

Profitabilitas, likuiditas dan leverage terhadap corporate social responsibility (CSR) pada perusahaan terdaftar di BEI Tahun 2017-2020

Hermi Sularsih*; As'adi

Prodi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gempol, Pasuruan

**E-mail korespondensi: hermisularsihstie@gmail.com*

Abstract

This study aims to determine the effect of profitability, liquidity and leverage on corporate social responsibility (CSR) in consumer goods industrial sector companies listed on the IDX in 2017-2020. The research data uses data on consumer goods industrial companies listed on the IDX for the 2017-2020 period. The data analysis technique of this research used multiple linear regression with statistical product and service solutions (SPSS) analysis tool. Profitability research results have no significant positive effect on the disclosure of corporate social responsibility as measured using return on assets (ROA), liquidity has a positive effect on the disclosure of corporate social responsibility (CSR) which is measured using the current ratio (CR) while when measured using the quick ratio (QR) Liquidity has a negative effect on the disclosure of corporate social responsibility. Leverage has no significant positive effect on the disclosure of corporate social responsibility as measured using the debt to asset ratio (DAR).

Keywords: *profitability, liquidity, leverage, corporate social responsibility (CSR).*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, likuiditas dan leverage terhadap *corporate social responsibility (CSR)* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI Tahun 2017- 2020. Data penelitian menggunakan data perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2017-2020. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan alat analisis *statistical product and service solutions (SPSS)*. Hasil penelitian profitabilitas tidak berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yang diukur menggunakan *return on asset (ROA)*, likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* yang diukur menggunakan *current ratio (CR)* sedangkan bila diukur menggunakan *quick ratio (QR)* Likuiditas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Leverage tidak berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yang diukur menggunakan *debt to asset ratio (DAR)*.

Kata kunci: *profitabilitas, likuiditas, leverage, corporate social responsibility (CSR).*

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis yang sangat ketat di Era Globalisasi dalam kurun waktu ini tidak bisa terlepas dari adanya pengaruh perkembangan lingkungan politik, ekonomi, sosial serta dampak langsung terhadap lingkungan dan alam sekitar. Perusahaan diharapkan dapat mengelola limbah yang dihasilkan dari proses produksinya. Untuk mengatasi hal tersebut perusahaan harus melakukan pertanggung jawaban sosial terhadap masyarakat

sekitar akibat limbah yang ditimbulkan melalui kegiatan Corporate Social Responsibility. Pertanggung jawaban Sosial Perusahaan muncul sebagai topik utama yang diperbincangkan didunia perusahaan multinasional dalam rangka menghadapi berbagai macam tantangan menuju pasar bebas. Pertanggung jawaban sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility) diterapkan akibat modernisasi masyarakat dunia yang memahami bahwa aktivitas yang dilakukan perusahaan dapat menimbulkan dampak negatif pada lingkungannya. Corporate Social Responsibility merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk menunjukkan tanggung jawab sosial sebagai salah satu perwujudan etika dalam membangun kinerja jangka panjang (Ernawan,2014). Corporate Social Responsibility adalah bentuk aktivitas perusahaan mengelola proses bisnis dalam upaya menghasilkan dampak positif pada masyarakat, ekonomi dan lingkungan (Haris dan Purnomo, 2016). Tujuannya untuk mensejahterakan kehidupan perekonomian masyarakat dan lingkungan sekitar.

Perusahaan adalah suatu tempat yang mempunyai fungsi untuk melakukan kegiatan produksi dan berkumpulnya semua faktor produksi. Saat ini industri barang konsumsi di Indonesia berkembang pesat hal ini ditunjukkan dengan munculnya perusahaan besar yang berada ditengah kehidupan masyarakat dan keberadaannya ini akan membawa dampak positif dan negatif baik terhadap masyarakat maupun lingkungan. Perusahaan barang konsumsi erat kaitannya dengan limbah produksi yang dihasilkan dari proses produksi perusahaan, sehingga perusahaan harus memperhatikan dengan benar tindakan apa yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk menjaga lingkungannya, cara yang dapat dilakukan adalah dengan menerapkan Corporate Social Responsibility (Puspitaningtyas dan Prakoso, 2018). Keterlibatan masyarakat, lingkungan, karyawan dalam perusahaan industri barang konsumsi akan membawa fungsi penting Corporate Social Responsibility dalam proses produksi.

