

PENGARUH TANGGUNG JAWAB LINGKUNGAN, PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN *LEVERAGE* TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BURSA EFEK INDONESIA

Chalarce Totanan¹, Nurlaela Mapparessa², Muliati³, Yuldi Mile⁴

Universitas Tadulako^{1, 2, 3, 4}

chalarce@gmail.com¹



e-ISSN 2686-0058

p-ISSN 2715-7695

Informasi Artikel

Tanggal masuk

26 Februari 2022

Tanggal revisi

08 Maret 2022

Tanggal diterima

23 Juli 2022

Kata Kunci:

*Corporate Social Responsibility*¹,
*Environmental Responsibility*²,
*Profitability*³,
*Company size*⁴,
*Disclosure*⁵

Abstrak: Penelitian ini dimaksudkan untuk menemukan pengaruh tanggung jawab lingkungan, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Populasi penelitian adalah perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018. 39 perusahaan sebagai sampel ditentukan dengan purposive dalam 3 tahun pengamatan sehingga total data observasi adalah 117 data. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan variabel tanggung jawab lingkungan, profitabilitas, ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan variabel *leverage* tidak berpengaruh

Abstract: This study is intended to find the effect of environmental responsibility, profitability, firm size, and leverage on the disclosure of corporate social responsibility. The research population is manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016-2018. 39 companies as a sample were determined purposively in 3 years of observation so that the total observation data was 117 data. Data were analyzed using multiple linear regression with SPSS program. The results showed that the variables of environmental responsibility, profitability, firm size had a significant positive effect on the disclosure of corporate social responsibility, while the leverage variable had no effect on the disclosure of corporate social responsibility.



PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen bisnis yang berkontribusi bagi perekonomian berkelanjutan (Hamzah & Rodiyah, 2019). Pengelola perusahaan yaitu manajer bertanggung jawab kepada para semua stakeholder. Komitmen perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosial kemudian diinformasikan kepada semua pemangku kepentingan. Pemberian informasi CSR inilah yang disebut sebagai pengungkapan, termasuk informasi SCR.

Tanggung jawab lingkungan perusahaan adalah tuntutan global kepada perusahaan diseluruh dunia. Tuntutan ini tidak hanya dalam bentuk tindakan yang memberikan dampak nyata bagi sekelilingnya, tetapi juga harus dinyatakan melalui pengungkapan tanggung jawab lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan. Tanggung jawab lingkungan sebuah entitas adalah kewajiban bertanggung jawab sesuai dengan undang-undang. Konsekuensinya,

perusahaan harus ada kompensasi bagi semua pihak yang dirugikan, baik secara materi maupun non materi.

Pemerintah melalui Undang-Undang (UU) No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas telah mengatur kewajiban perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab social dan lingkungannya. sesuai Pasal 74 ayat 1: perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Disamping itu UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, pasal 15 (b) tertulis: setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 ada Pasal 3 ayat (2) dijelaskan kewajiban *corporate social responsibility* (CSR) di dalam dan di luar lingkungan perseroan. Pasal 6, mewajibkan pelaporan CSR dalam laporan keuangan tahunan dan akuntabilitas dalam Rapat Umum Pemegang Saham perseroan.

Banyak faktor yang memengaruhi pengungkapan pada CSR sebuah perusahaan. Faktor-faktor tersebut antara lain: tingkat profitabilitas, size perusahaan, modal, kepemilikan manajerial dan institusional, dewan komisaris, dan juga tingkat likuiditas (Fibrianti, N., & Wisada, 2015; Krisna & Suhardianto, 2016; Oktariani & Mimba, 2014; Sukasih & Sugiyanto, 2017). Meskipun tidak semua variabel tersebut memengaruhi pengungkapan CSR (Tarigan, Samuel, Petra, & Siwalankerto, 2014; Wahyuningsih & Mahdar, 2019). CSR dipercaya dapat meningkatkan kepercayaan stakeholder dan juga kinerja perusahaan. Pengungkapan informasi CSR dalam laporan keuangan akan menggambarkan kualitas pengelolaan lingkungan sosial dari perusahaan.

CSR didefinisikan sebagai upaya sebuah entitas meningkatkan perhatian dan kepedulian terhadap problem sosial dan lingkungan dalam kegiatan usahanya. CSR juga berarti perusahaan harus berkomunikasi dengan semua stakeholdernya dan seharusnya merupakan tindakan sukarela. Dalam CSR juga ada komitmen bisnis untuk meningkatkan perekonomian yang bersih dan berkelanjutan dalam meningkatkan kualitas kehidupan kotanya (filantropi). Menurut (Hamdani, 2016) CSR adalah aplikasi ajaran moral dari perusahaan kepada para stakeholder terutama untuk kelompok lokal masyarakat sekitar tempat perusahaan tersebut beroperasi. Pengungkapan CSR bersifat sukarela, sedangkan tanggung jawab sosial dan lingkungan bersifat mandatori karena diatur oleh undang-undang.

Prinsip-prinsip tanggung jawab sosial dan lingkungan ada tiga yaitu, keberlanjutan, akuntabilitas, dan transparansi (Hadi, 2014). Keberlanjutan (*sustainability*) adalah suatu kondisi ketika perusahaan melakukan aktivitasnya dengan menggunakan sumber daya dan tetap memerhitungkan kondisi dan generasi di masa depan (Mapparessa, Bakry, Totanan, Mile, & Arumsari, 2017). Akuntabilitas (*accountability*) sendiri merupakan usaha perusahaan untuk bertanggungjawab atas pengaruh yang diakibatkan oleh aktivitasnya kepada lingkungan eksternal dan stakeholdernya. Untuk mendukung keberlanjutan perusahaan harus transparan (*transparency*) kepada eksternal melalui pelaporan tentang aktivitasnya.

Pelaporan keuangan adalah salah satu bagian dari proses akuntansi. Dalam pelaporan keuangan tersebut ada penyampaian informasi yang relevan dengan stakeholder dalam membuat keputusan. Ketika laporan kinerja keuangan dipublikasikan terjadi pengungkapan informasi finansial ke publik. Pengungkapan laporan keuangan ini menjadi bagian akhir dari proses akuntansi (Kieso, Jerry, Weygandt, & Terry, 2012; Weygant, Kieso, Donald, & Kimmel, 2014).

Pengungkapan CSR (*social disclosure*) berarti perusahaan mengkomunikasikan semua aspek lingkungan dan sosial akibat aktivitas ekonomi organisasi secara sukarela. Sasaran transparansi CSR ini adalah stakeholder khusus yang ada di sekelilingnya, dan publik pada umumnya. *Social disclosure* ini menjadi media dan berfungsi sebagai media antara perusahaan dengan semua stakeholder. CSR akan jadi acuan dalam mengambil keputusan ekonomi, sosial, maupun kebijakan oleh pemerintah. Luasnya pengungkapan CSR melalui pelaporan keuangan

menjadi indikasi tingkat kepedulian dari perusahaan kepada lingkungannya. Semakin luas pengungkapan CSR berarti perusahaan semakin baik dalam melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungannya yang bersifat mandatori.

Standar pelaporan yang menjadi acuan dunia saat ini adalah *Global Reporting Initiatives* G4 (GRI) untuk mempublikasikan dampak aktivitas dari sisi ekonomi, sosial, dan lingkungan (Iqbal & Faiqoh, 2018). Pada dasarnya GRI menginginkan perusahaan memberikan informasi yang komprehensif tentang kontribusi positif dan negatif bagi keberlanjutan produktivitas dan pembangunan. GRI berisi acuan prinsip-prinsip dasar dalam mendiskripsikan isi laporan dan menjamin informasi yang disajikan. Ada tiga kategori dan empat sub kategori sebagai indikator dari aspek pelaporan antara lain: 1) kategori ekonomi, 2) kategori lingkungan, 3) kategori sosial, terbagi atas: a) sub kategori praktik tenaga kerja, b) sub kategori pekerjaan yang layak, c) sub kategori hak asasi manusia, d) sub kategori tanggung jawab produk.

TINJAUAN PUSTAKA

Ada beberapa teori yang menjadi dasar dalam tuntutan kewajiban bagi perusahaan mengungkapkan kegiatan sosialnya secara formal. Pengungkapan kegiatan sosial dipandang perlu dengan asumsi, perusahaan telah mengambil dan memanfaatkan sumber daya dari sekelilingnya sehingga wajib untuk mempertanggungjawabkan kegiatannya kepada stakeholder (Caroll & Buchholtz, 2009; Hooker, 2018). Teori yang paling dekat dengan CSR dan tanggung jawab sosial perusahaan adalah teori stakeholder (M. Sulphery, 2017; Zakhem & Palmer, 2017). Teori ini menyatakan perusahaan harus bertanggungjawab dengan menghasilkan benefit kepada stakeholdernya.

