

## Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Corporate Social Responsibility

**Sonia Nadia Muslimah**

Universitas Muhammadiyah Tangerang

[nadiasonia9@gmail.com](mailto:nadiasonia9@gmail.com)

**Dirvi Surya Abbas**

Universitas Muhammadiyah Tangerang

[abbas.dirvi@gmail.com](mailto:abbas.dirvi@gmail.com)

**Januar Eky Pambudi**

Universitas Muhammadiyah Tangerang

Alamat : Jl. Perintis Kemerdekaan I No.33, Cikokol, Kec. Tangerang, Kota Tangerang, Banten, Indonesia

Korespondensi penulis: [abbas.dirvi@gmail.com](mailto:abbas.dirvi@gmail.com)

**Abstract.** *The purpose of this study is to determine the effect of company size and sales growth on corporate social responsibility in mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The research time period used is 5 years, namely the 2017-2020 period. The population of this study includes all mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2017-2020 period. The sampling technique used purposive sampling technique. Based on the predetermined criteria obtained 9 companies. The type of data used is secondary data obtained from the Indonesia Stock Exchange website. The analytical method used is multiple linear regression supported by the SPSS 25 program. The results show that company size have effect on corporate social responsibility and sales growth have no effect on corporate social responsibility.*

**Keywords:** *company size, sales growth, corporate social responsibility*

**Abstrak.** Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh ukuran Perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap corporate social responsibility pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Periode waktu penelitian yang digunakan adalah 5 tahun yaitu periode 2017-2020. Populasi penelitian ini meliputi seluruh perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2020. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan diperoleh 9 perusahaan. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari situs Bursa Efek Indonesia. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda didukung dengan program SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Corporate Social Responsibility (CSR), Sedangkan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility (CSR).

**Kata kunci:** Ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, corporate social responsibility.

### LATAR BELAKANG

Masyarakat semakin menyadari dampak sosial dan lingkungan yang disebabkan limbah perusahaan pertambangan, sehingga perusahaan membentuk suatu devisi yang disebut tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), sebagai upaya untuk mengurangi risiko dan tuduhan

terhadap perilaku yang tidak pantas diterima perusahaan, sehingga dapat menciptakan hubungan timbal balik yang saling sinergis antara perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya (Putri, 2017).

Menurut The World Business Council for Sustainable Development lembaga internasional yang telah berdiri sejak tahun 1955, beranggotakan 120 perusahaan multinasional dari 30 negara dunia mendefinisikan Corporate Social Responsibility (CSR) adalah bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan beserta keluarganya, sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar, dan masyarakat lebih luas (Hadi, 2011 dalam Rindawati dan Asyik, 2015). Sedangkan menurut (draft ISO 26000, Rindawati dan Asyik, 2015) dalam yang dimaksud dengan CSR merupakan sebuah tanggung jawab suatu perusahaan atas dampak dari berbagai keputusan dan aktivitas mereka terhadap lingkungan dan masyarakat melalui suatu perilaku yang terbuka dan etis.

Pelaksanaan CSR yang menuntut adanya pertanggungjawaban dari perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan melanda dunia bisnis secara global, tidak terkecuali di Indonesia (Erawati, 2018). Di Indonesia Kegiatan CSR diatur secara resmi dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) (Zulhaimi dan Nuraprianti, 2019)

Saat ini perkembangan sektor dunia usaha telah sampai pada tahapan global, sehingga menuntut perusahaan untuk meningkatkan perhatiannya terhadap lingkungan sosial. Hal tersebut dikarenakan ketika perusahaan semakin berkembang, pada saat itu pula tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan semakin tinggi yang disebabkan eksploitasi perusahaan secara tidak terkendali terhadap berbagai sumber daya untuk meningkatkan laba yang dapat mengganggu keseimbangan kehidupan. Oleh karena itu, pentingnya bagi perusahaan melakukan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility) (Erawati, 2018).

