

PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DENGAN GROWTH SEBAGAI VARIABEL MODERASI

**Yura Karlinda Wiasa Putri¹⁾
I Made Endra Lesmana Putra²⁾**

¹⁾Universitas Mahasaraswati Denpasar, ²⁾Universitas Hindu Indonesia; Surel: yurakarlinda@unmas.ac.id

Abstract: The Influence of Company Characteristics on Corporate Social Responsibility with Growth as A Moderation Variable. Corporate Social Responsibility (CSR) is a concept where companies take responsibility for the social, environmental and economic impacts of their business operations. This research aims to find out and obtain empirical evidence regarding the influence of company size, company age, leverage on corporate social responsibility with company growth as a moderating variable in manufacturing companies listed on the BEI in 2019-2021. The sample in this research was 30 MANUFACTURING companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2021. Determination of the sample using the purposive sampling method. The analysis technique used is MRA. The research results show that growth is only able to moderate the relationship between company age and CSR, and is not able to moderate the direct relationship between size and leverage.

Keyword: corporate social responsibility, size, company age, leverage, company growth

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah konsep di mana perusahaan mengambil tanggung jawab terhadap dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dari operasi bisnis mereka. Dalam beberapa tahun terakhir, dijabarkan pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur selama 3 periode sebagai berikut:

Tabel 1. Persentase Pengungkapan CSR 2019-2021

| Tahun | Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI | Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI yang mengungkapkan CSR | Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI yang mengungkapkan CSR (dalam %) |
|-------|---|--|--|
| 2021 | 218 | 55 | 25% |
| 2020 | 196 | 51 | 26% |
| 2019 | 183 | 47 | 25% |

Sumber: www.idx.com (data diolah)

Berdasarkan data diatas, perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami peningkatan baik dalam jumlahnya maupun pengungkapan yang dilakukan perusahaan setiap tahun selama periode penelitian. Meskipun demikian, tingkat konsistensi perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) masih perlu diperhatikan lebih lanjut untuk memastikan keberlanjutan dan integritas CSR sebagai faktor penentu utama dalam kelangsungan perusahaan. Jika dilihat dari dampaknya perusahaan manufaktur seharusnya bisa lebih menunjukkan bagaimana perusahaan tersebut bisa mempertahankan hubungan antara perusahaan dan para *stakeholder* melalui kegiatan CSR perusahaan (Abidin & Lestari, 2020)

Jika dilihat skala secara luas sudah banyak perusahaan yang mengeluarkan program CSR dengan dampak positif seperti USLP diluncurkan PT. Unilever (Saputra, 2019) serta CDM yang dikeluarkan PT Indocement Tunggul Prakarsa (Sari & Priyadi, 2020). Pemerintah telah membuat regulasi mengenai laporan CSR tersebut namun implementasi belum optimal terutama dalam hal pemberdayaan masyarakat. Perusahaan memiliki beberapa karakteristik yang membedakan perusahaan yang satu dengan yang lainnya yang berdampak pada pelaporan CSR itu sendiri. Karakteristik utama yang sering digunakan oleh pengguna laporan perusahaan untuk menilai perbedaan antara perusahaan itu adalah dari segi ukuran, umur, serta *leverage* nya masing-masing perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan suatu penilaian yang digunakan untuk mengukur seberapa besar atau kecilnya perusahaan dengan melihat total *asset* perusahaan, jumlah SDM, serta besarnya penjualan perusahaan selama satu periode pelaporan keuangan. Perusahaan yang lebih besar memiliki lebih banyak sumber daya karena akses untuk mengembangkan dan mendistribusikan *output* nya tentu lebih besar dibandingkan perusahaan dengan skala yang kecil. Bangun & Diana (2019) serta Sari & Riharjo (2021) menemukan bahwa ukuran perusahaan ini memiliki pengaruh yang positif terhadap CSR.

