakan baik dan tidak terjadi adanya gejala multikolinieritas begitu pula dengan sebaliknya. Namun, apabila nilai menunjukkan > 10 ada gejala multikolinieritas yang dapat dilihat pada nilai tolerance. Dalam nilai tolerance, apabila hasilnya menunjukkan nilai yang mendekati nilai 1 maka model tersebut bebas dari gejala multikolinieritas, sedangkan jika nilai menjauh dari nilai 1 maka terjadi indikasi gejala multikolinieritas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier berganda ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah

autokorelasi. Autokorelasi terjadi apabila penyimpangan pada periode $t-1$ (sebelumnya) atau terjadi korelasi diantara kelompok observasi yang diurutkan menurut waktu (pada data time series). Uji autokorelasi pada penelitian ini menggunakan alat uji SPSS, dengan menggunakan uji Durbin-Watson, yakni membandingkan nilai $D-W$ dengan nilai d dari tabel Durbin Watson :

- Jika $D-W < d_L$, kesimpulannya pada data terdapat autokorelasi positif
- Jika $D-W > (4 - d_L)$, kesimpulannya pada data terdapat autokorelasi negative.
- Jika $d_U < D-W < (4 - d_U)$, kesimpulannya pada data tidak terdapat autokorelasi
- Jika : $d_L \leq D-W \leq d_U$ atau $4 - d_U \leq D-W \leq (4 - d_L)$, berarti tidak ada kesimpulan

3.6.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan suatu teknik statistika yang digunakan untuk mencari persamaan regresi dengan tujuan meramal nilai variabel dependen berdasarkan nilai-nilai variabel independen dan mencari kemungkinan kesalahan serta menganalisa hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen baik secara simultan maupun parsial. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji apakah variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara simultan maupun parsial. Pengujian analisis regresi linier berganda pada penelitian ini menggunakan alat uji SPSS. (Sugiyono, 2013) mengungkapkan, analisis regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : *Corporate Social Responsibility*

α : Konstanta

$\beta_1 \beta_2$: Koefisien Regresi

X1 : Profitabilitas

X2 : *Leverage*

e : Error

Regresi linier pada dasarnya menunjukkan bahwa variabel bebas yang dimaksud mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha=5\%$). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independent yang diuji secara bersama-sama (simultan) dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

3.6.4 Uji Kelayakan Model

1. Uji F

Uji statistik F dijalankan guna melihat apakah seluruh variabel bebasnya dalam model regresi memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap variabel terikatnya. Tingkat kepercayaan yang dipergunakan ialah 95% atau taraf signifikansi alfa 5% ($\alpha = 0,05$). Selain itu, uji ini dijalankan guna mengetahui seberapa layak model regresi yang dipakai untuk penelitian. Rumusan hipotesis statistiknya seperti berikut :

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$, artinya variabel secara independen (X1, X2) secara simultan atau bersamaan tidak mempengaruhi variabel dependennya (Y).

Ha : tidak semua β berharga nol, berarti variabel independennya (X1,X2) secara simultan atau bersamaan mempengaruhi variabel dependennya (Y).

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variabel independen terhadap variabel dependen atau mengenai pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi diukur menggunakan dengan nilai *Adjusted R-square* yang mana nilainya berkisar antara 0-1. Nilai R^2 yang hampir mendekati angka 1, berarti bahwa semakin tinggi kemampuan variabel independen dan semakin tepat dalam menjelaskan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Apabila nilai R^2 menjauhi angka 1 maka kemampuan dalam menjelaskan variabel independen dan memprediksi variasi variabel dependen sangat terbatas (Bahri, 2018). Terdapat kriteria yang digunakan untuk menganalisis koefisien determinasi (Hernawati, 2018) adalah :

- a. Jika K_d mendekati nol (0) berarti pengaruh variabel *Profitabilitas* terhadap variabel *Corporate Social Responsibility* tidak kuat.
- b. Jika K_d menjauhi nol (0) berarti pengaruh variabel *Leverage* terhadap variabel *Corporate Social Responsibility* kuat.

3.6.5 Uji t (Pengujian Hipotesis)

Nilai t diperoleh pada bagian *output* koefisien regresi. Uji ini dilakukan untuk menguji hipotesis pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen (Bahri,

2018). Untuk menguji hipotesis dapat digunakan statistik t dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

Pengujian tingkat signifikansi 5% (0,05) sebagai berikut :

- Nilai signifikansi $\geq 5\%$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya variabel Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap variabel *Corporate Social Responsibility*.
- Nilai signifikansi $\leq 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya variabel *Leverage* signifikan berpengaruh terhadap variabel *Corporate Social Responsibility*.