Kegiatan pertambangan tersebut merupakan kegiatan yang bergerak dibidang pemanfaatan sumber daya alam yang secara langsung maupun tidak langsung dapat berpengaruh terhadap lingkungan sekitar perusahaan tambang tersebut seperti pencemaran polusi, limbah bagi masyarakat sekitar tambang. Sehingga, Perusahaan tambang sering di pandang tidak sesuai oleh masyarakat sekitar pertambangan (Ana dan Nera, 2018 dalam Ruroh dan Latifah, 2018).

Faktor-faktor yang mempengaruhi CSR dalam penelitian ini yaitu, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan.

Penelitian (Aprilliani, 2017) menyatakan bahwa Perusahaan yang memiliki ukuran yang lebih besar dianggap memiliki kemampuan untuk bertahan yang lebih baik dari pada perusahaan dengan ukuran yang kecil. Hal ini disebabkan semakin besar suatu perusahaan, maka semakin besar pula sumber daya yang dimiliki perusahaan tersebut. Akibat dari besarnya sumber daya tersebut perusahaan akan semakin banyak berhubungan dengan stakeholder, sehingga perusahaan dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial juga lebih luas. Memprediksi ukuran perusahaan dapat dilihat dari luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Erawati, 2018). Hasil penelitian Penelitian yang dilakukan Pratiwi dan Ismawati (2019) menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap CSR. Sedangkan menurut Sunaryo dan Mahfud (2016) menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh negatif Corporate Social Responsibility.

Pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Rasio pertumbuhan penjualan dapat mencerminkan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan penjualannya dari waktu ke waktu. Pertumbuhan penjualan mencerminkan manifestasi keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan di masa yang akan datang. Selain itu pertumbuhan penjualan juga merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri (Salempang, dkk, 2016). Munsaidah, dkk, (2016) mengatakan bahwa dalam menanamkan investasinya, para investor akan melakukan beberapa pertimbangan salah satunya adalah dengan melihat tingkat pertumbuhan perusahaan. Karena melalui pertumbuhan tersebut, investor dapat melihat tingkat kinerja keuangan suatu perusahaan. Perusahaan yang tingkat pertumbuhannya tinggi berarti memiliki kesempatan untuk memberikan profitabilitas yang tinggi juga dimasa depan. Hasil penelitian yang dilakukan Animah,dkk (2020) menyatakan sales growth tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Menurut Putri dan Yuliandhari (2020) menyatakan bahwa sales growth berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian ini akan melakukan pengujian lebih lanjut atas temuan-temuan empiris mengenai Corporate Social Responsibility (CSR). Dengan demikian peneliti memberi judul skripsi ini sebagai “Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Corporate Social Responsibility (Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020)”.

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal yaitu dengan menganalisis pengaruh antara dua atau lebih variabel. Pendekatan penelitian kuantitatif dilakukan dengan menggunakan angka-angka, pengolahan statistik, struktur dan percobaan terkontrol. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Objek penelitian ini adalah perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017 sampai dengan 2020.

Variabel dalam penelitian ini di klasifikasikan menjadi variabel dependen dan variable independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Corporate Social Responsibility (CSR), sedangkan variabel independennya adalah ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan,

Populasi penelitian ini meliputi seluruh perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2020. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan diperoleh 9 perusahaan.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, dimana data-data yang diperoleh dalam bentuk jadi dan telah diolah oleh pihak lain. Teknik pengumpulan data ini dimulai dengan melakukan studi ke perpustakaan dengan mempelajari buku-buku, jurnal-jurnal, dan skripsi yang berhubungan dengan pokok pembahasan dalam penelitian ini. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengunduh dari situs resmi [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) yang dijadikan sampel laporan tahunan dari tahun 2017-2020. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda didukung dengan program SPSS 25.