Konsep stakeholder merupakan ide utama untuk mengerti hubungan bisnis dan sosial (Caroll & Buchholtz, 2009). Stakeholder sederhananya berarti semua pihak yang dapat memengaruhi dan dipengaruhi oleh eksistensi operasional entitas perusahaan. Perusahaan sebagai pusat dan dikelilingi semua pemangku kepentingan. Pemangku kepentingan dibagi menjadi tiga lapisan. Lapisan pertama adalah pemilik, konsumen, tenaga kerja, dan supplier. Pada lapisan kedua ada masyarakat lokal, komunitas konsumen, media, organisasi lingkungan. Di bagian terluar ada legislatur, pesaing, perusahaan-perusahaan asuransi, organisasi perdagangan dan berbagai kelompok lainnya. Teori stakeholder menekankan, perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingannya, namun juga harus memberi manfaat bagi stakeholder lainnya.

Tanggung Jawab Lingkungan Perusahaan

Kinerja lingkungan berarti selain memperoleh laba tinggi perusahaan juga berkewajiban menjaga lingkungannya dengan baik (Fibrianti, N., & Wisada, 2015; Oktariani & Mimba, 2014). Ditinjau dari sisi akuntansi, tanggung jawab lingkungan perusahaan berusaha mengintegrasikan pelaporan keuangan melalui proses akuntansi dengan isu-isu lingkungan (Oktariani & Mimba, 2014). Pengelolaan lingkungan dinilai baik bila perusahaan menerapkannya sesuai dengan standar yang ditetapkan secara global, seperti GRI.

Di Indonesia, standar penilaian kinerja lingkungan mengacu pada Peraturan Menteri (PerMen) Lingkungan Hidup No. 3 Tahun 2014 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan Dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). Penerapan PROPER bersifat khusus bagi perusahaan yang kegiatan usahanya berdampak signifikan bagi lingkungan. Penerapan PROPER bertujuan meningkatkan citra yang lebih baik bagi perusahaan melalui kepeduliannya terhadap lingkungannya.

Penilaian PROPER didasarkan pada lima warna peringkat yang terdiri dari: warna emas, warna hijau, warna biru, warna merah, dan warna hitam. Warna emas berarti sebuah usaha secara konsisten telah menunjukkan unggul dalam kinerja lingkungan (*environmental excellency*) dengan menjalankan usaha secara bertanggungjawab dan beretika kepada masyarakat. Warna hijau berarti pengelolaan lingkungan telah melampaui batas minimal dari standar yang

dipersyaratkan (*beyond compliance*) dalam melaksanakan sistem pengelolaan lingkungan. Warna biru berarti perusahaan telah memenuhi persyaratan sesuai dengan ketentuan dalam mengelola lingkungannya ketika berproduksi. Merah mengindikasikan sebuah perusahaan dalam mengelola lingkungannya belum memenuhi syarat minimal sesuai standar peraturan dan undang-undang. Warna hitam akan diberikan jika perusahaan dalam berproduksi telah mengakibatkan pencemaran dan berakibat kerusakan lingkungan serta ada pelanggaran terhadap hukum dan perundang-undangan. Warna hitam juga bisa berarti perusahaan tidak melaksanakan sanksi administrasi yang diberikan kepadanya.

Mengukur kinerja lingkungan entitas bisnis menggunakan PROPER didasarkan warna yang diberikan kemudian diberi nilai skor dengan range 5-1 sesuai standar Sekretariat Kementerian Lingkungan Hidup.

Tabel 1
Standar Nilai Warna Proper

Peringkat warna	Keterangan	Nilai
Emas	Sangat-sangat baik	5
Hijau	Sangat baik	4
Biru	Baik	3
Merah	Buruk	2
Hitam	Sangat buruk	1

Sumber: Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup (2014)

Profitabilitas

Faktor lain pengukuran sebagai dasar pengungkapan CSR adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba (Totanan, Mayapada, Yusnita, Parwati, & Indriasari, 2021). Profitabilitas menjadi pengukur kinerja kegiatan operasional perusahaan dalam mempertahankan keberlanjutan perusahaan atau *going concern* (Totanan, 2018).

Dalam mengukur tingkat profitabilitas digunakan rasio keuangan (Hery, 2016; Munawir, 2014). Profitabilitas berguna dalam mengukur kapabilitas perusahaan menghasilkan keuntungan dari aktivitas normal perusahaan. Rasio ini dikenal juga dengan nama rasio rentabilitas untuk mengukur tingkat profitabilitas dalam periode tertentu. Selain melihat kemampuan perusahaan memperoleh laba, rasio ini bisa juga memberi informasi kinerja manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan. Data yang digunakan dalam menghitung profitabilitas adalah komponen dalam laporan laba rugi dan neraca.

Rasio profitabilitas lain yang bisa digunakan adalah: Gross Profit Margin (GPM), Net Profit Margin (NPM), Return On Asset (ROA), Return On Equity (ROE), Earning per Share (EPS) (Munawir, 2014). GPM adalah ukuran efisiensi operasi perusahaan berbasis harga pokok penjualan (HPP). Apabila HPP meningkat, berarti margin laba turun, demikianpun HPP turun akan meningkatkan laba. Semakin tinggi GPM berarti semakin baik tingkat profitabilitas perusahaan. Jika profitabilitas dilihat dari sisi NPM maka tolok ukurnya adalah penjualan dikurangi oleh semua biaya, termasuk pajak penghasilan. Meningkatnya rasio NPM berarti tingkat profitabilitas perusahaan baik. Jika tingkat profitabilitas hanya dilihat dari modal pemilik (equity) maka digunakan ROE. Oleh karena ROE hanya dilihat dari total modal pemilik sehingga bisa tidak menunjukkan komitmen jangka panjang dari manajemen. ROE diperoleh dari laba netto setelah pajak kemudian dibagi oleh total modal atau equity. Semakin tinggi persentase ROE berarti tingkat profitabilitas perusahaan juga baik. Rasio profitabilitas yang dihitung dengan rata-rata saham besar pada satu periode adalah EPS. Laba bersih sebagai dasar menghitung rasio EPS harus dikurangi dengan dividen dari saham preferen atau

saham istimewa. EPS atau Price Earning Ratio sangat cocok digunakan untuk menghitung kinerja profitabiliti entitas bisnis yang go public.

Return On Asset (ROA)

Rasio profitabilitas dengan dasar total asset yang dimiliki perusahaan disebut ROA. ROA dapat mengindikasikan seberapa baik perusahaan dapat mengendalikan dan mengefisienkan biaya sekaligus memaksimalkan fungsi dari sumber daya yang dimiliki dalam rangka memperoleh keuntungan (Subramanyam, 2017). Kelebihan penggunaan ROA dibandingkan dengan beberapa rasio profitabilitas yang dijelaskan di atas adalah: 1) cocok untuk digunakan pada industri sehingga bisa diperbandingkan baik antar unit maupun antar divisi. Jadi cocok untuk mengetahui posisi dan daya saing perusahaan, 2) bermanfaat untuk kepentingan pengendalian dan juga perencanaan, 3) perusahaan yang melakukan praktik akuntansi yang baik bisa mengukur efisiensi penggunaan keseluruhan aktiva yang dimiliki, 4) bisa mengukur tingkat profitabilitas dari setiap produksi perusahaan (Munawir, 2014). Rumus ROA dinyatakan sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \text{Pendapatan Setelah Pajak} / \text{Total Aktiva} \times 100\%$$

Ukuran perusahaan (Firm Size)

Firm Size bisa dinilai dari berbagai aspek. Mulai dari jumlah modal, jumlah aktiva, jumlah penjualan, dan juga jumlah tenaga kerja (Krisna & Suhardianto, 2016; Oktariani & Mimba, 2014; Siagian, Simorangkir, Achmad, & Mazruk, 2021). Pengungkapan CSR sering memakai ukuran perusahaan sebagai variabel. Ukuran perusahaan adalah pengelompokan perusahaan kedalam kelompok EMKM (mikro, kecil, menengah) dan besar yang ditentukan berdasarkan jumlah modal perusahaan. Menurut UU No 20 Tahun 2008 kriteria perusahaan besar dengan modal > Rp 10 M.