Uji hipotesis menggunakan uji t, yaitu untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013). Untuk uji hipotesis variabel penelitian ini adalah:

Uji Hipotesis variabel Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*:

- $H_0 : \beta \leq 0$, artinya Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.
- $H_{a1} : \beta > 0$, artinya Profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Uji Hipotesis variabel *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility* :

- $H_0 : \beta \leq 0$, artinya *Leverage* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.
- $H_{a2} : \beta > 0$, artinya *Leverage* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan penelitian ini adalah perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode penelitian 2021-2023. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Pengambilan sampel digambarkan pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Sampel Penelitian

KRITERIA	Tahun			JUMLAH
	2021	2022	2023	
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2021-2023.	178	178	178	857
Perusahaan Industri Dasar dan Kimia yang aktif terdaftar di BEI pada periode 2021-2023	73	73	73	219
Perusahaan yang belum menggunakan GRI di BEI pada periode 2021-2023	(2)	(1)	(1)	(4)
Perusahaan Tidak Mengungkapkan Laporan Lengkap di BEI pada periode 2021-2023	(6)	(7)	(6)	(19)
Perusahaan Tidak Menggunakan Satuan Rupiah di BEI pada periode 2021-2023	(8)	(8)	(8)	(24)
Perusahaan Yang Tidak Meraih Laba di BEI pada periode 2021-2023	(6)	(8)	(8)	(22)
Jumlah sampel per Tahun	51	49	50	150
Total sampel yang diteliti	150			

Sumber : Data Sekunder diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.1 hasil sampel dalam penelitian ini yaitu 150 sampel perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari periode 2021- 2023.

4.1.2 Hasil Analisis

4.1.2.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan gambaran atau deskripsi dari suatu data yang dapat dilihat dari standar deviasi, nilai rata-rata (mean), varian, maksimum, minimum, range dan sum (Ghozali, 2018). Hasil analisis deskriptif dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Hasil Uji Analisis Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviasi
Profitabilitas	150	0,565	0,919	0,95130	0,039093
Leverage	150	0,000	3,536	0,61661	0,592199
CSR	150	0,000	3,232	0,65669	0,665269

Sumber: Data Sekunder diolah, 2025

Pada tabel 4.2. menjelaskan bahwa nilai minimum terendah yaitu 0,000 terdapat pada variabel *leverage* dan pengungkapan CSR yaitu sebesar 0,000, untuk nilai maksimum tertinggi ditemukan pada variabel *leverage* sebesar 3,536, nilai rata-rata terbesar pada variabel profitabilitas yaitu sebesar 0,951 dan yang terakhir yaitu nilai standar penyimpangan (standar deviasi sebesar 0,665 terdapat pada variabel CSR.

4.1.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dipakai guna mengetahui apakah sebaran data di penelitian terdistribusi dengan normal ataupun tidak. Uji ini memakai metode *Kolmogorov Smirnov*.

Tabel 4.3
Rangkuman Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		150	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	,03799732	
Most Extreme Differences	Absolute	,091	
	Positive	,091	
	Negative	-,084	
Test Statistic		,091	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,393	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		,003
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,001
		Upper Bound	,004

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1314643744.

Sumber: Data Sekunder diolah, 2025.

Berdasarkan hasil perhitungan uji Kolmogorov Smirnov diketahui p-value ialah sebesar 0,393.

Nilai p-value ternyata lebih besar dari α ($p > 0,05$), disimpulkan bahwa variabel dependen dalam penelitian ini yaitu pengungkapan CSR memiliki sebaran data yang normal.

2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas ialah adanya hubungan yang sempurna antar beberapa variabel bebas di model regresi. Uji ini dilaksanakan guna mengetahui bila di model ada korelasi sempurna di tiap variabel bebasnya. Variabel yang tidak menyebabkan multikolinieritas dilihat di nilai VIF (*Vairance Inflation Factor*) yang lebih kecil dari 10. Selain itu, dilihat tidak terjadinya multikolinieritas bila $R^2 < 0,9$. D hasil analisis koefisien determinasi didapat bahwasanya nilai $R^2 < 0,9$.

Pada penelitian ini diperoleh *Tolerance Value* juga *Variance Inflation Factor* sebagaimana disajikan di pada table dibawah ini

Tabel 4.4
Rangkuman Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Toleransi	VIF	Kesimpulan
Profitabilitas	0,952	1,029	tidak terjadi multikolinearitas
Leverage	0,952	1,029	tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data Sekunder diolah, 2025.

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas, nampak bahwasanya model regresi itu tidak terjadinya multikolinieritas karena nilai VIF < 10 . Serta nilai Toleransi $> 0,1$; diperkuat di hasil uji

koefisien determinasi yang mencantumkan bahwasanya nilai R^2 adalah 0,874 hingga tidak melebihi 0,90

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas ini dipakai guna mengetahui apakah semua variabel bebas memiliki varian kesalahan pengganggu yang sama di model regresi. Kriteria dari uji ini ialah sig. < 0,05 artinya terjadinya heterokedastisitas. Dan jika sig. > 0,05 berarti tidak terjadinya heterokedastisitas.

Tabel 4.5

Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Sig	Kesimpulan
Profitabilitas	0,966	tidak terjadi heterokedastisitas
Leverage	0,102	tidak terjadi heterokedastisitas

Sumber: Data Sekunder diolah, 2025.

Di hasil itu di tingkatan signifikansi 5% semua koefisien regresi ini signifikan (lebih dari signifikansi > 0,05), disimpulkan tidak terjadinya heterokedastisitas di persamaan.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya) (Ghozali, 2018).

Tabel 4.6

Hasil Uji Autokorelasi

Nilai DW-hitung	dL	dU	4-dU
2,216	1,179	1,746	2,254

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2025

Hasil uji dikatakan lolos uji autokorelasi jika $DU < DW < 4-DU$, untuk mencari nilai DU kita dapat melihat jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berjumlah 150 sampel dengan 2 variabel independen kemudian mencari nilai DU pada tabel Durbin Watson maka nilai DU adalah 1,746. Setelah itu kita bisa melihat nilai DW pada tabel. Pada hasil uji diperoleh nilai 2,216 ($1,746 < 2,216 < 2,254$). Dari hasil uji autokorelasi dapat dinyatakan bahwa model terbebas autokorelasi.