Pengukuran analisis deskriptif yang dilakukan ini untuk mengetahui karakteristik data yang ditunjukkan dengan nilai Mean, Median, Maximum, Minimum, Standard Deviation, Skewness, Kurtois dan Jarque-Bera Dari masing-masing variabel, baik variabel dependen maupun variabel independen. Sedangkan untuk menjawab permasalahan di atas, maka teknik analisis yang digunakan adalah pertumbuhan ekonomi (economic growth), regresi data panel, yang ditunjang dengan data kuantitatif yang ada. Data diolah dengan menggunakan software microsoft office excel 2013 dan IBM Statistics 25.

**Tabel 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

Variabel	Proksi dan Penelitian Terdahulu	Formula
<i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Indikator yang digunakan dalam mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial dalam penelitian ini adalah Standar GRI ( <i>Global Reporting Initiative</i> ). Dalam indeks GRI terdapat 139 item yang diungkapkan sebagai tanggung jawab sosial dari suatu perusahaan. Pengukuran indeks pengungkapan CSR dijelaskan oleh Amalia, 2019	$CSR = \frac{\sum Xi}{N}$
Ukuran Perusahaan	Penelitian ini menggunakan suatu kala dimana ukuran perusahaan dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan dapat dilihat dari total aset. Dijelaskan Munsaidah, 2016	$Size = \log (\text{Total Aset})$
Pertumbuhan Penjualan	Selisih total penjualan periode sekarang dengan periode sebelumnya terhadap total penjualan periode sebelumnya pada perusahaan. Juliana, dkk, 2020	$Growth = \frac{\text{Penjualan tahun berjalan} - \text{Penjualan tahun sebelumnya}}{\text{Penjualan tahun sebelumnya}}$

Model analisis regresi linear berganda yang dibangun dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Corporate Social Responsibility

a = Konstanta

$\beta$  = Koefisien Regresi

X<sub>1</sub> = Ukuran Perusahaan

X<sub>2</sub> = Pertumbuhan Penjualan

e = error

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

#### Analisis Statistik Deskriptif

**Tabel 2 hasil uji statistic deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
CSR	40	.4820	.7266	.592806	.0491406
SIZE	40	10.8367	13.5078	12.414261	.7642749
SG	40	-.8097	2.3036	.151397	.5047388
Valid N (listwise)	40				

Berdasarkan table 2 dapat dijelaskan bahwa jumlah data (observations) yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 40 data. Nilai Max menunjukkan kisaran nilai terbesar dalam penelitian, sedangkan nilai Min menunjukkan kisaran nilai terkecil dalam penelitian. Nilai Mean menunjukkan kisaran nilai rata-rata atau total dari masing-masing variabel dibagi jumla sampel. Sedangkan St.Dev menunjukkan simpangan data yang ada dalam penelitian.

#### Regresi Data Test

**Tabel 3 Regresi Data Test**

Model	Coefficients					Variance Inflation Factor		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Glejser test	Tolerance	VIF
	B	Std.Error	Beta					
(Constant)	.287	.162		1.770	.085	.946		
SIZE	.024	.013	.381	1.826	.076	.840	.504	1.983
SG	-.009	.015	-.090	-.604	.550	.719	.977	1.023
Run test (auto korelasi)	.262							
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	.131 <sup>c</sup>							
R test	.458 <sup>a</sup>							
R Square test	.210							
Adjusted R Square Test	.144							
Std. Error of the Estimate	.04545							
Sum of squares	.094							
F test	3.193							
Sig.	.035 <sup>b</sup>							