Dalam penelitian ini ukuran dari perusahaan diformulasikan dan diukur dengan logaritma dari total asset (Jogiyanto, 2017). Besaran aktiva digunakan sebagai dasar mengukur besarnya perusahaan. Tujuan menggunakan logaritma dari total aktiva adalah untuk memperkecil fluktuasi data yang besar, karena perusahaan go publik memiliki nilai asset yang sangat besar jika dibandingkan dengan pengukuran keuangan lainnya. Berdasarkan asumsi ini nilai aset diperhalus menjadi Natural Log (Ln) untuk menyederhanakan total asset tanpa mengubah proporsi nilai asset sebenarnya. Rumusnya adalah:

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Ln (Total Asset)}$$

Leverage

Leverage berkorelasi dengan beban tetap karena adanya utang perusahaan, pengeluaran saham baik saham biasa maupun saham istimewa, dan juga karena penggunaan aktiva tetap. Leverage dikonotasikan sebagai rasio dalam mengukur kemampuan organisasi bisnis dalam melaksanakan kewajiban atau utangnya. Hery (2016) dan Kasmir (2014) menyatakan leverage sebagai rasio dalam mengukur besaran asset dibiayai oleh utang. Semakin banyak utang perusahaan bisa menunjukkan entitas sangat mengandalkan dana dari luar sebagai modal. Sebaliknya, jika utang perusahaan rendah berarti entitas lebih banyak membiayai operasional usahanya dengan modal sendiri. Leverage biasa juga disebut sebagai solvabilitas, yaitu suatu rasio untuk melihat kemampuan perusahaan mememnuhi kewajiban utangnya. Artinya, rasio jumlah beban utang perusahaan dibandingkan dengan asstnya.

Leverage atau solvabilitas merupakan rasio yang berguna untuk prediksi jangka panjang. Dalam arti jika suatu saat perusahaan akan dilikuidasi maka berapa kemampuan perusahaan membayar seluruh utangnya dengan asset yang dimilikinya. Namun rasio leverage tidak hanya

berlaku mengukur kemampuan jangka panjang namun juga kemampuan melunasi utang dalam jangka pendek. Meskipun kemampuan memenuhi kewajiban jangka pendek lebih dikenal dengan rasio likuiditas, walaupun rasio likuiditas lebih diukur dari kemampuan aktiva lancar melunasi utang jangka pendeknya (Setiawan, F., & Suryono, 2015).

Perhitungan rasio leverage dapat dilakukan dengan tiga pendekatan (Hery, 2016). Pertama, mengukur leverage dengan menggunakan pos-pos dalam neraca. Kedua dengan pendekatan dari laporan laba-rugi mengukur rasio leverage. Ketiga, mengukur rasio leverage dengan menggunakan pos-pos dalam laporan neraca dan pos-pos dalam laporan laba rugi.

Perusahaan yang terlalu bergantung pada pembiayaan dari utang memiliki risiko yang tinggi dalam membayar biaya bunga. Semakin besar rasio utang semakin besar bunga yang harus dibayar (Subramanyam, 2017). Rasio leverage dapat dihitung dengan beberapa rumus berikut: Debt to Asset Ratio (DAR), Debt to Equity Ratio (DER), Long Term Debt to Equity Ratio (LTDER), Fixed Charge Coverage (FCC).

DAR adalah persentase dari total utang dengan total aktiva, DER adalah rasio antara total utang dengan jumlah keseluruhan ekuitas pemilik. LTDER adalah radio utang jangka panjang dengan ekuitas pemilik sehingga bisa menjadi indikasi kemampuan perusahaan membayar bunga utang jangka panjang, FCC adalah rasio utang jangka panjang atau kontrak sewa jangka panjang, berarti kewajiban bunga utang jangka panjang termasuk tambahan biaya sewa jangka panjang (Kasmir, 2014).

Dari keseluruhan rasio leverage di atas maka penelitian ini menggunakan DAR. DAR sebagai rasio untuk menghitung dan mengukur kemampuan perusahaan dalam melunasi seluruh kewajibannya dengan asset yang dimilikinya. Jadi, membandingkan antara jumlah kewajiban dan jumlah harta perusahaan. Nilai DAR menurut Kasmir (2014) adalah:

$$\text{DAR} = \text{Total Debt} / \text{Total Asset} \times 100\%$$

Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Perusahaan berkembang dan menjadi besar karena adanya dukungan publik dan pemanfaatan sumber daya yang ada di lingkungannya. Semakin bertambahnya kapasitas publik akan semakin menaikkan tuntutan dari stakeholder. salah satu cara memenuhi tuntutan publik tersebut adalah dengan mengungkapkan dalam laporan tahunan CSR yang telah dilakukannya. Untuk tetap mempertahankan eksistensinya perusahaan tidak akan pernah berhenti untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat. Hal ini sejalan dengan teori legitimasi dukungan yang kuat dari masyarakat menjadi indikasi bahwa usaha yang dilakukan perusahaan tersebut telah sesuai dengan peraturan dan etika moral.

Semakin besar ukuran perusahaan dan kemampuan yang dimilikinya, maka semakin besar juga upaya perusahaan untuk memperoleh kepercayaan dari semua stakeholder. Perusahaan besar juga memiliki *political visibility* yang luas sehingga tuntutan transparan oleh masyarakat semakin besar pula (Sembiring, 2005). Publikasi dalam laporan tahunan merupakan salah satu bentuk legitimasi (Dharmawan Krisna, A. Suhardianto, 2016). Selain legitimasi, publikasi CSR juga menjadi media untuk menjaga nama baik perusahaan.

Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Diasumsikan, semakin besar perusahaan akan semakin kuat menghasilkan profit. Demikian juga semakin tinggi kemampuan menghasilkan laba maka tekanan melaksanakan CSR juga akan semakin kuat. Semakin besar dan luas manfaat yang diperoleh perusahaan menjadi bukti yang kuat bahwa laba perusahaan sejalan dengan aktivitasnya. Dari pandangan teori legitimasi menyatakan aktivitas perusahaan yang menghasilkan laba seharusnya diikuti dengan pengungkapan lebih banyak tentang dampak sosial lingkungan atas aktivitasnya memperoleh laba (Ratmono *et al.*, 2014; Tarigan *et al.*, 2014).

Leverage dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Leverage adalah salah satu rasio untuk menilai kinerja keuangan perusahaan dari aspek utang yang dimiliki oleh perusahaan dalam kegiatan operasionalnya. Kinerja keuangan dapat diukur dalam bulanan, triwulan, semester, atau tahunan. Hasil operasi jangka pendek atau laba jangka pendek penting bagi manajer perusahaan, sedangkan laba jangka panjang penting bagi pemegang saham (Jensen & Meckling, 1976; Tjondro, Widuri, & Katopo, 2016; Watts & Zimmermen, 1990). Dari aspek kreditur sebagai bagian dari investasinya juga sangat berkepentingan dengan kinerja keuangan jangka pendek. Oleh karena kreditur tidak menginginkan terjadinya kredit macet. Kreditur menginginkan semua piutangnya dapat tertagih dan terbayar.

Sebuah penelitian menyatakan perusahaan dengan leverage yang tinggi cenderung rendah dalam pelaksanaan *corporate social responsibility* (Krisna & Suhardianto, 2016). Leverage ditemukan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Oleh sebab itu tingkat pengungkapan CSR juga akan rendah. Hal ini diakibatkan oleh fokus jangka pendek dari perusahaan untuk memperoleh laba dan berakibat pada pengurangan aktivitas yang memicu timbulnya biaya. Berkurangnya aktivitas pemicu biaya yang signifikan seperti kegiatan sosial dan lingkungan secara tidak langsung akan mengurangi pengungkapan CSR.

Tanggung Jawab Lingkungan dan *Corporate Social Responsibility*

Tingkat pengungkapan CSR yang tinggi berkorelasi dengan nama baik perusahaan. Nama baik akan berkorelasi dengan nilai perusahaan. Penggunaan sumber daya lingkungan dalam proses produksi telah menjadi dasar tuntutan bahwa perusahaan juga harus berkontribusi terhadap perbaikan lingkungan dan aktivitas sosial. Perusahaan dengan aktivitas lingkungan yang tinggi akan percaya diri melakukan pengungkapan CSR dalam laporan keuangannya. CSR dijadikan sebagai dasar pengukuran kinerja sosial. Semakin luas pengungkapan tanggung jawab lingkungan berarti semakin baik kinerja sosial perusahaan. Penelitian membuktikan tanggung jawab lingkungan berpengaruh positif, signifikan terhadap pengungkapan CSR dalam annual report (Oktariani & Mimba, 2014).