4.1.2.3 Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menjawab pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Rangkuman hasil analisis untuk uji hipotesis terlihat pada berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Uji Determinan

Variabel	Unstandardized Coefficients
(Constant)	0,965
Profitabilitas	0,006
Leverage	0,012
R = 0,935	
R Squared = 0,874	
Adjusted R Square = 0,856	

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2025

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda (*multiple linier regression analysis*) dengan *software* SPSS versi 29. Analisis regresi linier berganda dapat dilakukan, karena antara dua variabel X

dan satu variabel Y terdapat hubungan kausalitet atau fungsional.

Adapun rumus analisis regresi linier berganda (*multiple linear regression analysis*) yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

- Y : Pengungkapan CSR
 α : Koefisien *intercept* (konstanta).
 X_1 : Profitabilitas
 X_2 : *Leverage*
 b_{1-2} : Koefisien bebas
e : Standar error (*epsilon*), yaitu pengaruh variabel lain yang tidak masuk ke dalam model, tetapi ikut mempengaruhi pengungkapan CSR.

Hasil analisis dengan menggunakan rumus analisis regres ilinier berganda (*multiple linear regression analysis*) adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,965 + 0,006X_1 + 0,012X_2$$

Dari persamaan tersebut di atas, dapat diperoleh penjelasan sebagai berikut :

- 1) $\alpha = 0,965$, jika X_1 (Profitabilitas), dan X_2 (*Leverage*), konstan atau tidak ada perubahan, maka

Y (Pengungkapan CSR) akan mengalami perubahan sebesar 0,965 satuan.

- 2) $X_1 = 0,006$, jika X_1 (Profitabilitas) terdapat pertambahan 1 satuan maka Y (Pengungkapan CSR) akan bertambah 0,006 satuan dengan asumsi X_2 (*Leverage*) konstan.
- 3) $X_2 = 0,012$, jika X_2 (*Leverage*) terdapat pertambahan 1 satuan maka Y (Pengungkapan CSR) akan bertambah 0,012 satuan dengan asumsi X_1 (Profitabilitas) konstan.

Berdasarkan angka koefisien regresi diketahui bahwa *leverage* merupakan variabel paling berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

2. Uji Ketepatan Model (Uji F/*Overall Test*).

Uji ketepatan model (uji F/ *overall test*) digunakan untuk melakukan pengujian signifikansi semua variabel bebas secara serentak atau bersama-sama terhadap variabel terikat. Jika hasil yang didapat dari pengujian tersebut nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika hasil yang didapat $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 4.8

Hasil Uji Ketepatan Model (Uji F/*Overall Test*)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1Regression	,013	2	,006	16,301	,015 ^b

Residual	,215	148	,001		
Total	,229	149			
a. Dependent Variable: DCSR_Y					
b. Predictors: (Constant), Lev_X2, Profit_X1					

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2025

Dari tabel diatas dapat dijelaskan hasil analisis Anova untuk uji F. Pada tabel terlihat nilai df (*degree of freedom*), yaitu df regresi 2 (dua) menunjukkan jumlah variabel bebas yang digunakan dalam penelitian, yaitu dua yang terdiri dari variabel profitabilitas dan variabel *leverage*. Selanjutnya adalah df residual, yaitu jumlah data yang dianalisis (150) dikurangi df regresi (2) sehingga jumlah df residual adalah 148, dan yang terakhir adalah df total menunjukkan jumlah total data yang diamati dikurangi 1, yaitu $150 - 1 = 149$.

Hasil uji ketepatan model (Uji F) dilihat dari nilai signifikan, sebesar 0,015 ($< 0,05$) sehingga uji ketepatan model (uji F) dalam penelitian ini terpenuhi.

3. Uji Ketepatan Parameter (Uji t /t test)

Uji ketepatan parameter (uji t/t test) dipergunakan untuk menentukan seberapa signifikan variabel-variabel Profitabilitas, dan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan industri dasar dan kimia.

Tabel 4.9
Hasil Uji t

	Model	Standardized Coefficients	t	Sig.
		Beta		
1	(Constant)		6,195	,019
	Profit_X1	,055	6,919	,036
	Lev_X2	,211	2,590	,011

a. Dependent Variable: DCSR_Y

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2025

Pada tabel dijelaskan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat pengungkapan CSR. Nilai *stadradized coefficeints beta* lebih sering disebut sebagai Beta, menjelaskan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat, jika bernilai positif artinya variabel bebas memberikan pengaruh terhadap variabel terikat dan jika bernilai negatif naka tidak ada pengaruh. Berdasarkan Tabel 4.9 variabel bebas profitabilitas, maupun variabel bebas *leverage* bernilai positif, artinya kedua variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel terikat. Kemudian pada nilai signifikansi terlihat untuk variabel profitabilitas sebesar 0,036, dan untuk variabel *leverage* sebesar 0,011 dimana kedua nilai tersebut < 0,05 sehingga terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel profitabilitas dan *leverage* terhadap pengukapan CSR.

