

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE DAN PROFITABILITAS TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Dwi Citra Hardianti¹

e-mail: dwicitrahardianti57@gmail.com

Anwar²

e-mail: anwar@stiem-bongaya.ac.id

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Bongaya, Indonesia^{1,2}
Jalan Letjen. Pol. A, Mappaouddang No. 28, Kota Makassar (0411) 873797

Abstract

Corporate Social Responsibility is the responsibility of all stakeholders, The problem raised in this study is how the influence of firm size, leverage, profitability on the level of disclosure of corporate social responsibility. This study aims to analyze the influence of these variables, and to contribute in the form of useful information to stakeholders such as investors, owners and management companies in making decisions. This study uses secondary data, while the population used in this study is all companies listed on the Indonesian Stock Exchange with sampling techniques using purposive sampling where sample selection was based on criteria, whereas for research methodology using quantitative qualitative methods with the total number of observations was 27 companies over 2 years of observation, 2017 and 2018. The analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis using statistical package for social sciences (SPSS). The results show that firm size variables has influence on corporate social responsibility while leverage and profitability variables have no influence on corporate social responsibility.

Keywords : Firm size, leverage, profitability and corporate social responsibility.

Abstrak

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tanggungjawab terhadap seluruh pemangku kepentingan, Adapun permasalahan yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas terhadap corporate social responsibility. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel tersebut, dan memberikan kontribusi dalam bentuk informasi yang bermanfaat bagi pemangku kepentingan seperti investor, pemilik dan manajemen perusahaan dalam pengambilan keputusan. Penelitian ini menggunakan data sekunder sedangkan untuk populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan purposive sampling dimana pemilihan sampel yaitu berdasarkan kriteria, sedangkan untuk metodologi penelitian menggunakan metode kualitatif yang dikuantitatifkan dengan jumlah pengamatan sebanyak 27 perusahaan selama 2 tahun pengamatan yaitu tahun 2017 dan 2018. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program statistical package for social sciences (SPSS). Hasil penelitian ini menemukan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap corporate social responsibility sedangkan untuk variabel leverage dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap corporate social responsibility.

Kata kunci : Ukuran perusahaan, leverage, profitabilitas, corporate social responsibility

PENDAHULUAN

Dewasa ini akuntansi berkembang pesat, akan tetapi nyatanya pelaporan akuntansi hanya lebih berfokus kepada pertanggungjawaban kepada investor (kaum kapitalis) sehingga hasil *output* suatu perusahaan juga lebih berpihak kepada investor. Dengan fokus utama perusahaan terhadap investor mengakibatkan beberapa perusahaan lalai akan tanggungjawab sosialnya sehingga melakukan eksploitasi sumber daya alam dan masyarakat secara terus menerus. Dalam hal ini tanggung jawab sosial perusahaan

merupakan tanggungjawab terhadap seluruh pemangku kepentingan yang diantaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.

(Fibrianti, 2015) mengemukakan sejak perusahaan di dirikan maka sejak itulah perusahaan mempunyai beberapa tanggungjawab sosial (*Corporate social responsibility/CSR*). sesuai dengan konsep *Triple Bottom Line* (3P) oleh John Elkinton, (1997) menyatakan bahwa perusahaan baik skala besar ataupun kecil yang ingin bertahan dalam jangka waktu lama seharusnya tidak hanya berusaha mengejar *profit* saja, tetapi berkewajiban untuk berkontribusi terkait dengan aspek sosial masyarakat dan juga lingkungan, konsep 3P ini terdiri dari *people*, *planet* dan *profit*. (Meiyana dan Aisyah, 2019) mengemukakan dengan perusahaan memperhatikan CSR maka citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas serta daya tarik konsumen juga akan semakin tinggi. Seiring dengan dilaksanakannya CSR ini juga maka akan meningkatnya loyalitas konsumen sehingga respon konsumen akan semakin positif, dalam hal ini CSR penting dalam upaya membangun citra dan reputasi perusahaan yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan baik dari konsumen maupun mitra bisnis perusahaan.

Tanggungjawab sosial perusahaan atau CSR telah menjadi perhatian dalam beberapa tahun terakhir sebab CSR bukan sekedar kegiatan sukarela melainkan sudah menjadi kewajiban masing-masing perusahaan. Hal ini dikarenakan kegiatan sosial perusahaan telah diatur dalam undang-undang. Adapun beberapa regulasi yang berisi mengenai CSR di Indonesia yaitu Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 menyatakan bahwa "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau berkaitan dengan Sumber Daya Alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan (TJSL)". Undang-Undang No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Keputusan Menteri BUMN No. PER-05/MBU/2007 Tahun 2007 tentang Program Kemitraan Bina Lingkungan, Undang-Undang Nomor 32 tahun 2009 tentang Perlindungan dari Pengelolaan Lingkungan Hidup. Dengan diterapkannya regulasi tersebut maka seharusnya perusahaan berkewajiban untuk melaksanakan tanggungjawab serta kepekaan sosialnya terhadap lingkungan (Raditya dkk, 2018).