Berdasarkan penjelasan di atas maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- H1: tanggung jawab lingkungan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
- H2: ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
- H3: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
- H4: *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

METODE PENELITIAN

Objek penelitian ini adalah tanggung jawab lingkungan, ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan pengungkapan CSR dengan menggunakan survei. Data bersumber dari publikasi laporan keuangan perusahaan manufaktur terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan telah diaudit. Periode pelaporan diambil tahun 2016-2018 yang diambil dari situs resmi BEI www.idx.co.id. Data yang diambil adalah: total aset, laba bersih setelah pajak, utang lancar, utang jangka panjang, dan modal. Skor nilai peringkat diambil dari Peringkat Kinerja PROPER dari tahun 2016-2018 yang dikeluarkan Kementerian Lingkungan Hidup.

Populasi penelitian sebanyak 187 perusahaan manufaktur. Kriteria untuk terpilih sebagai sampel adalah: perusahaan mengikuti PROPER, menyajikan laporan CSR dalam annual report atau memiliki sustainability report tahun 2016-2018 sehingga terpilih 39

perusahaan. Lama pengamatan ditetapkan tiga tahun sehingga diperoleh 117 pengamatan.

Untuk pengukuran variabel pengungkapan CSR digunakan Global Reporting Initiative versi 4 (GRI G4) yang diambil dari www.globalreporting.org dengan 91 item indikator. Total skor nilai *Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks* (CSRDI) dihitung dari setiap item pengungkapan diberi skor 1 dan skor 0 pada item yang tidak diungkapkan. Data dianalisis dengan regresi linear berganda memakai aplikasi SPSS untuk mengetahui arah dan atau hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Jika diperoleh nilai positif berarti pengaruhnya searah dan mengalami kenaikan. Sebaliknya, apabila diperoleh nilai negatif berarti bertolak belakang dan mengalami penurunan. Model dalam persamaan regresi linear berganda adalah:

$$CSRDI = \alpha + \beta_1 UP + \beta_2 Profit + \beta_3 Lev + \beta_4 TL + \epsilon$$

α sebagai konstanta, UP adalah Ukuran Perusahaan, Profit adalah Profitabilitas, Lev adalah Leverage, dan TL adalah Tanggung Jawab Lingkungan, ϵ sebagai standar error. Dalam menguji hipotesis dipakai uji t, tingkat signifikan $\alpha=0,05$. Gambaran tingkat pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur terdaftar di BEI periode tahun 2016-2018 berdasarkan GRI-G4 adalah 0,21, sesuai Tabel 2 di bawah:

Tabel 2: Tingkat Pengungkapan Corporate Social Responsibility Tahun 2016 –2018

No	Nama Perusahaan	Pengungkapan CSR dengan Standar GRI			Rata - Rata
		2016	2017	2018	
1	Polychem Indonesia Tbk	0,23	0,32	0,40	0,32
2	Asahimas Flat Glass Tbk	0,31	0,33	0,34	0,33
3	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	0,13	0,14	0,14	0,14
4	Indocement Tunggal Prakarsa Tbk	0,13	0,38	0,45	0,32
5	Steel Pipe Industry of Indonesia	0,10	0,18	0,19	0,16
6	Japfa Comfeed Indonesia Tbk	0,22	0,31	0,33	0,29
7	Pelat Timah Nusantara Tbk	0,14	0,16	0,16	0,15
8	Suparma Tbk	0,11	0,13	0,16	0,13
9	Indo Acidatama Tbk	0,13	0,16	0,18	0,16
10	Unggul Indah Cahaya Tbk	0,14	0,15	0,16	0,15
11	Lotte Chemical Titan Tbk	0,14	0,18	0,19	0,17
12	Gunawan Dian jaya Steel Tbk	0,14	0,16	0,20	0,17
13	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	0,12	0,15	0,16	0,14
14	Delta Djakarta Tbk	0,13	0,16	0,20	0,16
15	Gudang Garam Tbk	0,33	0,36	0,64	0,44
16	H.M. Sampoerna Tbk	0,29	0,40	0,35	0,35
17	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	0,24	0,38	0,31	0,31
18	Indofood Sukses Makmur Tbk	0,31	0,24	0,45	0,33
19	Kimia Farma Tbk	0,16	0,15	0,41	0,24
20	Kalbe Farma Tbk	0,21	0,14	0,43	0,26
21	Multi Bintang Indonesia Tbk	0,23	0,24	0,24	0,24

22	Mustika Ratu Tbk	0,14	0,15	0,18	0,16
23	Mayora Indah Tbk	0,16	0,19	0,21	0,19
24	Industri Jamu dan Farmasi Sidomuncul	0,16	0,23	0,24	0,21
25	Unilever Indonesia Tbk	0,25	0,35	0,43	0,34
26	Kino Indonesia Tbk	0,21	0,25	0,27	0,24
27	Phapros Tbk	0,25	0,29	0,27	0,27
28	Merck Tbk	0,08	0,16	0,18	0,14
29	Astra Otoparts Tbk	0,14	0,19	0,23	0,19
30	Goodyear Indonesia Tbk	0,10	0,15	0,16	0,14
31	Gajah Tunggal Tbk	0,11	0,13	0,16	0,13
32	Indo-Rama Synthetics Tbk	0,12	0,18	0,19	0,16
33	Indospring Tbk	0,10	0,12	0,13	0,12
34	KMI Wire & Cable Tbk	0,12	0,16	0,20	0,16
35	Sri Rejeki Isman Tbk	0,15	0,22	0,24	0,20
36	Voksel Electric Tbk	0,14	0,16	0,16	0,15
37	Garuda Metalindo Tbk	0,13	0,15	0,16	0,15
38	Sumi Indo Kabel Tbk	0,15	0,19	0,2	0,18
39	Kabelindo Murni Tbk	0,11	0,16	0,21	0,16
Rata-Rata Tingkat Pengungkapan CSR Perusahaan Manufaktur Periode Tahun 2016-2018					0,21

Sumber: Data diolah (2020)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ada tiga kategori pengungkapan CSR dilihat dari GRI-G4 yaitu: ekonomi, kinerja, lingkungan dan sosial dengan 91 total item pengungkapan. Dari Tabel 2 di atas, terlihat tingkat pengungkapan CSR hanya 21%, atau berkisar di antara 8%-64%. Hanya satu perusahaan dengan tingkat pengungkapan 64% yaitu perusahaan Gudang Garam. Nilai 21% tersebut tergolong sangat rendah. Dari 91 item total pengungkapan yang diharapkan berarti rata-rata pengungkapan dalam penelitian ini hanya sekitar 19 item pengungkapan pada setiap perusahaan manufaktur.

Ukuran perusahaan berfungsi mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis berdasarkan total aset, tenaga kerja, nilai saham, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Besarnya perusahaan dalam riset ini diukur menggunakan total aset yang dinyatakan dalam logaritma natural. Total aset menggunakan proksi total aset yang dilogaritma natural agar nilai nominal yang besar didesimalkan menjadi angka lebih kecil. Selain bertujuan mengecilkan nilai nominal yang besar, logaritma natural juga digunakan untuk menyamakan nilai dengan variabel lain dengan skor nominal atau kategori. Hasil pengukuran dengan *logaritma of natural* perusahaan manufaktur terdapat pada tabel 3 berikut.

Tabel 3: Ukuran Perusahaan Manufaktur Tahun 2016 –2018

No	Nama Perusahaan	Ukuran Perusahaan			Rata-Rata (%)
		2016	2017	2018	
1	Polychem Indonesia Tbk	29,30	29,29	29,00	29,20
2	Asahimas Flat Glass Tbk	29,34	29,47	29,76	29,52
3	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	30,82	30,83	30,95	30,87
4	Indocement Tunggal Prakarsa Tbk	31,04	30,99	30,96	31,00
5	Steel Pipe Industry of Indonesia	29,43	29,47	29,50	29,47
6	Japfa Comfeed Indonesia Tbk	30,59	30,68	30,77	30,68
7	Pelat Timah Nusantara Tbk	28,15	28,20	28,36	28,23
8	Suparma Tbk	28,40	28,41	28,46	28,42
9	Indo Acidatama Tbk	27,30	27,20	27,26	27,25
10	Unggul Indah Cahaya Tbk	28,79	28,77	28,83	28,80
11	Lotte Chemical Titan Tbk	28,68	28,62	28,64	28,65
12	Gunawan Dian jaya Steel Tbk	27,86	27,88	27,93	27,89
13	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	27,99	27,96	27,79	27,91
14	Delta Djakarta Tbk	27,81	27,92	28,05	27,93
15	Gudang Garam Tbk	31,77	31,83	31,87	31,82
16	H.M. Sampoerna Tbk	31,38	31,40	31,47	31,42
17	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	30,99	31,08	31,17	31,08
18	Indofood Sukses Makmur Tbk	32,04	32,11	32,20	32,12
19	Kimia Farma Tbk	32,04	29,44	29,88	30,45
20	Kalbe Farma Tbk	30,35	30,44	30,53	30,44
21	Multi Bintang Indonesia Tbk	28,45	28,55	28,69	28,57
22	Mustika Ratu Tbk	26,90	26,93	26,96	26,93
23	Mayora Indah Tbk	30,19	30,33	30,50	30,34
24	Industri Jamu dan Farmasi Sidomuncul	28,73	28,78	28,84	28,78
25	Unilever Indonesia Tbk	30,45	30,57	30,60	30,54
26	Kino Indonesia Tbk	28,82	28,81	28,91	28,85
27	Phapros Tbk	27,51	27,79	28,27	27,86
28	Merck Tbk	27,34	27,46	27,86	27,55
29	Astra Otoparts Tbk	30,31	30,32	30,40	30,34
30	Goodyear Indonesia Tbk	28,09	28,18	28,20	28,16
31	Gajah Tunggal Tbk	30,56	30,53	30,61	30,57
32	Indo-Rama Synthetics Tbk	30,11	30,06	30,05	30,07
33	Indospring Tbk	28,54	28,52	28,54	28,53
34	KMI Wire & Cable Tbk	28,26	28,73	28,81	28,60
35	Sri Rejeki Isman Tbk	30,24	30,45	30,58	30,42
36	Voksel Electric Tbk	28,14	28,38	28,54	28,35
37	Garuda Metalindo Tbk	27,82	27,80	27,90	27,84