Faktor lainnya yaitu umur perusahaan menunjukkan waktu yang dimiliki perusahaan untuk terus mempertahankan perusahaannya tetap berdiri dalam menghadapi kesulitan serta hambatan yang pernah terjadi selama jalannya operasional perusahaan. Semakin panjang umur suatu perusahaan artinya eksistensi perusahaan itu telah lama dan memiliki nilai tersendiri bagi investor sehingga meningkatkan kepercayaan untuk melakukan investasi. Bangun & Diana (2019) serta Sari & Riharjo (2021) memberikan bukti empiris bahwa umur

perusahaan berpengaruh positif pada CSR. Penelitian lainnya milik Prakoso & Fidiana (2020) menemukan bahwa umur tidak ada pengaruhnya dengan pelaporan CSR.

Terakhir karakteristik perusahaan yang dilihat dari rasio utang yang digunakan perusahaan atas modal yang dimiliki perusahaan. Modal merupakan bentuk kemampuan perusahaan menjalankan operasionalnya, untuk melihat nilai rasio *leverage* diperoleh dari perbandingan utang dan modal tersebut. Bangun & Diana (2019) serta Sari & Riharjo (2021) menemukan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Erjon & Rasyid (2021) serta Yovana & Kadir (2020) memberikan bukti empiris yang tidak sama bahwa *leverage* tidak berpengaruh pada pelaporan CSR. Penelitian lainnya milik Purba & Candradewi (2019) menemukan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif pada CSR.

Dari penjelasan tersebut dapat terlihat meskipun telah banyak yang melakukan penelitian mengenai pengungkapan CSR dipengaruhi oleh berbagai faktor sampai saat ini masih terjadi inkonsistensi hasil yang membuktikan masih ada bias dalam penelitian sehingga dalam penelitian ini peneliti menambahkan *growth* sebagai moderasi untuk menghilangkan bias penelitian tersebut. Dalam mengukur pertumbuhan dapat digunakan pertumbuhan aset (*assets growth*). Semakin meningkat nilai aset yang dimiliki perusahaan mengisyaratkan semakin bertambah baik sebuah perusahaan sekaligus menunjukkan semakin besar skala produksi yang dimiliki perusahaan, sehingga dalam situasi tersebut perusahaan di yakini mampu untuk meningkatkan jumlah pengungkapan *corporate social responsibility*.

Penelitian ini dilaksanakan berdasarkan pada ketidakkonsistenan penelitian terdahulu yang telah diuraikan sebelumnya. Dari penelitian-penelitian tersebut masih terdapat banyak perbedaan dan tidak konsistennya hasil penelitian yang dilakukan. Hal ini disebabkan karena adanya perbedaan variabel dependen dan independen, populasi, objek, dan periode waktu penelitian yang dilakukan. Berdasarkan *reaserch gap* yang diperoleh peneliti karena adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian sebelumnya dan uraian latar belakang yang sudah dijelaskan maka hipotesis yang dibentuk dari penelitian ini antara lain:

Size, Growth, dan CSR

Size adalah skala perusahaan dilihat dari *asset*, penjualan, SDM, serta kapitalisasi pasarnya. Perusahaan dengan *size* yang lebih besar biasanya dituntut memiliki pelaporan yang lebih lengkap dibandingkan perusahaan dengan *size* yang lebih kecil. Ukuran perusahaan yang besar artinya memiliki kondisi keuangan yang lebih baik, sehingga sangat

mungkin perusahaan tersebut melakukan pembiayaan kegiatan CSR. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar sudah tentu mendapatkan perhatian yang lebih tinggi dari masyarakat sehingga kebutuhannya untuk melakukan CSR menjadi lebih tinggi. Selain itu, dengan pertumbuhan perusahaan menunjukkan peningkatan aspek finansial dalam perusahaan dimana hal tersebut membuat perusahaan dapat menciptakan nilai laba yang lebih tinggi. Umumnya investor sangat mempertimbangkan hal tersebut untuk melakukan investasi pada perusahaan. *Growth* juga digunakan sebagai pengukuran kemampuan perusahaan untuk mempertahankan keberadaaan dari segala hal terkait ekonomi. Sehingga hal tersebut berjalan seiringan perusahaan yang besar artinya memiliki tingkat pertumbuhan yang lebih baik dan lebih sukarela melakukan pengungkapan CSR, maka hipotesis yang diajukan:

H1: Growth memperkuat pengaruh size terhadap pengungkapan CSR

Umur, *Growth*, dan CSR

Umur perusahaan menjadi salah satu faktor penentu apakah pengungkapan CSR menjadi suatu kebutuhan yang harus dilakukan dengan keberlangungan usaha yang panjang atau pengungkapan CSR tersebut hanya sebatas kegiatan yang dapat diabaikan. Perusahaan yang telah lama beroperasi dapat memiliki hubungan lebih mapan dan lebih peka terhadap *stakeholdernya* ini akan mengarah pada pengembangan praktik CSR perusahaan yang lebih berkelanjutan. Jika dilihat dari pertumbuhannya, perusahaan yang memiliki nilai *growth* yang lebih tinggi akan menjadi pertimbangan bagi investor mengenai positif atau negatifnya keberadaan perusahaan tersebut. Ketika perusahaan mengalami pertumbuhan artinya kompleksitas operasionalnya juga bertambah, tentu mempengaruhi interaksi perusahaan dengan *stakeholder* serta lingkungannya. Adanya *growth* perusahaan membuat perusahaan lebih mementingkan keberadaan sosialnya yang erat kaitannya dengan pelaporan CSR. Perusahaan dengan umur yang lebih panjang artinya memiliki *growth* yang tinggi sehingga menghadapi kebutuhan untuk meningkatkan citra perusahaan yang bisa diperoleh dengan melakukan pelaporan CSR., maka dapat disampaikan hipotesis kedua dalam penelitian ini yaitu:

H2: Growth memperkuat pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan CSR

Leverage, Growth, dan CSR

Leverage yang tinggi dapat diartikan bahwa semakin banyak aset perusahaan yang dibiayai oleh utang, dalam hal ini dapat dikatakan bahwa eksistensi perusahaan bergantung pada kepercayaan kreditur meminjamkan utang pada perusahaan. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi menggambarkan komposisi total *debt* yang lebih besar dibandingkan dengan total ekuitas sehingga menyebabkan beban perusahaan terhadap pihak kreditur semakin besar. Apabila dilihat dari sisi pertumbuhan, *growth* merupakan faktor penentu kinerja keuangan. Rasio dari *growth* itu sendiri menunjukkan indikasi perusahaan dalam kegiatan perekonomian secara global. *Growth* merupakan gambaran dari keinginan perusahaan untuk terus hidup dan bertahan dari gempuran perusahaan-perusahaan *start-up* dan juga perusahaan sejenis lainnya. Perusahaan biasanya akan melakukan pengungkapan yang lebih lengkap untuk memperoleh respon positif dari publik untuk mempertahankan keberlangsungan hidupnya, maka dari itu perusahaan dengan *growth* yang tinggi memiliki pelaporan CSR yang lebih lengkap dibandingkan perusahaan yang tidak mengalami pertumbuhan. Hasibuan *et. al.*, (2020) menunjukkan bahwa *growth* berpengaruh positif pada pengungkapan CSR, maka hipotesis terakhir dalam penelitian ini,

H3: Growth memperkuat pengaruh leverage terhadap pengungkapan CSR

METODE

Lokasi penelitian adalah perusahaan manufaktur di BEI periode 2019-2021 dengan kondisi seluruh item pengungkapan yang diperlukan dalam penelitian dapat diakses melalui www.idx.co.id. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah *observasi non partisipan*, sehingga dalam penelitian ini menggunakan 90 perusahaan amatan sebagai sampelnya. Variabel penelitian dibagi menjadi tiga, independen (*size*, umur, *leverage*), dependen (CSR), serta moderasi (*growth*). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Penelitian ini menggunakan variabel moderasi maka teknik analisa data yang digunakan adalah MRA, dengan lolos pengujian asumsi klasik sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum melakukan regresi atas keseluruhan data amatan, peneliti melakukan pengujian normalitas disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 2. Uji Normalitas
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 90 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | .03815504 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .094 |
| | Positive | .060 |
| | Negative | -.094 |
| Test Statistic | | .094 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .068 ^c |
| a. Test distribution is Normal. | | |
| b. Calculated from data. | | |