Peneliti tertarik untuk meneliti CSR karena adanya keresahan dari masyarakat terhadap lingkungan yang kurang mendapat perhatian dimata pemangku kepentingan sedangkan regulasi mengenai CSR sudah jelas diterapkan di Indonesia. Dalam penelitian ini peneliti mengungkapkan ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi CSR faktor pertama yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah faktor-faktor tersebut mempunyai pengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

TINJAUAN PUSTAKA

Ukuran Perusahaan

Definisi yang dikemukakan oleh (Yuliana dkk, 2019) menyatakan ukuran perusahaan secara umum dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya suatu objek. Skala perusahaan merupakan ukuran yang dipakai untuk mencerminkan perusahaan yang didasarkan pada total aset perusahaan. Perusahaan yang besar biasanya memiliki modal yang besar pula dan memiliki kemampuan untuk perluasan usaha yang tentunya lebih berani karena modal yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil. (Anita, 2015) perusahaan dalam skala besar didukung oleh aset yang besar, sehingga kendala perusahaan yang berhubungan dengan aset dapat diatasi. Total aset disini ditransformasikan kedalam logaritma natural. Rumus dari ukuran perusahaan adalah:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln \text{Total Aset}$$

Leverage

(Ardian, 2013) menyatakan *leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung kepada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* rendah berarti lebih banyak membiayai asetnya dengan modal

sendiri. (Anita, 2015) *leverage* merupakan nama lain dari rasio utang. Pengukuran *leverage* dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan rasio total hutang terhadap total aset.

$$LEV = \frac{TU}{TA}$$

Keterangan:

Lev : *Leverage*

TU : Total utang

TA : Total aset

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan, lembaga keuangan maupun non lembaga keuangan dalam menghasilkan laba dengan efektif serta efisien dalam suatu periode tertentu (Purnama dan Mayliza, 2018). Profitabilitas yang dihasilkan suatu perusahaan akan mempengaruhi kebijakan investor atas investasi yang dilakukan karena perusahaan yang mempunyai profitabilitas yang tinggi membuat para investor tertarik untuk menanamkan modalnya guna memperluas usaha yang dijalankannya (Heermuningsih, 2012). Rasio profitabilitas adalah tingkat keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan dalam kegiatan operasinya. Dalam hal ini *Return on equity* (ROE) merupakan proksi untuk menghitung profitabilitas perusahaan. ROE diukur dengan menggunakan rumus :

$$ROE = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

Corporate Social Responsibility

(Qomariah dkk, 2018) mengungkapkan CSR merupakan bentuk pembangunan keberlanjutan perusahaan dengan bertanggungjawab terhadap sosial, ekonomi, dan lingkungan perusahaan akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Tanggungjawab sosial secara umum adalah dukungan manajemen terhadap kewajiban untuk mempertimbangkan laba, kepuasan pelanggan dan kesejahteraan masyarakat. Hal ini juga diungkapkan oleh (Sholihin dkk, 2018) menyatakan CSR adalah wujud dari kepedulian dan sensitifitas perusahaan untuk ikut meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan serta merupakan bagian dari upaya investasi yang mendukung keberlanjutan dari usaha dikembangkan, tak terpisah dari strategi jangka panjang. Penelitian ini mengacu pada *Global Reporting Index* (GRI) 4.0 dengan menggunakan 91 indikator pengungkapan CSR (Amalia, 2019). Berikut adalah rumus untuk menghitung besarnya pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan:

$$\text{Pengungkapan CSR} = \frac{\sum Xi}{N}$$

Keterangan

$\sum Xi$: Jumlah indikator CSR yang diungkapkan perusahaan

N : Jumlah indikator menurut GRI 4.0

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data sekunder dengan pendekatan penelitian yakni data kualitatif yang dikuantitatifkan, dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini dilakukan pada situs website <http://idx.co.id> Bursa Efek Indonesia untuk pengambilan data laporan keuangan perusahaan serta menelusuri website perusahaan terkait untuk pengambilan data laporan keberlanjutan perusahaan. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dimana pemilihan sampel yaitu berdasarkan kriteria, dengan