38	Sumi Indo Kabel Tbk	27,77	27,76	27,90	27,81
39	Kabelindo Murni Tbk	27,18	27,84	27,89	27,64
Rata-Rata Ukuran perusahaan Manufaktur Tahun 2016-2018					29,25

Sumber: Data diolah (2020)

Dari Tabel 3 di atas terlihat ukuran perusahaan manufaktur dengan log natural berkisar 26,90 – 32,20. Secara rata-rata nilainya sebesar 29,25. Perusahaan manufaktur dengan Ln asset terkecil adalah Mustika Ratu pada tahun 2016 dan nilai maksimum 32,20 pada Indofood Sukses Makmur. Nilai dalam Tabel 3 dan rata-rata tidak memiliki range yang besar sehingga secara keseluruhan seharusnya akan memiliki tingkat pengungkapan yang sama jika dilihat dari variabel ukuran perusahaan.

Profitabilitas adalah variabel yang menilai kemampuan entitas memperoleh laba. Dalam aktivitas memperoleh laba tersebut dipengaruhi unsur penjualan, kas, modal dan sumber daya manusia. Semakin tinggi tingkat profitabilitas akan menjadi pertimbangan utama investor menanamkan investasinya. Mengukur profitabilitas dalam penelitian ini digunakan ROA melalui total asset yang dimiliki seperti terlihat di Tabel 4 di bawah ini:

Tabel 4: Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Tahun 2016 – 2018

NO	Nama Perusahaan	Profitabilitas (ROA)			Rata-Rata (%)
		2016	2017	2018	
1	Polychem Indonesia Tbk	0,00	0,00	0,00	0,00
2	Asahimas Flat Glass Tbk	4,73	0,62	0,08	1,81
3	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	9,19	10,19	16,46	11,95
4	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk	12,84	6,44	4,12	7,80
5	Steel Pipe Industry of Indonesia	1,70	0,14	0,75	0,86
6	Japfa Comfeed Indonesia Tbk	11,28	10,79	9,78	10,62
7	Pelat Timah Nusantara Tbk	2,11	1,08	0,00	1,06
8	Suparma Tbk	3,75	4,24	3,60	3,87
9	Indo Acidatama Tbk	1,54	2,71	5,64	3,30
10	Unggul Indah Cahaya Tbk	9,31	5,33	7,31	7,32
11	Lotte Chemical Titan Tbk	1,06	0,91	3,13	1,70
12	Gunawan Dian jaya Steel Tbk	2,52	0,80	0,00	1,11
13	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	17,51	7,71	7,93	11,05
14	Delta Djakarta Tbk	21,18	20,86	22,19	21,41
15	Gudang Garam Tbk	10,60	11,62	11,28	11,16
16	H.M. Sampoerna Tbk	30,02	29,37	29,05	29,48
17	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	12,56	11,21	13,56	12,44
18	Indofood Sukses Makmur Tbk	5,91	5,85	5,14	5,63
19	Kimia Farma Tbk	5,89	5,44	4,25	5,19
20	Kalbe Farma Tbk	15,44	14,76	13,76	14,66
21	Multi Bintang Indonesia Tbk	43,17	52,67	42,39	46,08
22	Mustika Ratu Tbk	0,00	0,00	0,00	0,00
23	Mayora Indah Tbk	10,75	10,93	10,01	10,56

24	Industri Jamu dan Farmasi Sido	16,08	16,90	19,89	17,63
25	Unilever Indonesia Tbk	38,16	37,05	46,66	40,62
26	Kino Indonesia Tbk	5,51	3,39	4,18	4,36
27	Phapros Tbk	9,85	10,65	7,06	9,19
28	Merck Tbk	20,69	18,41	92,51	43,87
29	Astra Otoparts Tbk	3,31	3,71	4,28	3,77
30	Goodyear Indonesia Tbk	1,47	0,72	0,40	0,86
31	Gajah Tunggal Tbk	3,35	0,25	0,00	1,20
32	Indo-Rama Synthetics Tbk	0,17	0,22	7,74	2,71
33	Indospring Tbk	2,00	4,67	4,46	3,71
34	KMI Wire & Cable Tbk	17,87	11,91	7,26	12,35
35	Sri Rejeki Isman Tbk	6,14	5,70	6,20	6,01
36	Voksel Electric Tbk	9,59	7,88	4,24	7,24
37	Garuda Metalindo Tbk	9,26	7,84	5,77	7,62
38	Sumi Indo Kabel Tbk	6,03	1,52	2,23	3,26
39	Kabelindo Murni Tbk	3,32	3,56	3,13	3,34
Rata-Rata Tingkat Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Tahun 2016-2018					9,92

Sumber: Data diolah (2020)

Hasil pengujian statistik pada Tabel 4 memperlihatkan rasio profitabilitas perusahaan manufaktur berkisar 0%–92.51%. Sedangkan rasio rata-rata profitabilitas tahun 2016-2018 sebesar 9.92%. Nilai sebesar 9.92% menunjukkan kinerja perusahaan menghasilkan laba dari total assetnya berada pada range cukup. Tabel 4 juga menunjukkan jarak yang cukup jauh di antara beberapa perusahaan dalam memanfaatkan aktivitya untuk memperoleh laba. Bahkan satu perusahaan menunjukkan nilai 0% karena perusahaan mengalami rugi dua periode berturut-turut yaitu tahun 2017 dan 2018. Profitabilitas tertinggi diraih Merck dengan nilai 92,2%. Tingginya profitabilitas yang diraih oleh Merck. Disebabkan berhasil memperoleh laba selama tiga tahun 2016-2018.

Leverage mengukur kemampuan perusahaan manufaktur membayar kewajiban atau utang. Rasio leverage biasa juga disebut solvabilitas. Rasio ini memprediksi kapabilitas aktiva yang dibiayai utang. Artinya, utang akan menghasilkan beban bagi aktiva sehingga kemampuan perusahaan dinilai dari aktivitya untuk memenuhi kewajibannya baik secara jangka pendek maupun jangka panjang. Leverage dalam riset ini, diukur dengan *Debt to asset ratio*. Persentase DAR pada perusahaan manufaktur tertera pada Tabel 5 berikut:

Tabel 5: Leverage Perusahaan Manufaktur Tahun 2016–2018

No	Nama Perusahaan	Leverage (DAR)			Rata-Rata (%)
		2016	2017	2018	
1	Polychem Indonesia Tbk	35,55	35,96	13,15	28,22
2	Asahimas Flat Glass Tbk	34,62	43,38	57,35	45,11
3	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	41,51	35,96	29,86	35,78
4	Indocement Tunggal Prakarsa Tbk	13,31	14,92	16,43	14,89
5	Steel Pipe Industry of Indonesia	56,22	54,69	55,11	55,34