Perusahaan industri barang konsumsi dalam melakukan aktivitas produksinya tidak dipungkiri bahwa akan membawa dampak langsung maupun tidak langsung baik yang timbul dimasyarakat maupun lingkungan. Dalam hal ini perusahaan harus mampu mengantisipasi dampak yang akan ditimbulkan akibat dari proses produksi. Salah satu permasalahan yang timbul dalam masyarakat dilihat dari aspek lingkungan yaitu adanya sisa pembuangan produksi (limbah), tumpukan sampah bekas kemasan yang menumpuk di aliran air sungai, tercemarnya udara disekitar. Untuk menanggulangi hal tersebut perlu adanya peran perusahaan yang akan bertindak langsung agar proses produksinya dapat berjalan lancar dan mencapai hasil yang diinginkan, diperlukan keterbukaan pemangku kepentingan (Stakeholder) dalam hal mengantisipasi dampak agar tidak menimbulkan konflik di tengah masyarakat.

Undang-undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas serta peraturan pemerintah No.47 Tahun 2012 tentang Tanggung jawab sosial dan lingkungan Perseroan Terbatas. Sifat pengungkapan Corporate Social Responsibility yang masih sukarela dan lemahnya penegakan peraturan tentang penerapan Corporate Social Responsibility sehingga tidak semua perusahaan dapat melaporkan hasil kegiatan tanggung jawab sosialnya terhadap laporan tahunannya (Imron, 2021). Tanggung Jawab Sosial perusahaan berbeda dengan Charity atau sumbangan sosial Corporate Social Responsibility (CSR) dilakukan atas suatu program dengan memperhatikan kebutuhan dan keberlanjutan suatu program dalam jangka panjang. Sedangkan sumbangan sosial hanya bersifat sementara saja, Saat ini sangat penting bagi perusahaan untuk mendapatkan Profit (laba) yang sebesar-besarnya demi kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang, Dalam menjalankan kegiatan usahanya, perusahaan tidak hanya memberikan keuntungan (profit) bagi para pemegang saham saja tetapi juga harus memperhatikan

dampak negatif yang ditimbulkan akibat dari proses produksi kepada masyarakat, banyak hal yang dilakukan perusahaan diantaranya menyisihkan labanya untuk kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) menginvestasikan labanya ke perusahaan lain dengan tujuan agar mendapatkan laba yang lebih besar. Hal ini merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan sosialnya. Sebagai sebuah gagasan bahwa perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada single bottom line, yaitu nilai perusahaan (corporate value) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (Financial) saja. Tetapi, tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada triple bottom lines. Bottom lines lainnya selain finansial adalah sosial dan lingkungan (Sabatini dan Sudana, 2019).

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk menghasilkan laba bagi investor (Ayu dan Suarjaya, 2017). Profitabilitas dianggap penting karena profitabilitas sebagai indikator dalam mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan sehingga dapat dijadikan acuan untuk menilai perusahaan (Sastrawan dan Suaryana, 2016). Donovan dan Gibson (2000) hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan CSR memiliki hubungan negatif karena perusahaan (manajemen) merasa tidak perlu mengungkapkan tanggung jawab sosial yang tinggi ketika perusahaan sedang memiliki tingkat profitabilitas tinggi karena perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI (Wahyuningsih dan Mahdar, 2018). Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan dari sektor pertambangan (Handoyo dan Jakasurya, 2017). Berbeda dengan Putri (2014) dan Kurnianingsih (2014) menemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility.

