

## **Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022**

Ni Kadek Elis Pitriani<sup>1\*</sup>, Ni Luh Gde Novitasari<sup>2\*</sup>, Ni Luh Putu Widhiastuti<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

\*Email: novitasari@unmas.ac.id

### **ABSTRACT**

*Disclosure of corporate social responsibility (CSR) is a communication process regarding the social and environmental impacts of the economic activities of an organization or company on special interested groups and on society as a whole. This study aims to examine the effect of firm size, company age, profitability, leverage and company growth on corporate social responsibility disclosure. The population in this study were all banking companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2020-2022 as many as 47 companies. The sample used is as many as 41 companies based on purposive sampling method, namely the sampling technique with certain criteria, so the total of companies for the 3 periods was 123 sample. The data used in this study is secondary data. The analytical technique used multiple linear regression analysis test. The results show that firm size, leverage and company growth has a positive effect on corporate social responsibility disclosure, while company age and profitability have no effect on corporate social responsibility disclosure.*

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility Disclosure; Firm Size; Company Age; Profitability; Leverage; Company Growth*

### **PENDAHULUAN**

Menurut Yovana dan Kadir (2020) *Corporate Social Responsibility* atau yang biasa disebut tanggung jawab sosial perusahaan merupakan upaya yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan untuk lebih meningkatkan perhatian terhadap masalah lingkungan dan sosial dalam kegiatan bisnisnya dan sebagai bentuk interaksi perusahaan dengan *stakeholdernya*. Konsep mengenai pengungkapan CSR berakar dari sebuah gagasan, di mana perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu dalam kondisi *profit*, namun tanggung jawab perusahaan juga harus berpijak pada *triple bottom lines* (*Economic, Social, and Enviromental*), yaitu memperhatikan masalah lingkungan sekitar dan sosial. Pentingnya pelaksanaan CSR dilandasi oleh suatu gagasan bahwa perusahaan bukan hanya memperhatikan keadaan ekonomi dan para pemilik modal. Perusahaan memiliki kewajiban untuk memperhatikan juga kepentingan para *stakeholder* (Indriyani dan Yulianhari, 2020:1560).

Fenomena perusahaan yang terkait dengan CSR yaitu terjadi pada Bank Century, dimana awal mula Bank Century mengalami kalah kliring yang dikarenakan adanya penyalahgunaan dana nasabah yang digerakkan oleh pemilik bank Century dan keluarganya. Sehingga pemerintah pun memberikan suntikan dana yang cukup besar, yang semula hanya Rp. 1,3 triliun menjadi Rp. 6,7 triliun, hal ini jelas menarik perhatian banyak pihak khususnya masyarakat. Dana *Bail Out* dikeluarkan pemerintah dengan alasan bahwa Bank Century adalah bank gagal yang dapat memberikan dampak sistemik dan untuk menghindari jatuhnya perbankan Indonesia dan untuk menghindari hilangnya kepercayaan nasabah dan investor kepada beberapa bank di Indonesia. Menurut Yovana dan Kadir (2020) faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan suatu skala di mana dapat diklasifikasikan besar kecilnya suatu perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, *log size*, nilai pasar saham

dan lain sebagainya yang akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung risiko yang akan timbul dari berbagai situasi yang dihadapi oleh perusahaan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Hardianti dan Anwar (2020), dan Saputra, dkk. (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Indriyani dan Yuliandhari (2020), Zulhaimi dan Nuraprianti (2019), dan Syawalluddin, dkk. (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Menurut Ratih (2017) umur perusahaan merupakan lamanya sebuah perusahaan bisa berdiri, berkembang dan bertahan sampai sekarang. Umur perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghadapi tantangan dunia bisnis, semakin lama perusahaan tersebut beroperasi otomatis perusahaan tersebut dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang ketat dan mendapatkan penerimaan masyarakat. Pada penelitian yang dilakukan oleh Vivian, dkk. (2020), dan Saputra, dkk. (2021) menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Safrianti (2020) yang menyatakan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Faktor lain yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu profitabilitas. Profitabilitas adalah rasio yang dapat digunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari pendapatan yang berhubungan dengan penjualan, aset dan ekuitas perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Sukenti, dkk. (2017), Zulhaimi dan Nuraprianti (2019) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Syawalluddin, dkk. (2021), Hardianti dan Anwar (2020), dan Vivian, dkk. (2020) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu *leverage*. *Leverage* merupakan kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban finansial perusahaan baik jangka pendek maupun panjang. Menurut Putra dan Wiagustini (2019) *leverage* dapat dikatakan bahwa suatu rasio keuangan yang mengukur seberapa banyak perusahaan dibiayai dengan menggunakan hutang. Hasil penelitian dari Purba dan Candradewi (2019) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Namun hasil penelitian yang berbeda ditemukan pada penelitian Prakarsa dan Astika (2017), Vivian, dkk. (2020), dan Hardianti dan Anwar (2020) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Selain faktor-faktor diatas, faktor lain yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan adalah salah satu pertimbangan para investor dalam menanamkan investasinya. Perusahaan yang memiliki kesempatan tumbuh yang tinggi diharapkan akan memberikan profitabilitas yang tinggi dimasa mendatang dan diharapkan laba memiliki kualitas yang tinggi sehingga investor akan tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Pada penelitian yang dilakukan oleh Sukenti, dkk. (2017) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Namun terdapat hasil penelitian yang berbeda ditemukan pada penelitian Sidauruk dan Yuliana (2018), Khoiriyah, dkk. (2021), dan Syawalluddin, dkk. (2021) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan uraian diatas dan kontradiksi hasil dari beberapa penelitian yang sudah ada, membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh ukuran perusahaan, umur perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022.