6	Japfa Comfeed Indonesia Tbk	51,37	53,57	55,66	53,53
7	Pelat Timah Nusantara Tbk	66,57	66,98	70,87	68,14
8	Suparma Tbk	48,51	45,05	44,39	45,98
9	Indo Acidatama Tbk	43,94	36,34	30,43	36,90
10	Unggul Indah Cahaya Tbk	28,96	29,20	29,64	29,27
11	Lotte Chemical Titan Tbk	52,15	50,01	47,64	49,94
12	Gunawan Dian jaya Steel Tbk	26,36	27,81	33,72	29,30
13	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	37,73	35,16	16,45	29,78
14	Delta Djakarta Tbk	15,48	14,63	15,71	15,27
15	Gudang Garam Tbk	37,15	36,81	34,68	36,21
16	H.M. Sampoerna Tbk	19,60	20,93	24,13	21,55
17	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	35,99	35,72	33,93	35,21
18	Indofood Sukses Makmur Tbk	46,53	46,83	48,29	47,22
19	Kimia Farma Tbk	50,76	57,80	64,52	57,69
20	Kalbe Farma Tbk	18,14	16,68	14,23	16,35
21	Multi Bintang Indonesia Tbk	63,93	57,57	59,59	60,37
22	Mustika Ratu Tbk	23,59	26,26	28,11	25,99
23	Mayora Indah Tbk	51,52	50,69	51,44	51,22
24	Industri Jamu dan Farmasi Sido	7,69	8,31	13,03	9,68
25	Unilever Indonesia Tbk	71,91	72,64	61,18	68,58
26	Kino Indonesia Tbk	40,57	36,52	39,12	38,74
27	Phapros Tbk	29,57	40,35	57,12	42,35
28	Merck Tbk	21,68	27,34	58,97	35,99
29	Astra Otoparts Tbk	27,89	27,12	29,11	28,04
30	Goodyear Indonesia Tbk	50,13	56,71	56,84	54,56
31	Gajah Tunggal Tbk	68,72	68,72	70,19	69,21
32	Indo-Rama Synthetics Tbk	65,91	63,94	56,64	62,16
33	Indospring Tbk	16,52	11,90	11,61	13,34
34	KMI Wire & Cable Tbk	29,39	40,71	37,41	35,84
35	Sri Rejeki Isman Tbk	4,55	4,50	4,44	4,50
36	Voksel Electric Tbk	59,89	61,42	62,88	61,40
37	Garuda Metalindo Tbk	10,27	39,38	43,76	31,14
38	Sumi Indo Kabel Tbk	19,37	19,91	27,99	22,42
39	Kabelindo Murni Tbk	49,83	35,93	36,73	40,83
Rata-Rata Tingkat Leverage Perusahaan Manufaktur Tahun 2016-					38,67

Sumber: Data diolah, 2020

Hasil uji DAR di Tabel 5 menginformasikan rasio leverage perusahaan manufaktur berkisar di antara 4.44%–72.64%. Rasio rata-rata leverage perusahaan manufaktur tahun 2016-2018 sebesar 38.67%. Rasio leverage terendah sebesar 4,44%. Yang berarti perusahaan tersebut hanya mampu mengkover utangnya sebesar 4,44% dengan assetnya dalam jangka panjang. Tingkat leverage terendah ditunjukkan oleh Sri Rejeki Isman pada Tahun 2018. Hal ini disebabkan total hutang Sri Rejeki Isman. pada tahun 2018 mencapai nilai Rp 848.024.460. Tingkat leverage yang tertinggi dimiliki Unilever. pada tahun 2017 bernilai 72,64% pada total utang sebesar Rp 13.733.025.000.000.

Kinerja Lingkungan bisa menjelaskan capaian perusahaan dalam melaksanakan aktivitas sosialnya di samping kegiatan operasionalnya untuk memperoleh laba. Dalam artian perusahaan tidak melupakan untuk selalu mengelola lingkungannya dengan baik. Perusahaan akan baik dalam pengelolaan lingkungan apabila manajemen lingkungan diterapkan sesuai standar yang diakui secara global seperti GRI G4. Tanggung jawab lingkungan dalam penelitian ini diukur dan dinilai mengikuti PROPER sesuai Peraturan Menteri Lingkungan Hidup No. 03 Tahun 2014. Persentase tanggung jawab lingkungan pada perusahaan manufaktur tertera di Tabel 6.

Tabel 6: Tanggung Jawab Lingkungan Perusahaan Manufaktur Tahun 2016 – Tahun 2018

No	Nama Perusahaan	Tanggung Jawab Lingkungan			Rata-Rata (%)
		2016	2017	2018	
1	Polychem Indonesia Tbk	3,00	3,00	3,00	3,00
2	Asahimas Flat Glass Tbk	4,00	3,00	3,00	3,33
3	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	3,00	3,00	3,00	3,00
4	Indocement Tunggal Prakarsa Tbk	4,00	3,00	4,00	3,67
5	Steel Pipe Industry of Indonesia	3,00	4,00	3,00	3,33
6	Japfa Comfeed Indonesia Tbk	3,00	3,00	3,00	3,00
7	Pelat Timah Nusantara Tbk	3,00	3,00	3,00	3,00
8	Suparma Tbk	3,00	3,00	3,00	3,00
9	Indo Acidatama Tbk	3,00	3,00	3,00	3,00
10	Unggul Indah Cahaya Tbk	4,00	3,00	3,00	3,33
11	Lotte Chemical Titan Tbk	3,00	3,00	3,00	3,00
12	Gunawan Dian jaya Steel Tbk	3,00	3,00	3,00	3,00
13	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	2,00	3,00	3,00	2,67
14	Delta Djakarta Tbk	3,00	3,00	3,00	3,00
15	Gudang Garam Tbk	3,00	3,00	3,00	3,00
16	H.M. Sampoerna Tbk	3,00	3,00	2,00	2,67
17	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	3,00	4,00	4,00	3,67
18	Indofood Sukses Makmur Tbk	4,00	4,00	3,00	3,67
19	Kimia Farma Tbk	3,00	3,00	3,00	3,00
20	Kalbe Farma Tbk	3,00	3,00	4,00	3,33
21	Multi Bintang Indonesia Tbk	4,00	4,00	4,00	4,00
22	Mustika Ratu Tbk	3,00	2,00	2,00	2,33
23	Mayora Indah Tbk	3,00	3,00	3,00	3,00
24	Industri Jamu dan Farmasi Sidomuncul	4,00	4,00	4,00	4,00
25	Unilever Indonesia Tbk	3,00	3,00	3,00	3,00
26	Kino Indonesia Tbk	3,00	3,00	3,00	3,00
27	Phapros Tbk	4,00	4,00	3,00	3,67
28	Merck Tbk	3,00	3,00	3,00	3,00
29	Astra Otoparts Tbk	3,00	3,00	3,00	3,00
30	Goodyear Indonesia Tbk	3,00	3,00	3,00	3,00

31	Gajah Tunggal Tbk	3,00	2,00	2,00	2,33
32	Indo-Rama Synthetics Tbk	2,00	2,00	3,00	2,33
33	Indospring Tbk	3,00	3,00	3,00	3,00
34	KMI Wire & Cable Tbk	3,00	3,00	2,00	2,67
35	Sri Rejeki Isman Tbk	3,00	3,00	3,00	3,00
36	Voksel Electric Tbk	3,00	3,00	3,00	3,00
37	Garuda Metalindo Tbk	2,00	2,00	3,00	2,33
38	Sumi Indo Kabel Tbk	3,00	3,00	2,00	2,67
39	Kabelindo Murni Tbk	3,00	2,00	2,00	2,33
Rata-rata tingkat tanggung jawab lingkungan perusahaan manufaktur tahun 2016-2018					3,03

Sumber: Data diolah, 2020

Pengujian statistik dalam Tabel 6 telah mengindikasikan skor tanggung jawab lingkungan antara 2–4. Secara keseluruhan pada tahun 2016-2018 rata-ratanya sebesar 3,03. Artinya capaian yang diraih perusahaan manufaktur cukup baik atau pada zona biru. Nilai peringkat terendah 2 atau peringkat warna merah yang berarti kegiatan pengelolaan lingkungan hidup dilakukannya belum sejalan dengan peraturan perundang-undangan. Peringkat 4 atau warna hijau berarti pengelolaan lingkungan telah melebihi tingkat yang dipersyaratkan dalam peraturan (beyond compliance). Standar pengelolaan lingkungan diukur dengan efisiensi melalui pelaksanaan *Reduce, Reuse, Recycle, dan Recovery*. Jika semua indikator tersebut terpenuhi berarti CSR entitas telah baik.