Likuiditas merupakan kemampuan sebuah perusahaan dalam melunasi utang serta kewajiban jangka pendek yang dimiliki perusahaan meliputi utang usaha, pajak, deviden/pembagian laba. Mengukur kinerja perusahaan dengan menggunakan likuiditas, Semakin tinggi nilai likuiditas menunjukkan kinerja yang semakin baik pula, karena saat perusahaan memiliki tingkat likuiditas tinggi, kesempatan untuk mendapatkan dukungan dari berbagai pihak akan semakin terbuka lebar. Adanya pengaruh yang signifikan antara likuiditas terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dikarenakan adanya faktor untuk menaikkan citra perusahaan (Arif dan Wawo, 2016).

Leverage ialah penggunaan biaya tetap meningkatkan (atau menaikkan) profitabilitas (James dan Wachowicz, 2005). Penggunaan uang pinjaman untuk melakukan investasi dan pengembalian investasi itu (Smith, 2002). Leverage berpengaruh signifikan dan memiliki koefisien regresi positif yang berarti semakin tinggi nilai leverage, maka akan berdampak pada meningkatnya pengungkapan Corporate Social Responsibility (Octarina, dkk, 2018).

LANDASAN TEORI

Profitabilitas terhadap corporate social responsibility

Profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* berarti semakin besar profitabilitas tahun lalu maka semakin besar biaya untuk program *Corporate Social Responsibility* untuk tahun sekarang (Wulandari dan Zulhaimi, 2017). Perusahaan saat ini masih mengeluarkan biaya Corporate Social Responsibility secara sukarela, belum ada peraturan yang menetapkan besarnya biaya *Corporate Social*

Responsibility yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Profitabilitas dapat diartikan sebagai serangkaian hasil bersih dari serangkaian kebijakan dan keputusan (Brigham dan Houston, 2001). Rasio profitabilitas diukur menggunakan Return On Aset (ROA) berdasarkan dari tujuan dan analisa perusahaan.

Likuiditas terhadap corporate social responsibility

Perusahaan tidak melihat adanya pengaruh likuiditas pada saat melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial (Arita dan Mukhtar, 2019). Peraturan yang mewajibkan setiap perusahaan untuk memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungan. Perusahaan harus melakukan kewajibannya sebagai bagian dari komunitas sosial, sehingga perusahaan akan tetap mengungkapkan item item CSR dengan tingkat likuiditas yang aman maupun beresiko.

Leverage terhadap corporate social responsibility

Leverage merupakan rasio total utang terhadap total ekuitas. Perusahaan untuk menjalankan usahanya memperoleh dana dari pihak eksternal, salah satunya yaitu dengan utang. Utang digunakan oleh perusahaan dalam ekspansi bisnisnya, karena dana internal biasanya tidak mencukupi. Leverage berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap CSR (Utamie, dkk, 2020).

METODE

Populasi dan sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua perusahaan yang bergerak di sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2017 sampai dengan 2020 yang selalu menerbitkan laporan keuangannya mencakup profitabilitas, likuiditas dan leverage. Sampel penelitian dengan kriteria 1) perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI selama periode 31 Desember 2017 sampai dengan periode 31 Desember 2020; 2) perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tersebut mempunyai data berupa laporan keuangan lengkap yang diperlukan dalam penelitian selama tahun 2017 sampai dengan 2020; 3) perusahaan sektor industri barang konsumsi mengungkapkan pelaporan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam laporan tahunannya, dimulai dari tahun 2017 sampai tahun 2020.