### **Teori Stakeholder**

Teori stakeholder mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholder. Prasetyowati (2014) menyatakan bahwa keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut. Teori stakeholder perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya.

### **Teori Legitimasi**

Teori legitimasi mengatakan bahwa perusahaan berusaha secara terus menerus untuk meyakinkan bahwa segala kegiatan atau aktivitas yang dilakukan sesuai dengan batasan dan norma-norma yang berlaku dalam masyarakat tempat perusahaan beroperasi atau berada.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Perusahaan besar ataupun kecil dapat terlihat melalui seberapa banyak perusahaan memiliki total aktiva. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka semakin luas pengungkapan informasi *corporate social responsibility* yang akan disajikan karena masyarakat akan mengawasi terkait hal-hal yang dilakukan perusahaan dalam aktivitas perusahaan. Ukuran perusahaan umumnya dikaitkan dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin banyak pihak-pihak yang menjadi bagian dari *stakeholder* perusahaan, sehingga semakin luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Menurut teori *stakeholder* CSR itu bisa muncul karena adanya desakan dari pihak *stakeholder* karena tujuan dari perusahaan tersebut yang hanya mengutamakan keuntungan semata dengan mengabaikan lingkungan dan mengabaikan tanggung jawab sosial. Hasil penelitian Hardianti (2020), Safrianti (2020), Yovana dan Kadir (2020), Kusuma (2017) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Dari uraian di atas dapat disimpulkan rumusan hipotesis dari penelitian ini adalah:

H1 : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

### **Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Umur perusahaan yang semakin bertambah berhubungan erat dengan perkembangan perusahaan dan perubahan perilaku, di mana perubahan ini akan bergerak ke arah kemajuan yang akan dialami secara bertahap sesuai dari umur perusahaan tersebut. Semakin lama perusahaan dapat bertahan, maka untuk mengembalikan investasi akan semakin besar. Umur perusahaan dikaitkan dengan teori legitimasi, legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Jika semakin lama perusahaan itu berdiri, maka perusahaan tersebut akan semakin banyak melakukan tindakan CSR dengan maksud perusahaan dapat mempertahankan legitimasi dari perusahaan tersebut atau mendapatkan suatu pengakuan dari masyarakat. Hasil penelitian Vivian, dkk. (2020) dan Fatwara, dkk. (2022) serta Saputra, dkk. (2021) menunjukkan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Adapun hipotesis yang dibangun berdasarkan uraian tersebut yaitu :

H2 : Umur perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

### **Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Profitabilitas suatu perusahaan yang semakin meningkat mencerminkan peningkatan efisiensi perusahaan, sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa kinerja perusahaan yang semakin membaik. Perusahaan dengan kinerja yang baik dilihat melalui perolehan labanya, sehingga meningkatkan kepercayaan investor yang menginginkan *return* dari investasi yang dilakukan. Jika dikaitkan dengan teori *stakeholder* maka profitabilitas menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan, oleh sebab itu semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan, maka semakin besar kegiatan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan, sehingga keuntungannya bukan hanya dirasakan oleh pemilik perusahaan tetapi juga dirasakan oleh masyarakat melalui kegiatan CSR yang dilakukan. Hasil penelitian Indriyani dan Yuliandhari (2020), Prakarsa dan Astika (2017), Purba dan Candradewi (2019), Andriana dan Anggara (2019), Zulhaimi dan Nuraprianti (2019), Sukenti, dkk. (2017), Wahyuningsih dan Mahdar (2018) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Adapun hipotesis yang dibangun berdasarkan uraian tersebut yaitu :