Dari hasil pengujian dengan regresi linear berganda ditemukan hasil dalam Tabel 7:

Tabel 7: Hasil Pengujian Regresi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,726 ^a	,530	,512	2,196	1,76
Constanta (a) : 12,907					
		Correlation	Uji - t	Signifikansi	
Ukuran Perusahaan		,386	4,359	Sig. 0,000 < 0,05	
Return On Asset		,231	2,482	Sig. 0,015 < 0,05	
Debt to Asset Ratio		,075	0,854	Sig. 0,395 > 0,05	
PROPER		,169	2,007	Sig. 0,039 < 0,05	
t-table: 1,981					

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

b. Dependent Var: Y

Tabel 7 menunjukkan koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,512. Oleh karena variabel independennya lebih dari tiga maka nilai adjusted R square yang diambil. Nilai 0,512 bermakna: pengungkapan CSR dapat dijelaskan oleh ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan tanggung jawab lingkungan senilai 51,2% dan 48,8% dijelaskan oleh variabel lainnya. Jika dilihat dari koefisien korelasi (*Multiple R*) sebesar 0,530 berarti hubungan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, tanggung jawab lingkungan dengan pengungkapan CSR perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sebesar 53%. Berdasarkan Tabel 7 maka persamaan regresi $CSRDI = \alpha + \beta_1UP + \beta_2Profit + \beta_3Lev + \beta_4TL + \epsilon$, akan seperti berikut ini:

$$Y = 12.907 + 0,386X_1 + 0,231X_2 + 0,075X_3 + 0,169X_4$$

Persamaan di atas memiliki makna: konstanta (a) berarti bila semua variabel independen tidak ada berarti pengungkapan CSR sebesar sebesar 12,907. Koefisien regresi beta (b1) sebesar 0,386 bermakna jika ukuran perusahaan bertambah satu berarti pengungkapan CSR akan bertambah 0,386. Asumsinya variabel prediktor lainnya bersifat tetap. Pada nilai koefisien regresi beta (b2) sebesar 0.231 berarti ada hubungan positif antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR, di mana profitabilitas meningkat satu berarti pengungkapan CSR bertambah sebesar 0,231. Demikian juga pada koefisien regresi beta (b3) sebesar 0.075 berarti jika leverage naik satu maka pengungkapan CSR meningkat 0,075, asumsinya variabel prediktor lain bersifat tetap. Pada koefisien regresi beta (b4) sebesar 0.169 bermakna positif dan akan menaikkan pengungkapan CSR sebesar nilai tersebut jika tanggung jawab lingkungan meningkat satu satuan.

Pengujian Hipotesis

Dalam menguji hipotesis memakai uji t yang berfungsi menguji tingkat signifikansi konstanta pada setiap variabel prediktor. Berdasarkan hasil uji t dalam Tabel 7 maka variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR dengan t-hitung 4,359 > t-tabel 1,9813 dengan sig < 0,05. Berarti, H1 diterima dengan nilai pengaruh 0,386. Untuk variabel profitabilitas menunjukkan t-hitung 2,2482 > t – tabel 1,993 dengan sig < 0,05 Hasil pengujian tersebut memberikan makna bahwa variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Ini berarti H2 diterima dengan nilai koefisien pengaruh sebesar 0,231. Sebaliknya, leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Oleh karena t-hitung 0,854 < t-tabel 1,993 dan signifikansi 0,395 > 0,05 berarti leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR dengan nilai 0,075 sehingga H3 ditolak. Tanggung jawab lingkungan dengan nilai t – hitung 2,007 > t - tabel 1,98137 dan tingkat signifikansi 0,039 < 0,05 artinya tanggung jawab lingkungan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR sehingga H4 diterima.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan CSR

Hasil pengujian H1 menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan pada pengungkapan CSR di perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Artinya, kemampuan perusahaan manufaktur dalam mengungkapkan informasi CSR dipengaruhi aktivitas tanggung jawab sosial yang dilakukan. Temuan ini mendukung teori stakeholder yang menyatakan perusahaan harus memberi manfaat bagi stakeholdernya. Saat ini perusahaan yang go publik berusaha mengungkapkan informasi CSR agar bernilai positif di mata stakeholder, walaupun akan meningkatkan biaya dan mengurnagi laba dan shareholder. Pengungkapan ini juga akan berdampak positif bagi manajemen sebab menunjukkan aset perusahaan telah digunakan untuk memperoleh nama baik perusahaan karena telah menjalankan aturan dan etika lingkungan.

Hal ini terlihat dari hasil penelitian bahwa perusahaan dengan rata-rata total aset 30% seperti GGRM, HMSP, ICBP, INDF, INTP, KAEF, KLBF, MYOR dan UNVR melakukan pengungkapan CSR lebih banyak dibandingkan perusahaan yang total assetnya lebih rendah dari 26%. Perusahaan dengan total aset 30% melakukan pengungkapan sebesar 24% - 44%. Temuan ini menunjukkan perusahaan besar cenderung lebih banyak mengungkapkan CSR. Di samping itu, perusahaan besar selalu lebih banyak disorot menjadi dorongan bagi perusahaan lebih luas mengungkapkan CSR sebagai biaya sosial-politis (Awuy, Sayekti, Purnamawati, & Ekonomi, 2016; Tarigan *et al.*, 2014).

Pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan CSR

Hasil uji H2 menemukan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur terdaftar di BEI. Hal ini menunjukkan peningkatan kinerja finansial perusahaan melalui ROA berpengaruh terhadap luas pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur, hal ini sejalan dengan penelitian (Oktariani & Mimba, 2014; Wahyuningsih & Mahdar, 2019). Aspek ini mendukung teori stakeholder bahwa keberlanjutan suatu entitas dengan dukungan stakeholder menjadi peluang memberikan dampak baik bagi perusahaan. Semakin tinggi kepercayaan dari stakeholder akan meningkatkan aktivitas perusahaan yang dapat meningkatkan laba perusahaan. Tingkat profitabilitas perusahaan juga akan menjadi aspek yang positif dalam hubungan keagenan antara manajer dengan stakeholder, termasuk pengungkapan kinerja sosial melalui CSR. Perusahaan akan berkelanjutan jika ada dukungan penuh dari masyarakat dan secara umum hal itu akan diperoleh jika memenuhi sistem nilai moral dan etika dalam masyarakat. Untuk membuat masyarakat mengetahui kinerja lingkungan berarti perusahaan harus melakukan pengungkapan CSR melalui laporan keuangannya (Ratmono *et al.*, 2014; Tarigan *et al.*, 2014).

Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan CSR

Penelitian ini menunjukkan leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dengan ditolaknya H3. Hal ini berarti leverage tinggi atau rendah tidak akan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini menolak teori stakeholder yang beranggapan kreditur memberikan tekanan kepada perusahaan untuk lebih mementingkan pelunasan utang dibandingkan melakukan pengungkapan CSR. Leverage yang rendah seperti pada Sri Rejeki Usman dengan tingkat leverage 4% melakukan pengungkapan yang juga rendah hanya sebesar 14 item dari total 91 item pengungkapan CSR. Demikian juga dengan Unilever Indonesia memiliki tingkat leverage yang tinggi sebesar 73%, namun tingkat pengungkapannya hanya 32 item. Perbandingan hasil penelitian ini menunjukkan besaran leverage tidak memengaruhi tingkat pengungkapan CSR.

Banyak faktor yang bisa menyebabkan tidak berpengaruhnya leverage terhadap pengungkapan CSR. Salah satunya karena relasi jangka panjang perusahaan dengan institusi keuangan (perbankan) atau kreditur. Hubungan yang baik dan lama bisa menimbulkan toleransi dan meningkatkan kepercayaan terhadap kinerja perusahaan. Hal ini bisa mengalihkan perhatian kreditur dan memberi kepercayaan yang tinggi kepada perusahaan menjadikan rasio leverage terhadap pengungkapan CSR menjadi tidak signifikan. Kemungkinan lainnya adalah tingkat pengungkapan CSR berdasarkan GRI dari 91 item rata-rata perusahaan hanya mengungkapkan 19 item. Artinya, informasi lingkungan yang ada dalam laporan keuangan tahunan hanya berkontribusi kecil bagi aktivitas lingkungan perusahaan.

Tidak berpengaruhnya leverage terhadap pengungkapan CSR bisa diartikan investor tidak memberikan perhatian khusus pada informasi kinerja lingkungan perusahaan. Dampaknya, perusahaan tidak memberi perhatian khusus untuk mengungkap informasi lingkungan dalam laporan keuangan tahunan. Bisa juga leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR karena perusahaan memang tidak melaksanakan aktivitas sosial dan lingkungan sehingga tidak memiliki poin pengungkapan sesuai dengan kriteria GRI. Meskipun UU No 40 Tahun 2007 mewajibkan perusahaan melakukan dan mengungkapkan CSR.

Jika perusahaan memenuhi tuntutan peraturan berarti akan menjadi tambahan beban bagi perusahaan. Dalam kondisi perusahaan memiliki utang yang tinggi berarti keuntungan perusahaan menjadi tidak maksimal bagi pemegang saham karena adanya beban bunga. Untuk memaksimalkan laba perusahaan akan mengurangi pengeluaran yang tidak berefek terhadap kinerja keuangan secara langsung, salah satunya aktivitas sosial dan lingkungan serta biaya pengungkapan informasi lingkungan.