Tabel 1. Sampel penelitian

No	Nama	Kode
1	PT.Astra Agro Lestari Tbk.	AALI
2	PT.Campina Ice Cream Industry Tbk.	CAMP
3	PT.Sariguna Primatirta Tbk.	CLEO
4	PT.Ultra Jaya Milk Industry Tbk.	ULTJ
5	PT.PP London Sumatra Indonesia Tbk	LSIP
6	PT.Budi Starch & Sweetener Tbk.	BUDI
7	PT.Wismilak Inti Makmur Tbk.	WIIM
8	PT.Unilever Indonesia Tbk.	UNVR
9	PT.Mandom Indonesia Tbk.	TCID
10	PT.Multi Bintang Indonesia Tbk.	MLBI

Sumber : www.idx.co.id, diolah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik deskriptif

Data deskriptif statistik dari variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut :

Tabel 1. Statistik deskriptif

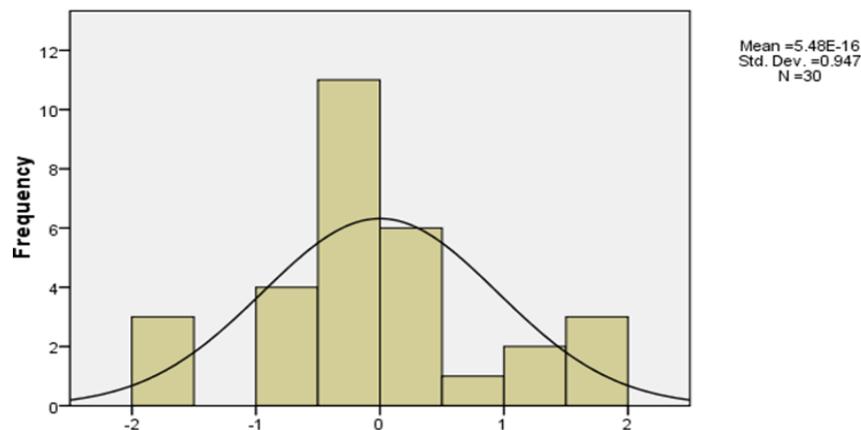
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	30	38.47	65.93	49.5593	7.94723
Profitabilitas	30	2.20	18707.78	3839.1077	5046.90590
Likuiditas(CR)	30	.00	15.80	2.4283	4.02823
Leverage Valid	30	.16	308.19	61.4830	8742.208
N(listwise)	30				

Sumber : Data diolah, 2022

Variabel pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki rentang nilai 38,47 hingga 65,93. Nilai rata – rata dari variabel pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) adalah 49,5593 dan standar deviasinya bernilai 7,94723. Variabel Profitabilitas memiliki rentang nilai dari 2,20 hingga 18707,78 dengan nilai rata-rata 3839,1077 dan nilai standar deviasinya sebesar 5046,90590. Variabel Likuiditas memiliki rentang nilai 0,00 hingga 15,80 dengan nilai rata-rata 2,4283 dan nilai standar deviasinya sebesar 4,02823. Variabel Leverage memiliki rentang nilai 0,16 hingga 308,19 dengan nilai rata-rata 61,4830 dan nilai standar deviasinya sebesar 8742,208.

Uji normalitas

Uji normalitas menghasilkan gambar kurva yang menyerupai lonceng dan berbentuk simetris tidak melenceng ke kanan atau ke kiri hal ini dapat disimpulkan bahwa model mempunyai distribusi normal.



Gambar 1. Grafik Histogram

Uji multikolinearitas

Nilai Tolerance masing-masing variabel > 0,10 maka dapat disimpulkan bahwa model tidak terjadi multikolinearitas antara variabel Independen karena nilai VIF

(Variance Inflation Factor) adalah 1.437, 1.218, 1.694 masing-masing independen < 10.

Tabel 2. Uji multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Profitabilitas	.696	1.437
Likuiditas	.821	1.218
Leverage	.590	1.694

Sumber : Data diolah, 2022

Uji heteroskedastisitas

Pengujian Park Geysler, menunjukkan hasil bahwa nilai signifikansi pada variabel Independen yaitu profitabilitas, likuiditas dan leverage lebih dari 0,05 karena nilai masing-masing variabel adalah 1,000 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas terhadap ketiga variabel Independen pada model regresi.