4. Uji Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) dipakai guna mengukur besarnya kemampuan menerangkan dari variabel bebas kepada variabel terikat di model regresi

(*goodnes of fit*) di persamaan regresi. Nilai R^2 berkisar antara $0 < R^2 < 1$. Jika R^2 semakin mendekati 1, artinya model semakin tepat. Apabila nilai $R^2 = 1$ model itu sangat sempurna, dikarenakan sumbangan variabel bebas kepada variabel terikat ialah 100%. Model tidak bisa dipakai guna membuat ramalan jika $R^2 = 0$.

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilaksanakan sebagaimana tercantum pada Tabel 4.7, dengan 150 perusahaan yang menjadi sampel penelitian didapat nilai *R Square* (R^2) 0,874 juga nilai *Adjusted R Square* (*Adjusted R²*) 0,856. Di hasil perhitungan itu bisa disimpulkan bahwasanya model yang dipakai variabel bebasnya memberi sumbangan positif ialah 85,60% kepada variabel terikat. Sedang variabel lainnya yang memberi pengaruh kepada pengungkapan CSR pada perusahaan industri dasar dan kimia yang listing di BEI pada tahun 2021-2023, tapi tidak diikuti sertakan menjadi variabel di penelitian ini ialah 14,40%.

Tabel 4.10
Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Kode	Hipotesis	Hasil
H1	Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR	Diterima
H2	<i>Leverage</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR	Diterima

4.2 Pembahasan Hasil Antar Variabel

4.2.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Hal ini dibuktikan melalui nilai t sebesar 6,919 dan signifikansi sebesar 0,036, yang berada di bawah ambang batas signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR dapat diterima secara statistik. Temuan ini mencerminkan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, maka semakin besar kecenderungan perusahaan untuk mengungkapkan aktivitas CSR-nya secara lebih luas dan terstruktur.

Secara teoritis, hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan CSR dapat dijelaskan melalui teori legitimasi (*legitimacy theory*) dan teori pemangku kepentingan (*stakeholder theory*) (Istiqomah & Santoso, 2022). Teori legitimasi menekankan bahwa perusahaan berusaha untuk menjalankan aktivitas yang sejalan dengan nilai dan norma sosial yang berlaku, guna memperoleh legitimasi dari masyarakat. Dalam konteks ini, perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi cenderung memiliki sumber daya yang lebih besar untuk dialokasikan pada kegiatan sosial, lingkungan, dan etika bisnis lainnya sebagai bagian dari upaya mempertahankan legitimasi publik (Adom & Simatele, 2022). Sementara itu, teori pemangku kepentingan menggaris bawahi bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab untuk memenuhi harapan berbagai pemangku kepentingan seperti investor, karyawan, pelanggan, masyarakat, dan pemerintah. Profitabilitas yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk menjawab harapan-harapan tersebut melalui program CSR yang nyata dan transparan, serta dilaporkan secara memadai dalam laporan tahunan Perusahaan (Laksono & Kusumaningtias, 2021).

Dari perspektif ekonomi, perusahaan dengan profitabilitas tinggi juga memiliki motivasi strategis untuk memperkuat citra dan reputasi melalui pengungkapan CSR yang lebih intensif. Profitabilitas menunjukkan kinerja keuangan yang kuat dan menjadi sinyal positif bagi pemangku kepentingan bahwa perusahaan tidak hanya fokus pada pencapaian keuntungan jangka pendek, tetapi juga memperhatikan keberlanjutan usaha dalam jangka Panjang (Aulia et al., 2023). Dalam konteks ini, CSR menjadi instrumen penting untuk menunjukkan komitmen perusahaan terhadap prinsip-prinsip keberlanjutan (*sustainability*), tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*), dan tanggung jawab sosial. Perusahaan dengan profit yang tinggi juga cenderung lebih siap menghadapi tekanan regulasi maupun sosial terkait transparansi dan akuntabilitas, sehingga pengungkapan CSR menjadi bagian dari strategi komunikasi yang bertanggung jawab (Rahman & Masum, 2021).

Temuan ini juga didukung oleh beberapa hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara profitabilitas dan pengungkapan CSR. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh (Kartika, 2017), yang menyatakan bahwa profitabilitas merupakan salah satu faktor utama yang mendorong keterbukaan informasi CSR, karena perusahaan dengan profit tinggi memiliki insentif untuk membangun reputasi positif dan mendapatkan dukungan dari masyarakat dan regulator.

Selain itu, studi oleh Nurwahidah et al., (2019) dalam konteks perusahaan di Malaysia juga memperkuat temuan ini. Perusahaan menemukan bahwa perusahaan yang lebih menguntungkan cenderung lebih banyak mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan dalam laporan keuangan perusahaan. Penjelasan yang relevan adalah bahwa perusahaan yang memiliki surplus dana dari profitabilitas yang tinggi dapat mengalokasikan sebagian dari dana tersebut untuk

melaksanakan program tanggung jawab sosial tanpa membahayakan posisi keuangan perusahaan. Hal ini berbeda dengan perusahaan yang memiliki profitabilitas rendah, di mana keterbatasan dana cenderung membuat aktivitas CSR menjadi prioritas yang lebih rendah.