Sumber: data diolah, 2024

Tabel di atas menunjukkan nilai signifikansi $0,068 > 0,05$ sehingga data penelitian dapat digunakan karena sudah berdistribusi secara normal. Selanjutnya data juga harus lolos pengujian heteroskedastisitas.

**Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas
 Coefficients^a**

| Model | Unstandardized | | Standardized | t | Sig. |
|--------------|----------------|------------|--------------|-------|------|
| | Coefficients | | | | |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | .011 | .049 | | .235 | .815 |
| Size | .000 | .002 | .031 | .268 | .789 |
| Umur | .000 | .000 | .085 | .746 | .458 |
| Leverage | .006 | .017 | .041 | .367 | .714 |
| Growth | -.006 | .012 | -.060 | -.547 | .586 |

a. Dependent Variable: res2

Sumber: data diolah, 2024

Tabel di atas memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengalami homos, sehingga bisa dimasukkan ke dalam model regresi karena seluruh signifikansi variabel bebas $> 0,05$. Selanjutnya peneliti melakukan pengujian multikolinearitas.

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

| Model | Collinearity Statistics | | |
|-------|-------------------------|-----------|-------|
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | | |
| | Size | .873 | 1.146 |
| | Umur | .883 | 1.132 |
| | Leverage | .920 | 1.087 |
| | Growth | .946 | 1.057 |

Sumber: data diolah, 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh data yang digunakan dalam penelitian telah memenuhi syarat multikolinearitas yaitu VIF dibawah 10 dengan tolerance di atas 0,10 sehingga dikatakan lolos pengujian ini. Terakhir karena data penelitian sekunder peneliti melakukan pengujian durbin watso dan memperoleh nilai sebagai berikut kriteria pengujian DW yaitu $d_U < d_w < (4 - d_L)$ maka quotation tersebut menjadi $1,5656 < 1,919 < 1,7508$ sehingga dikatakan lolos pengujian DW.

Tabel 5. Koefisien Determinasi

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .725 ^a | .505 | .429 | .0388139 |

a. Predictors: (Constant), x3m, size, umur, leverage, x2m, x1m, growth

sumber: data diolah, 2024

Hasil uji determinasi menunjukkan nilai adjusted R² sebesar 0,429 atau 42,9% artinya model yang digunakan dalam penelitian ini hanya mampu menjelaskan 49,6 persen dari CSR dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Tabel 6. Uji Moderated Regression Analysis

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|------------|----------------|------------|--------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized | | Standardized | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | | | |
| 1 | (Constant) | .591 | .093 | | 6.339 | .000 |
| | Size | .104 | .003 | .147 | 1.076 | .285 |
| | Umur | .101 | .000 | .286 | 2.268 | .026 |
| | leverage | -.124 | .030 | -.097 | -.784 | .435 |

| | | | | | |
|---------------|------|------|-------|-------|------|
| <i>growth</i> | .665 | .516 | 3.253 | 1.094 | .277 |
| x1m | .123 | .018 | 3.718 | 1.288 | .201 |
| x2m | .201 | .001 | .089 | .496 | .021 |
| x3m | .190 | .094 | .297 | .953 | .343 |

a. Dependent Variable: CSR

sumber: data diolah, 2024

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh model MRA dengan nilai sebagai berikut:

$$Y = 0,591 + 0,104X_1 + 0,101X_2 - 0,124X_3 + 0,665M + 0,123X_1M + 0,201 X_2M + 0,190X_3M$$

***Growth* memoderasi Pengaruh *Size* terhadap CSR**

Merujuk hasil MRA pada Tabel 5 diatas perubahan koefisien yang terjadi setelah dimasukkan variable moderasi *growth* adalah dari 0,104 menjadi 0,123 terjadi perubahan namun tidak cukup tinggi dengan signfikansi 0,201 yang artinya *growth* tidak mampu memoderasi pengaruh langsung *size* terhadap CSR. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar sudah mempengaruhi pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan tersebut jadi naik turunnya *growth* perusahaan tidak bisa memperlemah atau memperkuat hubungan langsung tersebut karena yang menentukan perusahaan melakukan pengungkapan CSR adalah besar kecilnya ukuran *asset* perusahaan tersebut. Dengan ukuran perusahaan yang lebih besar, ada tuntutan dari *stakeholder* untuk menjaga citra perusahaan dan memperhatikan kebutuhan lingkungan sosial perusahaan, sehingga hal tersebut menjadi kunci alasan perusahaan melakukan pengungkapan CSR dengan melakukan pngungkapan CSR juga bisa menjaga citra perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan semakin tinggi kebutuhan perusahaan menjaga citra positifnya untuk mencapai harapan citra positif tersebut perusahaan melakukan pelaporan CSR. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bangun & Diana (2019) serta Sari & Riharjo (2021) yang juga menemukan bukti empiris bahwa *size* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR sehingga *growth* tidak mampu memperlemah atau memperkuat hubungan langsung tersebut.

***Growth* memoderasi Pengaruh Umur terhadap CSR**

Tabel hasil MRA menunjukkan perusahaan koefisien dari 0,101 menjadi 0,201 dengan signfikansi 0,021 yang artinya *growth* memperkuat pengaruh langsung umur perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan dengan umur yang lebih panjang lebih

memiliki kesadaran sukarela lebih tinggi dalam melakukan pengungkapan CSR dengan tujuan utama memperoleh kepercayaan dari eksternal. Umur yang panjang artinya hubungan perusahaan dengan pihak eksternal tentunya lebih kuat. Sehingga dengan ditambahkan *growth* sebagai moderasi memperkuat pengaruh langsung tersebut, pertumbuhan bisa mendorong perusahaan untuk lebih fokus pada keberlanjutan, memperluas keterlibatan dalam inisiatif sosial, lingkungan, dan masyarakat sebagai bagian dari tanggung jawab sosialnya. Hal ini menandakan bahwa keterlibatan perusahaan dalam CSR lebih berkaitan dengan pandangan jangka panjang terhadap tanggung jawab sosial dan dampak yang diinginkan terhadap lingkungan, masyarakat, dan *stakeholders* lainnya. Penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa *growth* perusahaan yang tinggi akan memperkuat pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan CSR.

***Growth* memoderasi Pengaruh *Leverage* terhadap CSR**

Tabel 5. menunjukkan perubahan koefisien dari -0,124 menjadi 0,190 dengan signifikansi 0,343 artinya *growth* tidak mampu memoderasi pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR. Tingkat rasio utang yang tinggi dapat menciptakan tekanan finansial bagi perusahaan jadi perusahaan berfokus pada keinginan untuk melunasi utangnya tanpa terlalu memperhatikan kewajibannya sukarelanya untuk melakukan pengungkapan CSR. Ketika perusahaan memiliki utang yang signifikan, fokus pada keuntungan jangka pendek untuk membayar kembali utang dapat mengarah pada pengurangan anggaran atau prioritas yang diberikan pada kegiatan CSR. *Leverage* yang tinggi juga bisa membuat perusahaan lebih berhati-hati dalam mengalokasikan sumber daya tambahan untuk inisiatif CSR. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengesampingkan pengungkapan *corporate social responsibility* mereka untuk mempertahankan kepercayaan kreditur sebagai bagian dari *stakeholder* perusahaan, dana yang dipinjamkan akan dikelola untuk kegiatan produksi perusahaan demi meningkatkan nilai penjualan yang akan berpengaruh terhadap kelanjutan perusahaan. Pertumbuhan bisa mendorong perusahaan untuk lebih fokus pada keberlanjutan, memperluas keterlibatan dalam inisiatif sosial, lingkungan, dan masyarakat sebagai bagian dari tanggung jawab sosialnya, namun dalam implementasinya pertumbuhan perusahaan tidak bisa secara langsung mempengaruhi pengungkapan CSR suatu perusahaan. Hal ini menandakan bahwa keterlibatan perusahaan dalam CSR lebih berkaitan dengan pandangan jangka panjang terhadap tanggung jawab sosial dan dampak yang diinginkan terhadap lingkungan, masyarakat, dan *stakeholders* lainnya. Meskipun perusahaan yang