Tabel 3. Uji heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std.Error	Beta		
1 (Constant)	4.049	1.891		.000	1.000
Profitabilitas	.000	.000	.000	.000	1.000
Likuiditas	.000	.383	.000	.000	1.000
Leverage	.000	.019	.000	.000	1.000

Sumber : Data diolah, 2022

Uji autokorelasi

Uji Durbin Watson menunjukkan nilai sebesar 2,132 dan nilai dari Durbin Watson terletak diantara $du < d < 4-du$ dan hasilnya dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah Autokorelasi.

Tabel 4. Uji autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the Estimate	Durbin Watson
1	.444a	.197	.105	7.52035	2.132

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 5 diperoleh model regresi dalam penelitian adalah :

$$Y = 51.280 + 5,138X1 + 0,454X2 - 0,014X3 + 1,891$$

Hasil penelitian yang menunjukkan nilai konstanta 51.280, apabila nilai variabel bebas 0 maka variabel Corporate Social Responsibility (CSR) mengalami kenaikan sebesar 51.280. nilai variabel profitabilitas 5,138 artinya setiap peningkatan sejumlah 1 satuan dapat mengakibatkan peningkatan profitabilitas sebesar 5,138.

Tabel 5. Uji regresi linier berganda

Model	Understandarized Coefficients		Standardize d Coefficient	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	51.280	1.891		27.116	.000
Profitabilitas	5.138	.000	-.323	-1.531	.000
Likuiditas	.454	.383	.230	1.185	.247
Leverage	-.014	.019	-.167	-.730	.472

Sumber : Data diolah, 2022

Nilai variabel likuiditas 0,454 artinya setiap peningkatan sejumlah 1 satuan dapat mengakibatkan peningkatan likuiditas sebesar 0,454. Nilai variabel leverage -0,014 dapat mengakibatkan penurunan leverage sebesar -0,014.

Tabel 6. Koefisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the Estimate
1	.444a	.197	.105	7.52035

Sumber : Data diolah, 2022

Model Summary menunjukkan besarnya koefisien korelasi sebesar 0.444. Adjusted R Square (R²) merupakan koefisien determinasi yaitu sebesar 0.197. Adjusted R Square (R²) merupakan koefisien determinasi yang telah dikorelasi sebesar 0,105 yang berarti bahwa kemampuan model dalam menjelaskan bahwa profitabilitas, likuiditas dan leverage memberikan kontribusi terhadap pengungkapan sebesar 10,5% (0,105 x 100%) sedangkan sisanya sebesar 89,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 7. Uji Hipotesis

Model	Understandarized Coefficients		Standardize d Coefficient	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	51.280	1.891		27.116	.000
Profitabilitas	5.138	.000	-.323	-1.531	.000
Likuiditas	.454	.383	.230	1.185	.247
Leverage	-.014	.019	-.167	-.730	.472

Sumber : Data diolah, 2022

Hasil penelitian yang menunjukkan 1) profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Pernyataan ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$; 2) likuiditas tidak berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Pernyataan ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,247 > 0,05$; 3) Leverage tidak berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Pernyataan ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,472 > 0,05$.

Pengaruh profitabilitas terhadap corporate social responsibility

Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Hasil penelitian ini sinergi dengan Donovan dan Gibson (2000) bahwa profitabilitas memiliki hubungan yang negatif dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Astika (2014) juga menemukan hasil yang sama dengan penelitian saat ini bahwa profitabilitas memberikan pengaruh yang positif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR).

Pengaruh likuiditas terhadap corporate social responsibility

Likuiditas tidak berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Temuan penelitian saat ini mendukung penelitian yang dilaksanakan oleh Mudjiyanti dan Maulani (2017) bahwa likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR).

Pengaruh leverage terhadap corporate social responsibility

Leverage tidak berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Hasil penelitian mendukung penelitian Robiah (2017) bahwa Leverage perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Leverage perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure.