Dalam kerangka sektor industri dasar dan kimia yang menjadi fokus kajian ini, pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR menjadi sangat relevan. Industri ini dikenal sebagai sektor yang memiliki dampak lingkungan yang cukup signifikan, baik dari sisi emisi, limbah, maupun konsumsi energy. Oleh karena itu, tekanan dari masyarakat dan regulator agar perusahaan di sektor ini bertanggung jawab terhadap lingkungan sangat tinggi. Perusahaan yang mampu mencapai profitabilitas tinggi memiliki kesempatan lebih besar untuk membangun sistem CSR yang komprehensif, seperti pengelolaan limbah yang ramah lingkungan, efisiensi energi, serta program pemberdayaan masyarakat sekitar pabrik atau tempat operasional. Dengan demikian, profitabilitas tidak hanya menjadi indikator kinerja finansial, tetapi juga menjadi fondasi untuk memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungan yang lebih besar (Ekowati et al., 2023).

Selain itu, ketika perusahaan mencatatkan profit yang tinggi, manajer cenderung memanfaatkan kondisi tersebut untuk meningkatkan persepsi positif terhadap perusahaan melalui aktivitas CSR yang diungkapkan secara terbuka kepada publik. Hal ini dimaksudkan agar investor melihat bahwa manajer tidak hanya berfokus pada kinerja jangka pendek, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan sebagai bagian dari strategi bisnis jangka panjang (Jensen & Meckling, 2017).

Namun demikian, penting pula untuk dicatat bahwa pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR juga dapat dipengaruhi oleh faktor kontekstual lainnya, seperti struktur kepemilikan, ukuran

perusahaan, tekanan publik, serta keberadaan regulasi yang mewajibkan pelaporan CSR. Dalam konteks Indonesia, Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas serta Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No. 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan, telah mendorong perusahaan untuk menyusun laporan keberlanjutan yang mencakup aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola (LST/ESG). Oleh karena itu, walaupun profitabilitas menjadi pendorong utama, keberadaan regulasi dan ekspektasi pasar juga memainkan peran penting dalam mendorong praktik pengungkapan CSR yang lebih baik.

4.2.2 Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan CSR

Hasil analisis statistik memperlihatkan bahwa *leverage* perusahaan sektor industri dasar dan kimia memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Nilai t sebesar 2,590 dan signifikansi sebesar 0,011 yang berada di bawah ambang batas signifikansi 0,05 menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan adanya hubungan positif antara *leverage* dan pengungkapan CSR dapat diterima secara statistik. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat *leverage* perusahaan, semakin besar pula kecenderungan perusahaan untuk mengungkapkan aktivitas CSR dalam laporan publik perusahaan.

Leverage mengacu pada struktur permodalan perusahaan, khususnya proporsi penggunaan utang dalam membiayai operasional perusahaan. Rasio *leverage* yang tinggi berarti bahwa perusahaan lebih banyak mengandalkan sumber dana eksternal (hutang) dibandingkan ekuitas (Dwiyani, 2019). Dalam kerangka teoritis, hubungan antara *leverage* dan pengungkapan CSR dapat dijelaskan melalui *agency theory* dan *legitimacy theory*. Berdasarkan *agency theory*, adanya utang menciptakan potensi konflik kepentingan antara

pemegang saham, manajer, dan kreditur. Untuk mengurangi asimetri informasi dan meredam kekhawatiran kreditur, manajemen perusahaan memiliki insentif untuk meningkatkan transparansi, salah satunya melalui pengungkapan CSR (Le et al., 2018). Dengan menunjukkan bahwa perusahaan bertanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial, manajemen berupaya memperkuat citra perusahaan di mata kreditur sebagai entitas yang kredibel dan berkelanjutan.

Sementara itu, *legitimacy theory* menekankan bahwa perusahaan harus mampu menunjukkan bahwa perusahaan beroperasi sesuai dengan nilai dan norma sosial masyarakat. *Leverage* tinggi sering kali diasosiasikan dengan risiko finansial yang lebih besar. Oleh karena itu, perusahaan dengan leverage tinggi cenderung melakukan pengungkapan CSR sebagai bentuk legitimasi sosial untuk mempertahankan kepercayaan publik, termasuk pihak pemberi pinjaman, pemasok, pelanggan, hingga regulator (Dwiyani, 2019). CSR dalam konteks ini berfungsi sebagai instrumen legitimasi bahwa perusahaan tidak hanya fokus pada kinerja keuangan jangka pendek, tetapi juga memperhatikan keberlanjutan dan tanggung jawab sosial jangka panjang.

Lebih lanjut, perusahaan yang memiliki beban utang yang tinggi juga menghadapi tekanan untuk menjaga hubungan baik dengan investor dan kreditur. Salah satu cara untuk menumbuhkan kepercayaan adalah dengan menunjukkan komitmen terhadap prinsip-prinsip tata kelola yang baik dan keberlanjutan. Dalam konteks ini, pengungkapan CSR menjadi bagian dari strategi komunikasi eksternal yang bertujuan untuk memproyeksikan manajemen risiko yang baik serta kesadaran terhadap aspek lingkungan dan sosial (Gunardi et al., 2021). Dengan mengungkapkan program-program CSR secara transparan, perusahaan berupaya meyakinkan pemangku kepentingan

bahwa perusahaan memiliki kapabilitas dan tanggung jawab dalam mengelola risiko yang melekat pada tingginya tingkat *leverage* (Iftikhar, 2017).

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan adanya hubungan positif antara *leverage* dan pengungkapan CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Trout et al., (2022) menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat utang yang tinggi lebih cenderung mengungkapkan lebih banyak informasi CSR untuk meredakan kekhawatiran kreditur. Hasil serupa juga diperoleh oleh Fachrudin, (2023) yang menyatakan bahwa *leverage* merupakan salah satu faktor yang signifikan dalam mendorong pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, terutama di sektor-sektor industri dengan intensitas modal tinggi seperti industri kimia dan dasar. Penelitian di Indonesia oleh Sudarmi & Nur, (2018) juga mendukung temuan ini, di mana perusahaan dengan struktur modal yang lebih tinggi menunjukkan tingkat pengungkapan CSR yang lebih luas dalam laporan tahunannya.