berkembang mungkin lebih fokus pada ekspansi dan keuntungan jangka pendek, hal itu tidak meniadakan kemungkinan perusahaan untuk meningkatkan keterlibatannya dalam CSR. Maka dari itu *growth* dalam penelitian ini tidak mampu menjadi variabel moderasi bagi pengaruh langsung *leverage* terhadap pengungkapan CSR.

SIMPULAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, umur perusahaan, *leverage* dengan *growth* terhadap *corporate social responsibility* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* sehingga memperoleh sampel sebanyak 30 perusahaan yang memenuhi kriteria. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis MRA. Hasil penelitian dari ketiga karakteristik perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini variabel *growth* hanya mampu memoderasi hubungan umur perusahaan dengan pengungkapan CSR sedangkan untuk *size* dan *leverage* variabel *growth* belum bisa menjadi variabel moderasi atas pengaruh langsungnya.

Penelitian ini belum dapat digeneralisasikan bahwa semua karakteristik yang digunakan dalam penelitian ini mempengaruhi pengungkapan CSR karena nilai *adjusted R²* dibawah 50 persen begitupula sampel penelitian yang hanya menggunakan 30 sampel perusahaan periode 2019 – 2021 artinya penelitian hanya menggunakan 90 perusahaan amatan dalam menjawab hipotesis yang diajukan sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan. Penelitian selanjutnya diharapkan agar meneliti variabel lain seperti *good corporate governance* perusahaan terhadap *corporate social responsibility*, sehingga hasil penelitian akan lebih mampu dalam memprediksi pengaruh variabel terkait terhadap CSR.

DAFTAR RUJUKAN

- Abidin, J., & Lestari, S. A. (2020). Pengaruh Ukuran perusahaan dan Ukuran Komite Audit terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility: Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar Pada BEI Tahun 2014-2018. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 4(1), 48–58.
- Bangun, N., & Diana, L. (2019). Pengaruh Umur Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Manufaktur. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 10(1), 1–16.
- Erjon, Rizki Adythia, & Rosyeni Rasyid. (2021). Effect Of Profitability, Leverage And Managerial Ownership On The Disclosure Of Corporate Social Responsibility (Csr) In Companies Indexed In Sri-Kehati. *Journal Financial Management Studies*, 1(1): 1–10.

- Hasibuan, N. S., Fitriasia, F., & Wulan, M. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Growth dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *STATERA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(2), 167–180. <https://doi.org/10.33510/statera.2020.2.2.167-180>
- Prakoso, W. Y., & Fidiana, F. (2020). Pengaruh Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Sertifikasi Lingkungan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 9(11).
- Purba, I., & Candradewi, M. R. (2019). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Manajemen*, 8(9).
- Saputra, S. E. (2019). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Publik, Pertumbuhan Perusahaan Dan Tipe Industri Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan High Profile di Bursa Efek Indonesia. *Journal of RESIDU*, 3(18, Juni), 138–149.
- Sari, D. N. I., & Riharjo, I. B. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Size, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 11(6).
- Sari, Y. A., & Priyadi, M. P. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 9(4).
- 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).