jumlah pengamatan sebanyak 27 perusahaan selama 2 tahun pengamatan yaitu tahun 2017 dan 2018 dan untuk teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda/ *multiple regression*, analisis ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel dengan menggunakan program *statistical package for social sciens* (SPSS). Model regresi ini dirumuskan dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas
Hasil uji normalitas, dengan analisis statistic uji Kolmogrov-Smirnov (KS) One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test, diketahui bahwa hasil uji nilai Test Statistic sebesar 0,071 > 0,05 dan nilai Asymo. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi secara normal.
2. Uji Multikolinearitas
Hasil uji multikolinearitas diketahui bahwa nilai Tolerance dari ketiga variabel independen lebih besar dari 0,10. Sementara itu nilai VIF dari ketiga variabel bebas lebih kecil dari 10,00. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.
3. Uji Heterokedastisitas
Hasil uji heterokedastisitas dapat diketahui korelasi antara ketiga variabel independen dengan *unstandardized residual* menghasilkan nilai signifikansi (*Sig 2-tailed*) lebih dari 0,05. Karena, nilai signifikansi korelasi lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak ditentukan adanya masalah heterokedastisitas.
4. Uji Autokorelasi
Hasil uji autokorelasi yaitu yaitu D-W 2,008 > dU 1,7234 dan (4 - D-W) 1,912 > dU 1,7234 dapat disimpulkan bahwa Ho diterima dan Ha ditolak, artinya dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi antara periode t dengan periode sebelumnya.

Analisis Data Penelitian

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1
Hasil Analisis Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation	Variance
CSR	54	5.00	67.00	1378.00	25.5185	13.71370	188.066
ROE	54	-18.00	517.00	1436.00	26.5926	72.83751	5305.303
LV	54	-4596.00	1106.00	12534.00	232.1111	755.41431	570650.780
UP	54	2880.00	3480.00	172238.00	3189.5926	154.34677	23822.925
Valid N (listwise)	54						

Data diolah, 2019

Hasil statistik deskriptif sampel penelitian menunjukkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini, nilai minimum, nilai maksimum, nilai *sum*, nilai *mean*, nilai standar deviasi dan nilai varians terhadap masing-masing variabel. Hasil statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel 1.

Uji Hipotesis Dengan Analisis Regresi Linear Berganda

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda, untuk menguji kelayakan model persamaan regresi dan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

1. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Tabel 2
Hasil Uji Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3294.019	3	1098.006	8.227	.000 ^b
	Residual	6673.463	50	133.469		
	Total	9967.481	53			

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), ROE, UK, LV
Data diolah, 2019

Hasil uji simultan pada F_{hit} 8,227 lebih besar dibanding F_{tab} 2,790 dan besarnya probabilitas value = 0,000 lebih kecil dari 5% ($\alpha = 0,05$) maka H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat dikatakan bahwa Ukuran Perusahaan, Lverage, Profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

2. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Tabel 3
Hasil Uji Parsial
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	173.321	35.889		4.829	.000
	UK	-.046	.011	-.522	-4.048	.000
	LV	-.001	.005	-.055	-.208	.836
	ROE	.016	.047	.086	.344	.732

a. Dependent Variable: CSR

Data diolah, 2019

Hasil uji Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* karena nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05. Dan untuk *leverage* dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* karena nilai signifikannya lebih besar dari 0,05.

3. Hasil Uji Determinasi (R2)

Tabel 4
Hasil Uji Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.575 ^a	.330	.290	11.55289

a. Predictors: (Constant), ROE, UK, LV

Data diolah, 2019

Hasil output uji determinasi yaitu 0,330 yang berarti apabila dikalikan seratus persen maka kemampuan variabel-variabel independennya menjelaskan variabel dependennya sebesar 33%.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Ukuran perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*

Hasil Uji Regresi Linear Berganda menunjukkan t_{hit} -4.048 lebih besar dibanding t_{tab} 2,006 dan besarnya probabilitas value = 0,000 lebih kecil dari 5% ($\alpha = 0,05$) maka H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat dikatakan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility (CSR)* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dalam hal ini Artinya bahwa perusahaan besar yang dinilai dengan tingkat aktiva yang besar akan mengungkapkan lebih banyak tanggung jawab sosialnya terhadap perusahaan, hal ini juga demi menjaga kepercayaan konsumen dan investor termasuk dalam menjaga persentase laba perusahaan Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sholihin, 2018).

2. Pengaruh Leverage terhadap *Corporate Social Responsibility*

Hasil Uji Regresi Linear Berganda menunjukkan t_{hit} -0,208 lebih kecil dibanding t_{tab} 2,006 dan besarnya probabilitas value = 0,836 lebih besar dari 5% ($\alpha = 0,05$) maka H_a ditolak dan H_o diterima . Artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat dikatakan bahwa Leverage tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility (CSR)* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini dapat diartikan bahwa besar kecilnya rasio *leverage* suatu perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Hal ini dikarenakan sudah terjadi hubungan yang baik antara perusahaan dengan *debtholders*, yang mengakibatkan *debtholders* tidak terlalu memperhatikan rasio *leverage* perusahaan. Dari hasil penelitian ini dapat juga dikatakan bahwa CSR *disclosure* lebih bergantung pada total aset perusahaan secara keseluruhan yang digunakan untuk membiayainya, tanpa melihat seberapa besar aset yang diperoleh dari hutang kepada kreditor. Hal ini didukung oleh penelitian (Nurjanah, 2015).

3. Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*

Hasil Uji Regresi Linear Berganda menunjukkan t_{hit} 0,344 lebih kecil dibanding t_{tab} 2,006 dan besarnya probabilitas value = 0,732 lebih besar dari 5% ($\alpha = 0,05$) maka H_a ditolak dan H_o diterima . Artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat dikatakan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility (CSR)* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penyebabnya adalah ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang kesuksesan keuangan perusahaan Dan perusahaan hanya fokus untuk memiliki citra yang baik dan kinerja keuangan yang baik pula, sehingga investorpun akan tertarik untuk berinvestasi. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca "*good news*" tentang kinerja perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wijaya, 2012).

KESIMPULAN

Berdasarkan pengujian terhadap tiga hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan metode regresi linear berganda, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : ukuran perusahaan mempunyai pengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* dengan artian semakin besar total aset maka semakin besar pula ukuran perusahaan. ini menandakan semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi pula pengungkapan tanggungjawab sosialnya. Lain halnya dengan *Leverage* dan profitabilitas yang tidak mempunyai pengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*. Untuk *leverage* besar kecilnya rasio *leverage* suatu perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan karena sudah terjadi hubungan yang baik antara perusahaan dengan *debtholders*, yang mengakibatkan *debtholders* tidak terlalu memperhatikan rasio *leverage* perusahaan. Dan untuk profitabilitas ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang kesuksesan keuangan perusahaan seperti pertanggungjawaban sosial.

Adapun saran yang dapat penulis berikan sehubungan dengan penelitian ini, bagi peneliti selanjutnya untuk menambah variabel serta tahun pengamatan yang lebih panjang, sehingga dengan demikian hasil penelitian diharapkan dapat mewakili kondisi perusahaan-perusahaan yang ada secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Firda Ayu. (2019). *Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Penghindaran Pajak: Kepemilikan Konstitusional Sebagai Variabel Moderasi*. Jurnal Akuntansi dan Ekonomi FE. UNPGRI.4 (2): 14-23.
- Anita, F., Basri, Y. M., & Julita, J. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Leverage, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Real Estate Dan Property Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 2(2).
- Ardian, H., & RAHARJA, S. (2013). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan (Studi Empiris Pada Seluruh Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis). Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Siasat Bisnis*, 16.
- Fibrianti, N. P. E. (2015). Pengaruh Hutang, Profitabilitas, dan Tanggung Jawab Lingkungan pada CSR Disclosure Perusahaan Pertambangan. *E-Jurnal Akuntansi*, 99-114.
- Hermuningsih, S. (2012). Pengaruh profitabilitas, Size Terhadap Nilai Perusahaan
- Meiyana, A., & Aisyah, M. N. (2019). Pengaruh kinerja lingkungan, biaya lingkungan, dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan dengan corporate social responsibility sebagai variabel intervening. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 8(1). *Mikroskil*, 3(April), 51-60.
- Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi *Jurnal Wira Ekonomi Nurjanah, N. (2015). Kinerja Lingkungan, Leverage, Profil dan Pertumbuhan Perusahaan; Pengaruhnya terhadap CSR Disclosure* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Semarang).
- Purnama, S., & Mayliza, R. (2019). Nilai Perusahaan Di Lihat Dari Aspek Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *INA-Rxiv. July*, 31.
- RADITYA, K. I., Purnamawati, I. G. A., & Prayudi, M. A. (2018). Analisis Perlakuan Akuntansi Dan Pelaporan Pertanggungjawaban Sosial Pada Perusahaan (Studi Kasus pada PT. PLN (Persero) Distribusi Bali Area Bali Utara, Kota Singaraja). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 8(2).
- Omariah, N., Martini, N. N. P., & Paramu, H. (2018). Dampak tata kelola perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan dan intellectual capital terhadap profitabilitas perusahaan. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 8(1).

- Sholihin, M. R., & Aulia, Y. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan corporate social responsibility (studi empiris perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia). *Jurnal Analisa Akuntansi dan Perpajakan*, 2(2).
- Wijaya, M. (2012). Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 1(1), 26-30.
- Yuliana, Y., Chudri, I. R., & Umar, Z. (2019). Pengaruh Solvabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Restaurant, Hotel & Tourism Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1).