Dalam konteks industri dasar dan kimia, hubungan ini menjadi semakin relevan mengingat sektor ini cenderung memiliki karakteristik kebutuhan modal yang besar serta eksposur lingkungan yang tinggi. Perusahaan-perusahaan di sektor ini sering terlibat dalam kegiatan yang dapat menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan seperti penggunaan bahan kimia berbahaya, limbah industri, dan emisi karbon (Rusmana & Purnaman, 2020). Oleh karena itu, tingkat *leverage* yang tinggi dalam sektor ini memunculkan tekanan ganda: di satu sisi harus memenuhi kewajiban finansial kepada kreditur, di sisi lain harus mempertanggungjawabkan dampak operasional terhadap masyarakat dan lingkungan. Pengungkapan CSR menjadi instrumen penting untuk menjawab kedua tantangan tersebut secara bersamaan (Indrajaya & Herlina, 2018).

Di samping itu, perusahaan dengan *leverage* tinggi juga memiliki motivasi reputasional dalam mengungkapkan CSR. Dalam dunia bisnis yang semakin menuntut transparansi, perusahaan yang memiliki kewajiban utang besar berisiko dinilai tidak stabil secara keuangan. Untuk mengimbangi persepsi risiko tersebut, perusahaan cenderung mengadopsi strategi pengungkapan CSR secara aktif guna membangun reputasi sebagai perusahaan yang peduli dan bertanggung jawab (Razak et al., 2022).

Namun, penting juga dicermati bahwa meskipun *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, arah hubungan ini tidak bersifat mutlak dalam seluruh kondisi. Beberapa studi menemukan bahwa perusahaan dengan tingkat utang yang sangat tinggi justru dapat mengalami keterbatasan dalam melaksanakan program CSR karena tekanan likuiditas dan kewajiban pembayaran bunga (Felicia, 2020). Dalam hal ini, pengaruh *leverage* terhadap CSR dapat bersifat non-linear, tergantung pada kapasitas manajemen dalam mengelola beban utang secara efektif. Akan tetapi, hasil analisis statistik dalam penelitian ini yang menunjukkan signifikansi pada tingkat 0,011 memberikan bukti kuat bahwa dalam rentang *leverage* yang dimiliki perusahaan industri dasar dan kimia di BEI selama 2021–2023, pengaruhnya terhadap pengungkapan CSR tetap signifikan dan positif.

Dalam era bisnis modern yang menuntut integrasi antara kinerja ekonomi dan keberlanjutan sosial, *leverage* tidak lagi sekadar aspek finansial teknis, melainkan menjadi salah satu indikator penting dalam strategi komunikasi dan reputasi perusahaan. Oleh karena itu, pengungkapan CSR bukan hanya bentuk kepatuhan formal, tetapi juga merupakan alat strategis yang digunakan perusahaan dengan *leverage* tinggi untuk memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan dan membangun keberlanjutan jangka panjang (Ratuela et al., 2022).

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis tentang pengaruh Profitabilitas dan *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di BEI tahun 2021-2023. Dari uji-uji yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan secara ringkas dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh positif dan signifikan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI periode 2021 - 2023. Hal ini menunjukkan bahwa jika semakin tinggi/ besar profitabilitas maka nilai CSR juga akan meningkat. Kesimpulan ini juga sejalan dengan dunia bisnis modern yang semakin menuntut akuntabilitas sosial, pengungkapan CSR yang didorong oleh kinerja keuangan yang solid menjadi kunci untuk mencapai keberlanjutan bisnis yang sesungguhnya.
2. Pengaruh positif dan signifikan *leverage (DER)* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI periode 2021 - 2023. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi/ besar *leverage* maka nilai CSR juga akan semakin besar. Kesimpulan ini juga sejalan bahwa pengelolaan struktur modal perusahaan tidak hanya berkaitan dengan efisiensi finansial, tetapi juga memiliki implikasi strategis terhadap akuntabilitas sosial dan keberlanjutan perusahaan secara keseluruhan.

5.2 Saran

Saran yang dapat peneliti berikan berkaitan dengan hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu memecahkan masalah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Perusahaan diharapkan lebih fokus pada pengelolaan profitabilitas dan *leverage* untuk memaksimalkan pengungkapan CSR, yang akan menciptakan hubungan harmonis dengan masyarakat, meningkatkan loyalitas produk, serta mendapatkan dukungan yang pada akhirnya dapat meningkatkan laba dan membantu menutupi hutang perusahaan.

2. Bagi Investor

Hasil penelitian ini bisa dijadikan masukan bagi investor maupun calon investor untuk mempertimbangkan faktor profitabilitas maupun *leverage* pada pengungkapan CSR di perusahaan manufaktur sebelum membeli saham pada perusahaan tersebut.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Waktu penelitian hanya 3 (tiga) tahun yaitu pada tahun 2021-2023 dan sampel yang digunakan hanya perusahaan manufaktur industri dasar dan kimia, dan belum meliputi seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI.