Pengaruh Tanggung Jawab Lingkungan Perusahaan terhadap pengungkapan CSR

Pengujian H4 diperoleh bukti tanggung jawab lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Bukti ini mengindikasikan meningkatnya tanggung jawab lingkungan perusahaan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan CSR perusahaan manufaktur. Item pengungkapan PROPER perusahaan mengindikasikan CSR berdampak signifikan bagi Lingkungan, menaikkan citra baik perusahaan atas kepedulianya terhadap pengelolaan lingkungan.

Temuan ini didukung oleh teori stakeholder bahwa perusahaan bukanlah organisasi yang hanya beroperasi mencari keuntungan untuk diri sendiri namun setiap sumber daya yang diambil dari lingkungannya harus mampu dikembalikan dan memberikan manfaat bagi stakeholdernya, Terjadinya mutualisme antara perusahaan dan stakeholder bisa menjadi dasar yang kuat bagi perusahaan untuk mengelola keberlanjutan atau sustainabilitasnya. Di samping itu, kerja sama yang baik antara perusahaan dengan stakeholder akan berdampak bagi pilantropi (Caroll & Buchholtz, 2009; Gray *et al.*, 1996). Penelitian ini berhasil mengindikasikan bahwa pemeringkatan melalui PROPER sungguh menjadi pemicu bagi perusahaan untuk lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan dan mengungkapkannya dalam laporan keuangannya atau melalui publikasi lainnya.

KESIMPULAN

Hasil penelitian dan pembahasan di atas memberikan indikasi untuk menyimpulkan bahwa: ukuran perusahaan, profitabilitas, tanggung jawab lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016 – 2018, namun leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 - 2018.

DAFTAR PUSTAKA

- Awuy, V. P., Sayekti, Y., Purnamawati, I., & Ekonomi, F. (2016). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC) (Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2013), *18*(1), 15–26. <https://doi.org/10.9744/jak.18.1.15-26>
- Caroll, A. B., & Buchholtz, A. K. (2009). *Business and Society Ethics and Stakeholder Management* (7th ed.). Mason, USA: South Western Cengage Learning.
- Dharmawan Krisna, A. Suhardianto, N. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, *18*(2), 119–127. <https://doi.org/https://doi.org/10.9744/jak.18.2.119.128>
- Fahmi, I. (2011). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Fibrianti, N., & Wisada, I. (2015). (2015). Pengaruh Hutang, Profitabilitas, dan Tanggung Jawab Lingkungan Pada Corporate Social Responsibility Disclosure Perusahaan Pertambangan. *E-Jurnal Akuntansi*, *11*(2), 341–355.
- Gray, R., O., D., & A., C. (1996). *Accounting & accountability: changes and challenges in corporate social and environmental reporting*. Britain: Prentice Hall Britain.
- Hadi, N. (2014). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Halim, A., & Supomo, B. (2001). *Akuntansi Manajemen* (1st ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Hamdani. (2016). *Good Corporate Governance: Tinjauan Etika dalam Praktik Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Hamzah, A., & Rodiyah, S. (2019). Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Sub Sektor Pertambangan Batubara Periode 2013-2018. *Journal of Islamic Finance and Accounting*, *2*(2), 99–117.
- Hery. (2016). *Analisis Laporan Keuangan* (Intergrate). Jakarta: Grasindo.

- Hooker, J. T. W. (2018). Ethical Implications of The 4th Industrial Revolution for Business and Society. In *Business and Society* 360. Emerald. <https://doi.org/10.1108/bas>
- Iqbal, M., & Faiqoh, S. (2018). PENERAPAN GRI-G4 SEBAGAI PEDOMAN BAKU SISTEM PELAPORAN BERKELANJUTAN BAGI PERUSAHAAN. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember – Vol. 16 No. 2 Desember 2018*, 6(2), 11–118.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Jogiyanto, H. (2017). *Teori Portofolio Dan Analisis Investasi Penulis* (Edisi 11). Yogyakarta: BPFE.
- Kasmir. (2014). *Analisa Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Perkasa.
- Kieso, D., Jerry, Weygandt, J., & Terry, W. D. (2012). *Akuntansi Intermediate* (VIII). Jakarta: Erlangga.
- Krisna, A. D., & Suhardianto, N. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 18(2), 119–127. <https://doi.org/10.9744/jak.18.2.119-128>
- M. Sulphery, M. (2017). Corporate Social Responsibility or Corporate Social Irresponsibility: where should be the focus? *Problems and Perspectives in Management*, 15(4), 293–301. [https://doi.org/10.21511/ppm.15\(4-1\).2017.13](https://doi.org/10.21511/ppm.15(4-1).2017.13)
- Mapparessa, N., Bakry, M. I., Totanan, C., Mile, Y., & Arumsari, A. (2017). The effect of political visibility, company characteristics and gender diversity to sustainability report disclosure. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 8(9).
- Munawir. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- Oktariani, N., & Mimba, N. (2014). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Tanggung Jawab Lingkungan Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 6(3), 402–418.
- Putri, N. G. A. P. ., & Hatane, S. E. (2016). Pengaruh Corporate Reputation terhadap Financial Performance melalui Innovation Capability sebagai Variabel Intervening pada Industri Perhotelan di Surabaya. *Business Accounting Review*, 4(1).
- Rahmatiah, Muliati, Mustamin, & Hidayah, N. R. (2018). PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN MODAL INTELEKTUAL TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN (Studi pada BUMN yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Akun Nabelo*, 1(1), 73–80.
- Ratmono, D., Purwanto, A., Cahyonowati, N., Diponegoro, U., Widya, G., & Sayap, P. (2014). Hubungan Tingkat Pengungkapan dan Kinerja Corporate Social Responsibility Serta Manajemen Laba : Pengujian Teori Ekonomi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 16(2), 63–73. <https://doi.org/10.9744/jak.16.2.63-73>
- Sari, P. R., & Nuzula, N. F. (2019). PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) (Studi pada Perusahaan Indeks LQ45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 72(2), 57–66. Retrieved from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2866>
- Sembiring. (2005). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. In *Seminar Nasional Akuntansi*. Solo: Ikatan Akuntan Indonesia.
- Setiawan, F., & Suryono, B. (2015). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan , Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Opini Audit Going Concern. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 4(3), 1–15.
- Siagian, P. A., Simorangkir, E. N., Achmad, N., & Mazruk. (2021). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, SOLVABILITAS, DAN OPINI AUDIT

- TERHADAP AUDIT DELAY PADA PERUSAHAAN SEKTOR ANEKA INDUSTRI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2017–2019. *Jurnal Akun Nabelo*, 4, 604–616.
- Subramanyam, K. R. (2017). *Analisis Laporan Keuangan* (11th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Sukasih, A., & Sugiyanto, E. (2017). Pengaruh Struktur Good Corporate Governance Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 2(2), 121–131. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v2i2.4894>
- Suwardjono. (2010). *Teori Akuntansi Perekrayaan Pelaporan Keuangan* (3rd ed.). Yogyakarta: BPFE.
- Tarigan, J., Samuel, H., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2014). Pengungkapan Sustainability Report dan Kinerja Keuangan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 16(2), 88–101. <https://doi.org/10.9744/jak.16.2.88-101>
- Tjondro, E., Widuri, R., & Katopo, J. M. (2016). Kualitas Corporate Social Responsibility dan Penghindaran Pajak dengan Kinerja Laba Sebagai Moderator. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 18(2), 105–118. <https://doi.org/10.9744/jak.18.2.105-118>
- Totanan, C. (2018). JURNAL AKUISISI_CHALARCE_Going Concern. *Akuisisi*, 14(1), 44–51. Retrieved from <https://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JA/article/view/249>
- Totanan, C., Mayapada, A. G., Yusnita, N. Y., Parwati, N. M. S., & Indriasari, R. (2021). The effect of patronage buying motives on small business profitability: evidence from Indonesia. *Marketing, Innovative*, 17(1), 1–13. [https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21511/im.17\(1\).2021.09](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21511/im.17(1).2021.09)
- Wahyuningsih, A., & Mahdar, N. M. (2019). Pengaruh Size, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Watts, R. L., & Zimmermen, J. L. (1990). *Positive Accounting Theory*.
- Weygant, J. J., Kieso, Donald, E., & Kimmel, P. D. (2014). *Accounting Principles* (7th ed.). United Satates of America: John Wiley and Sons, Inc.
- Zakhem, A., & Palmer, D. E. (2017). Normative Stakeholder Theory (pp. 49–73). <https://doi.org/10.1108/S2514-175920170000003>