Saran

Hasil penelitian ini memberikan saran kepada perusahaan yang sudah menjalankan Corporate Social Responsibility (CSR) untuk selalu mempertahankan karena aktifitas tersebut sangat mempengaruhi kelangsungan hidup masyarakat. Selain itu investor harus selektif dalam memilih perusahaan dalam berinvestasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, F. A., & Wawo, A. (2016). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan likuiditas terhadap pengungkapan corporate social responsibility dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. *Assets: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 6(2), 177-195.
- Arita, E., & Mukhtar, R. (2019). Pengaruh profitabilitas, leverage dan likuiditas terhadap corporate social responsibility (CSR) pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2014–2018. *Menara Ilmu*, 13(10).
- Astika, I. B. P. (2014). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan CSR. *E-jurnal Akuntansi*, 9(3), 816-828.
- Ayu, D. P., & Suarjaya, A. G. (2017). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel mediasi pada perusahaan

- pertambangan. *E-Jurnal Manajemen UNUD*, 6(2), 1112-1138.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2001). *Manajemen keuangan*. Buku 1 edisi 8. Erlangga: Jakarta.
- Ernawan, E. (2014). Tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*). *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa)*, 11(2).
- Handoyo, S., & Jakasurya, T. (2017). Analisa variabel yang mempengaruhi pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 11(2), 178-187.
- Haris, A. M., & Purnomo, E. P. (2016). Implementasi CSR (*corporate social responsibility*) PT. Agung Perdana dalam mengurangi dampak kerusakan lingkungan. *Journal of Governance and Public Policy*, 3(2), 203-225.
- Imron, M. I. (2021). Implementasi peraturan pemerintah no 47 tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan terkait lokasi program *corporate social responsible* (CSR) dalam upaya memaksimalkan pengaruh yang baik terhadap masyarakat (studi kasus PT. PG Raja. *Kumpulan Jurnal Mahasiswa Fakultas Hukum*.
- James, C. Van Horne dan John M. Wachowicz. (2005). Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan.
- Keuangan, O. J. (2016). Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas. *Retrieved from Sustainable Finance: <http://www.ojk.go.id/sustainable>*.
- Kurnianingsih, H. T. (2014). Pengaruh profitabilitas dan size perusahaan terhadap *corporate social responsibility*. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 13(1).
- Mudjiyanti, R., & Maulani, S. S. (2017). Pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan terdaftar di bursa efek indonesia. *Media Ekonomi*, 17(1), 7-12.
- Octarina, N., Majidah, M., & Muslih, M. (2018). Pengungkapan *corporate social responsibility*: ukuran dan pertumbuhan perusahaan, serta risiko keuangan. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 10(1), 34-41.
- Puspitaningtyas, Z., Lestari, O. D., & Prakoso, A. (2018). Penerapan *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012-2016. *Ekspektra: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 89-101.
- Putri, R. A. (2014). Pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan leverage terhadap pengungkapan CSR. *Business Accounting Review*, 2(1), 61-70.
- Robiah, A. M. R. (2017). *Pengaruh leverage, size, dan kepemilikan manajemen terhadap corporate social responsibility disclosure*. *Akuntansi Dewantara*, 1(1), 39-48.
- Sabatini, K., & Sudana, I. P. (2019). Pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan dengan manajemen laba sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 14(1), 56-69.
- Sastrawan, I. M. D., & Suaryana, I. G. N. A. (2016). Pengaruh langsung dan tidak langsung *good corporate governance* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 14(1), 371-398.
- Smith, A. 2002. *The effect of leveraged Buyouts*. Business.
- Utamie, D. N., Akram, A., & Putra, I. N. N. A. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi CSR *disclosure* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2016-2018. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(1), 265-276.
- Wahyuningsih, A., & Mahdar, N. M. (2018). Pengaruh *size, leverage* dan profitabilitas

terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis dan komunikasi*, 5(1), 27-36.

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