Berdasarkan hasil diatas dapat diketahui one-sample Kolmogorov-smirnov test menunjukkan hasil Asymp. Sig (2-tailed) yaitu sebesar 0,131, sehingga lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. uji run test yaitu 0,262 artinya lebih besar dari 0,05 atau  $0,262 > 0,05$ , Maka  $H_0$  ditolak. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi autokorelasi. uji gletser diketahui bahwa nilai dari masing-masing variable adalah lebih besar daro 0,05 atau Sig.  $> 0,05$ . Sehingga bisa dikatakan bahwa dalam penelitian ini sudah terbebas dari masalah atau gejala heteroskedastisitas. Variance Inflating Factor (VIF) nilainya  $< 10$  maka tidak terdapat multikolinearitas. nilai F tabel sebesar 2,866266. Nilai F-statistic 3,193  $>$  F tabel sebesar 2,866266 dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini yang terdiri dari ukuran Perusahaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap corporate social responsibility. Hasil adjusted  $R^2$  dari variabel-variabel independen dalam penelitian ini adalah sebesar 0,210 atau 21%. Hal ini berarti bahwa 21% dari corporate social responsibility (CSR) dipengaruhi dan dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen dalam penelitian ini yakni ukuran perusahaan (size) dan pertumbuhan penjualan (sg). Sedangkan 79% lainnya dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya diluar model regresi.

**Tabel 4 Ringkasan Hasil Hipotesis**

Hipotesis	Pernyataan Hipotesis	Coef. Value	P >  z	Model
1	Ukuran Perusahaan (SIZE) berpengaruh negatif terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	t-statistik (1,826) < nilai t tabel (2,028094) dengan nilai sig. $0,076 < \alpha 0,05$	Hipotesis Diterima	$CSR = 0,287 + 0,24SIZE - 0,009SG + e$
2	Pertumbuhan Penjualan (SG) berpengaruh negatif signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	t-statistik (-0,604) < nilai t tabel (2,028094) dengan nilai sig. $0,550 > \alpha 0,05$	Hipotesis Ditolak	

## PEMBAHASAN

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Risk Minimization Terhadap Corporate Social Responsibility Secara Silmutan.**

F-Statistic dan F Tabel di atas nilai F-statistic 3,193 sementara F tabel dengan tingkat  $\alpha = 5\%$ ,  $df_1 (k-1) = 3$  dan  $df_2 (n-k) = 36$  didapat nilai F tabel sebesar 2,866266. nilai F-statistic

3,193 > F tabel sebesar 2,866266 dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini yang terdiri dari ukuran Perusahaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap corporate social responsibility.

#### **Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)**

Pengujian hipotesis pertama pada penelitian ini adalah untuk menguji apakah Ukuran Perusahaan (SIZE) berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility. Berdasarkan hasil ringkasan penelitian diketahui bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki nilai t-statistik (1,826) < nilai t tabel (2,028094) dengan nilai sig.  $0.076 < \alpha 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan (SIZE) berpengaruh negatif terhadap Corporate Social Responsibility (CSR). Sehingga hipotesis pertama diterima bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR).

#### **Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)**

Pengujian hipotesis pertama pada penelitian ini adalah untuk menguji apakah Pertumbuhan Penjualan (SG) berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility. Berdasarkan hasil ringkasan penelitian diketahui bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki nilai t-statistik (-0,604) < nilai t tabel (2,028094) dengan nilai sig.  $0,550 > \alpha 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa Pertumbuhan Penjualan (SG) berpengaruh negatif signifikan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR). Sehingga hipotesis kedua ditolak bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif signifikan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR).

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Corporate Social Responsibility (CSR), Sedangkan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility (CSR).

Penelitian yang telah dilakukan ini mempunyai keterbatasan yang nantinya dapat dijadikan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya antara lain. Pertama, perusahaan yang diambil hanya perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI, Kedua, periode penelitian ini hanya dilakukan selama 4 tahun dimulai dari tahun 2017 sampai dengan 2020 dengan sampel yang terbatas yaitu 10 perusahaan, sehingga hasil penelitian ini kemungkinan belum tentu reliable dan kurang mencerminkan kondisi dalam jangka Panjang, Ketiga, penelitian ini

hanya menggunakan dua variabel independen yaitu ukuran Perusahaan dan pertumbuhan penjualan. Terdapat masih banyak kemungkinan variabel lain yang berpengaruh yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