5.4 Agenda Penelitian Mendatang

Diharapkan untuk penelitian selanjutnya untuk meneliti lebih lanjut mengenai hal-hal lain yang dapat memengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* atau dapat menambah variabel. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia, penelitian selanjutnya hendaknya dilakukan pada sektor perusahaan lain di luar perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia, agar diperoleh data yang lebih baik dan memiliki cakupan yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adom, R. K., & Simatele, M. D. (2022). The role of stakeholder engagement in sustainable water resource management in South Africa. *Natural Resources Forum*, 46(4), 410–427. <https://doi.org/10.1111/1477-8947.12264>
- Anggraini, F. R. R. (2006). Pengungkapan informasi sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan (Studi empiris pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi*, 9(23–26).
- Anwar, S., Haerani, S., & Pagalung, G. (2010). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dan Harga Saham. Online.*
- Astuti, D. W. (2019). Pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial. *Akuntansi Dewantara*, 3(2), 179–191.
- Atmojo, F. W., & Yuliandhari, W. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2018. *EProceedings of Management*, 7(2).
- Aulia, A., Febriyanti, F., & Umi, L. P. (2023). Trend analysis of ESG disclosure on green finance performance in Indonesia, Malaysia & Singapore Exchanges. *Jurnal Akuntansi: Kajian Ilmiah Akuntansi (JAK)*, 10(1).
- Bahri, S. (2018). Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS. Penerbit Andi (Anggota Ikapi). Percetakan Andi Offset. Yogyakarta.
- Belinda, A. W., Dewi, A. K., & Nurmala, N. (2023). Pengaruh Leverage Dan

- Umur Perusahaan Terhadap CsrD Pada Perusahaan Pertambangan Di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 7(2), 421–432.
- Dewi, N., & Suaryana, I. (2015). Pengaruh Profitabilitas dan Kepemilikan Asing Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 13(1), 84–98.
- Dwiyani Sudaryanti, A. D. (2019). *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia* ANALISIS PREDIKSI KONDISI KESULITAN KEUANGAN DENGAN MENGGUNAKAN RASIO LIKUIDITAS , PROFITABILITAS , FINANCIAL Pendahuluan. 13(2), 101–110. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i2.120>
- Ekowati, Y., Widiastuti, N. P. E., & Mulyantini, S. (2023). The Role of Foreign Ownership in The Implementation of Green Economy in Hospitality Companies in Indonesia. *Eduvest-Journal of Universal Studies*, 3(4), 767–779.
- Fachrudin, K. A. (2023). Determination of Corporate Social Responsibility Disclosure Using Firm Size as a Moderation Variable in Palm Oil Companies. *Journal Of Sicao Science*, 04(40), 1048–1064.
- Felicia, V. (2020). *PENGARUH BELANJA MODAL, BELANJA PEGAWAI, LEVERAGE, DAN PERTUMBUHAN EKONOMI TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KABUPATEN/KOTA DI PROVINSI MALUKU TAHUN 2014–2018*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. BP Universitas Diponegoro.
- Giri, A., & Nyoman, I. G. A. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 17, 1752–1779.
- Gray, R., Owen, D., & Maunders, K. (1988). Corporate social reporting: emerging

trends in accountability and the social contract. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 1(1), 6–20.

Gunardi, E. J., Widianingsih, L. P., & Ismawati, A. F. (2021). *The value relevance of environmental performance, corporate social responsibility disclosure, and return on equity*.

Hakri, T. D., Kurnia, P., & Nasir, A. (2013). Pengaruh kepemilikan manajerial, leverage, profitabilitas, ukuran, dan umur perusahaan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan pada perusahaan food and beverage yang terdaftar di BEI. *Jurnal Ekonomi Universitas Riau*, 21(04), 8705.

Hernawati, M. (2018). *Analisis Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institutional, Komite Audit, Manajemen Laba Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tindakan Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2017)*.

Hery, S. E. (2015). *Pengantar Akuntansi*. Gramedia Widiasarana Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=gsBGDwAAQBAJ>

Iftikhar, R. M. (2017). Impact of cash holding on firm performance: A case study of non-financial listed firms of KSE. *University of Haripur Journal of Management (UOHJM)*, 2(1), 189–199.

Indrajaya, G., & Herlina. (2018). Pengaruh Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan, Tingkat Pertumbuhan, Profitabilitas dan Resiko Bisnis Terhadap Struktur Modal. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 6, 1–23.

Irmayanti, K. N. D., & Mimba, N. P. S. H. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Kepemilikan Asing pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 23(3), 1932–1954.

- Istiqomah, Z. G., & Santoso, E. B. (2022). Penentuan Kinerja Pelayanan Infrastruktur di Kawasan Industri dalam Rangka Mendukung Kota Batam sebagai Kawasan Free Trade Zone. *Jurnal Teknik ITS*, 11(3), C157–C162.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (2017). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Labetubun, M. A. H., Nugroho, L., Pinem, D., Mukhtadi, M., Sinurat, J., Pusporini, P., Umiyati, H., Hendrayani, Y., Anwar, K., & Lahallo, F. F. (2022). *CSR PERUSAHAAN “Teori Dan Praktis Untuk Manajemen Yang Bertanggung Jawab.”* Penerbit Widina.
- Laksono, B. S., & Kusumaningias, R. (2021). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan Sektor Aneka Industri Tahun 2016-2018. *Jurnal Akuntansi Unesa*, 9(2), 1–12.
- Le, H., Tran, P. L., Ta, T. P., & Vu, D. M. (2018). Determinants of corporate cash holding: evidence from UK listed firms. *Business and Economic Horizons*, 14(3), 561–569.
- Noegroho, Y. A. K., & Saefatu, A. S. (2022). Pengaruh Tingkat Profitabilitas Terhadap CSR (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Sektor Semen, Keramik, Porselen Dan Kaca Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2018-2020). *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(4), 4240–4248.
- NOVITASARI, F. C. (2021). *PENGARUH PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE DENGAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE SEBAGAI VARIABEL MODERATING Studi Pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017–2019*. STIE Malangkeucewara.
- Nurwahidah, N., Husnan, L. H., & Ap, I. N. N. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Dan

Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Real Estate Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Magister Manajemen Unram Vol*, 8(4).