Berdasarkan keterbatasan penelitian tersebut, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna. Pertama, untuk itu peneliti memberikan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya yaitu penelitian selanjutnya sebaiknya dilakukan pada semua jenis usaha yang terdaftar di BEI dan menggunakan periode yang lebih panjang karena akan menjelaskan pengaruh masing-masing variabel terhadap corporate social responsibility, Kedua penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel yang diteliti agar hasil yang didapatkan lebih akurat dan bervariasi.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Abbas, D. S., Hakim, M. Z., & Istianah, N. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017). *Competitive Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2), 1-25.
- Amalia FA. Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Penghindaran Pajak: Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Moderasi. *JAE (JURNAL Akunt DAN Ekon.* 2019;4(2):14–23.
- Amelia, R. D., Abbas, D. S., Zulaecha, H. E., & Santoso, S. B. (2022). PENGARUH PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, PROFITABILITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 1(3), 108-117.
- Animah A, Sasanti EE, Bambang B. The Influence of Sales Growth, ROE, and Size on Corporate Social Responsibility. *J Ilm Tata Sejuta STIA Mataram.* 2020;6(1):509–517.
- Aprianti, D., Abbas, D. S., Hidayat, I., & Basuki, B. (2022). PENGARUH PROFITABILITAS, KEBIJAKAN DIVIDEN, DEWAN KOMISARIS INDEPENDEN DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 1(4), 116-130.
- Aprilliani DA. Pengaruh umur perusahaan, ukuran perusahaan, leverage, ukuran dewan komisaris, dan kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan corporate social responsibility (csr)(studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2013-20. Published online 2017.
- Aziz R, Askandar NS, Sudaryanti D. PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, KINERJA KEUANGAN, FINANCIAL LEVERAGE DAN MANAJEMEN LABA TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI 2016-2018. *J Ilm Ris Akunt.* 2021;10(04).
- Damayanti R, Mahsuni AW, Mawardi MC. PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL PERUSAHAAN GO PUBLIC DI

- BEI TAHUN 2017-2019. *J Ilm Ris Akunt.* 2020;9(08).
- Erawati T, Ayem S, Ayudiyati P. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016. *J Ris Akunt TIRTAYASA.* 2018;3(1):136–158.
- Hardianti D, Anwar A. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility. *JAE (JURNAL Akunt DAN Ekon.* 2020;5(1):107–114.
- Irdawati, I., Abbas, D. S., Hidayat, I., & Rahandri, D. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Struktur Modal, Enterprise Risk Management dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 1(4), 172-188.
- Juliana D, Ariefiara D, Nugraheni R. Pengaruh Intensitas Modal, Pertumbuhan Penjualan, Dan CSR Terhadap Penghindaran Pajak. In: *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar).* Vol 1. ; 2020:1257–1271.
- Kurniawan, K. A., & Yuniarta, G. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas dan Risk Minimization Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 11(1).
- Mahulete UK. Pengaruh PAD Dan DAU Terhadap Belanja Modal Di Kabupaten/Kota Provinsi Maluku Pada Tahun 2013-2015. *Univ Muhammadiyah Malang.* Published online 2016.
- Meiyana A, Aisyah MN. Pengaruh Kinerja Lingkungan, Biaya Lingkungan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Corporate social responsibility Sebagai Variabel Intervening. *Nominal Barom Ris Akunt dan Manaj.* 2019;8(1):1–18.
- Mudjiyanti R, Maulani SS. Pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap pengungkapan corporate social responsibility pada perusahaan terdaftar di bursa efek indonesia. *J Akunt dan Sist Teknol Inf.* 2017;13(3).
- Munsaidah S, Andini R, Supriyanto A. Analisis Pengaruh Firm Size, Age, Profitabilitas, Leverage, dan Growth Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility (Csr) pada Perusahaan Property Dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2010-2014. *J Account.* 2016;2(2).
- Pattisahusiwa S, Diyanti F. Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Struktur Corporate Governance dan Nilai Perusahaan. *J Ekon Mod.* 2017;13(1):25–36.
- Pratiwi L, Ismawati K. Analisis pengaruh tipe industri, ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2014. *Surakarta Account Rev.* 2019;1(1):16–25.
- Putri RK, Zulfahridar Z, Kurnia P. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Dan Basis Kepemilikan Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode Tahun 2012-2014. Published online 2017.
- Putri YR, Yuliandhari WS. PENGARUH PROFITABILITAS, SALES GROWTH, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN INDEKS KOMPAS 100 TAHUN 2017-2018. *J Appl Manag Account.* 4:1–11.

- Rahmawati, N., Abbas, D. S., Hidayat, I., & Aulia, T. Z. (2022). Pengaruh Kebijakan Dividen, Dewan Komisaris Independen, Corporate Social Responsibility, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 1(2), 111-129.
- Ruroh IN, Latifah SW. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Risk Minimization terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *J Akad Akunt*. 2018;1(1).
- Salempang LE. Pengaruh Return On Asset, Debt To Equity dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Real Estate Dan Property Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013-2014. *J Berk Ilm Efisiensi*. 2016;16(3).
- Sari Y, Suzan L, Budiono E. Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (studi Kasus Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2013). *eProceedings Manag*. 2017;4(2).
- Septiana, H. V., Hakim, M. Z., & Abbas, D. S. (2021, June). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal (Studi Empiris Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019). In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis* (pp. 527-538).
- Shaukat A, Qiu Y, Trojanowski G. Board attributes, corporate social responsibility strategy, and corporate environmental and social performance. *J Bus Ethics*. 2016;135(3):569–585.
- Siregar DA, Tampubolon EG. Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *J MANEKSI*. 2019;8(2):223–229.
- Sugeng A. PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, UKURAN DEWAN KOMISARIS DAN PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG GO PUBLIC TAHUN 2016-2018 DI BURSA EFEK INDONESIA). *GOING CONCERN J Ris Akunt*. 2020;15(3):405–416.
- Sunaryo BA, Mahfud MK. Pengaruh Size, Profitabilitas Leverage dan Umur terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI Tahun 2010–2013). *Diponegoro J Manag*. 2016;5(2):537–550.
- Suprayitno NW, Susilo H. Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kepuasan Kerja Dan Komitmen Organisasi (Penelitian Mengenai Internal CSR Pada Karyawan PT Pembangkit Jawa-Bali Unit Pembangkitan Paiton). *J Adm Bisnis*. 2017;44(1):127–133.
- Sutanto S, Ghozali I, Handayani RS. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah (Sipkd) Dalam Perspektif the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (Utaut 2) Di Kabupaten Semarang. *J Akunt dan Audit*. 2018;15(1):37–68.
- Suwardika INA, Mustanda IK. Pengaruh leverage, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti. Published online 2017.
- Wahyuningsih A, Mahdar NM. Pengaruh size, leverage dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

J Bisnis dan Komun. 2018;5(1):27–36.

Yanti NLEK, Endiana IDM, Pramesti IGAA. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Kumpul Has Ris Mhs Akunt. 2021;3(1):42–51.

Yayuk S, Sugiyono S. Pengaruh kepemimpinan kepala sekolah dan biaya pendidikan terhadap kualitas proses belajar mengajar dan dampaknya dengan kompetensi lulusan SMK di kabupaten Gunungkidul. J Akuntabilitas Manaj Pendidik. 2019;7(1):84–96.

Yulyanti, S., Abbas, D. S., Hidayat, I., & Watiyarramah, W. (2022). Pengaruh Intensitas Asset Tetap, Intensitas Modal, Pertumbuhan Penjualan dan Leverage terhadap Tax Avoidance. JUMBIWIRA: Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan, 1(3), 24-32.

Yovana DG, Kadir A. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). J Manaj dan Akunt. 2020;21(1).

Zulhaimi H, Nuraprianti NR. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Dewan Komisaris, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. J Ris Akunt dan Keuang Vol. 2019;7(3).