Pradnyana, K. D. D., & Putra, I. M. P. D. (2018). Moderasi Corporate Social Responsibility Pada Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 24(1), 253–281.

Rahman, M. M., & Masum, M. H. (2021). Extent of corporate social responsibility disclosure: evidence from Bangladesh. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 563–570.

Ratuela, G. J., Kalangi, L., & Warongan, J. D. L. (2022). PENGARUH PROFITABILITAS, SALES GROWTH, LIKUIDITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP FINANCIAL DISTRESS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2018 –2020. *JURNAL RISET AKUNTANSI DAN AUDITING" GOODWILL"*, 13(1), 113–125.

Razak, R., Yunus, R., Hasbi, M. R., & Rajab, M. (2022). IMPLEMENTASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL PT VALE INDONESIA DALAM MENINGKATKAN KEBERDAYAAN DAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT SEKITAR PERUSAHAAN. *Jurnal Neo Societal*, 7(1).

Rivandi, M. (2021). Pengaruh struktur kepemilikan terhadap pengungkapan corporate social responsibility. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuangan Publik*, 16(1), 21–40.

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.

Rofiqkoh, E., & Priyadi, M. P. (2016). Pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial

- perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 5(10).
- Rusmana, O., & Purnaman, S. M. N. (2020). Pengaruh pengungkapan emisi karbon dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 22(1), 42–52.
- Santoso, A. G., & Dillak, V. J. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan Media terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Proceeding of Management*, 6(2), 3535–3542.
- Sari, R. A. (2012). Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap corporate social responsibility disclosure pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia. *Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 1(2), 124–140.
- Satriana, G. C. (2017). *PENGARUH LIKUIDITAS, PETUMBUHAN PENJUALAN, EFISIENSI MODAL KERJA, DAN LEVERAGE TERHADAP PROFITABILITAS (Studi Kasus Pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Tahun 2008-2014)*. Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Setyastrini, N. L. P., & Wirajaya, I. G. A. (2017). Intensitas pengungkapan corporate social responsibility: pengujian dengan manajemen laba akrual dan riil. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 19(1), 337–366.
- Siagian, S., Frediansyah, F., Sari, N. P., Alimni, A., & Ismail, I. (2023). ANALISIS YURIDIS PENERAPAN PRODUK HUKUM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM PEMBANGUNAN DAERAH. *QIYAS: JURNAL HUKUM ISLAM DAN PERADILAN*, 8(1), 103–114.
- Sudarmi, E., & Nur, T. (2018). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI CASH HOLDINGS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERCATAT DI BURSA EFEK INDONESIA. *Sereal Untuk*, 51(1), 51.

- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sukmawati, L. (2023). Implementasi CSR (Corporate Social Responsibility) di PT. PJB UBJOM Pacitan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(1), 36–41.
- Sularsih, H. (2022). Profitabilitas, likuiditas dan leverage terhadap corporate social responsibility (CSR) pada perusahaan terdaftar di BEI Tahun 2017-2020. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(2), 451–460.
- Trout, K. E., Chen, L.-W., Wilson, F. A., Tak, H. J., & Palm, D. (2022). The impact of meaningful use and electronic health records on hospital patient safety. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(19), 12525.
- Tua, S. M. (2021). Pengaruh Likuiditas dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2019. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 227–244.
- Wahyuningsih, A., & Mahdar, N. M. (2018). Pengaruh size, leverage dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 5(1), 27–36.
- Wibisono, Y. (2007). *Membedah konsep & aplikasi CSR: corporate social responsibility*. Fascho Pub.
- Wilangga, I. D. (2020). *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Winanti, E., Nurlaela, S., & Titisari, K. H. (2017). Pengaruh Rasio Likuiditas, Rasio Produktivitas, Rasio Profitabilitas, Dan Rasio Solvabilitas Terhadap

Peringkat Sukuk. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 18(01).

Wulandari, S., & Zulhaimi, H. (2017). Pengaruh profitabilitas terhadap corporate social responsibility pada perusahaan manufaktur dan jasa yang terdaftar di BEI. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 1477–1488.

Yovana, D. G., & Kadir, A. (2020). Pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR). *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 21(1).

<https://www.asean-csr-network.org/c/news-a-resources/media-coverage/920-riset-temukan-kualitas-csr-perusahaan-indonesia-rendah>

<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20220909131333-12-845629/klhk-bidik-tersangka-korporasi-kasus-pencemaran-lingkungan-riau>

<https://www.kompas.id/baca/humaniora/2023/08/14/kelola-dan-buang-limbah-b3-ilegal-direktur-perusahaan-peleburan-logam-ditahan>

<https://www.idx.co.id/>