H3 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

### **Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

*Leverage* merupakan kemampuan perusahaan untuk menutup kewajiban finansial jangka pendek dan jangka panjang. Semakin tinggi rasio *leverage* maka semakin bergantung pada pihak eksternal. Berdasarkan teori *stakeholder*, bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* (utang/ekuitas) yang lebih rendah akan meningkatkan pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan seperti kewajiban dan tanggung jawab akan membayar hutang tepat waktu untuk mendapatkan kepercayaan dari *stakeholder* dan agar tidak menjadi sorotan dari *debtholders*. Hasil penelitian Prakarsa dan Astika (2017), Munsaidah, dkk. (2016) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Dari hasil penelitian Hardianti (2020) dan penelitian Yovana dan Kadir (2020) juga menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Adapun hipotesis yang dibangun berdasarkan uraian tersebut yaitu:

H4 : *Leverage* perusahaan berpengaruh negatif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

### **Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Pertumbuhan perusahaan dapat dilihat dari perubahan total aset perusahaan, karena perubahan aset suatu perusahaan baik itu berupa peningkatan maupun penurunan dapat menandakan bahwa suatu perusahaan berkembang atau tidak. Berdasarkan teori *stakeholder* yang dibangun atas dasar pernyataan bahwa perusahaan berkembang menjadi sangat besar sehingga masyarakat memiliki hubungan tak langsung dengan perusahaan dan memperhatikan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan merupakan salah satu pertimbangan para investor dalam menanamkan investasinya. Pertumbuhan dapat menunjukkan peningkatan dari total aset suatu perusahaan sehingga tingkat CSR yang dilakukan perusahaan semakin banyak. Semakin tinggi pertumbuhan perusahaan, maka semakin tinggi pula perusahaan dalam mengungkapkan tingkat pertumbuhannya tersebut ke dalam *corporate social responsibility* bagi para *stakeholders*. Hasil penelitian Sukenti, dkk. (2017) dan Elvira (2016) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki hubungan atau berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Dari hasil penelitian Munsaidah, dkk. (2016) juga menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Adapun hipotesis yang dibangun berdasarkan uraian tersebut yaitu :

H5 : Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2022 melalui website resmi Bursa Efek Indonesia yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022 yaitu sebanyak 47 perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode *purposive sampling* dengan beberapa kriteria yang digunakan yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) secara berturut-turut periode 2020-2022.
2. Perusahaan Perbankan yang ditemukan laporan tahunan perusahaan secara berturut-turut periode 2020-2022.
3. Perusahaan Perbankan yang menggunakan mata uang rupiah selama periode 2020-2022.
4. Perusahaan Perbankan yang memiliki kelengkapan data yang berkaitan dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Berdasarkan kriteria di atas maka didapatkan sampel sejumlah 41 perusahaan yang memenuhi kriteria sehingga penelitian ini berjumlah 123 sampel. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Pengungkapan *corporate social responsibility* adalah pengungkapan informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan didalam laporan tahunan. Pada pengukuran variabelnya, pengungkapan *corporate social responsibility* dapat diukur dengan *Global Reporting Initiatives* (GRI) dan menggunakan metode *content analysis*. Pengungkapan CSR diukur berdasarkan pada item-item yang terdapat dalam *Global Reporting Initiative* (GRI) dengan jumlah 82 pengungkapan yang meliputi indikator lingkungan, hak asasi manusia, sosial, masyarakat, tanggung jawab dan tenaga kerja, sehingga total indikatornya 5. Kemudian *check list* dan diberi nilai 1 apabila item I diungkapkan, penghitungan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial. Berdasarkan penelitian dari Yovana dan Kadir (2020), rumus indeks CSR adalah sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j} \dots\dots\dots(1)$$

Ukuran perusahaan merupakan besarnya kecilnya perusahaan dilihat dari berbagai aspek, dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan mentransformasikan total aset perusahaan. Penelitian ini menggunakan suatu skala dimana ukuran perusahaan dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara antara lain total aset, jumlah tenaga kerja, nilai pasar saham, dan lain-lain. Berdasarkan penelitian dari Yovana dan Kadir (2020), rumus ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan total aset yaitu sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Total Aset} \dots\dots\dots(2)$$

Umur perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing. Umur perusahaan diukur dengan tanggal awal listing perusahaan di BEI sampai dengan saat ini, dalam penelitian ini. Menurut Indriyani dan Yulianhari (2020), perhitungan umur perusahaan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$\text{Umur perusahaan} = \text{Tahun Penelitian} - \text{Tahun Perusahaan Terdaftar di BEI} \dots\dots\dots(3)$$

Profitabilitas menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada para pemegang saham. Profitabilitas dalam penelitian ini akan diukur dengan menggunakan *Return On Asset (ROA)* karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan. *ROA* dapat dihitung dengan menggunakan rasio profitabilitas antara laba bersih terhadap total aset. Berdasarkan penelitian dari Yovana dan Kadir (2020), rumus yang digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah:

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}} \dots\dots\dots(4)$$

*Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan perusahaan bergantung kepada kreditur dalam pembiayaan aset perusahaan. Tingkat *leverage* dari suatu perusahaan dapat ditunjukkan oleh salah satunya menggunakan rasio hutang terhadap ekuitas (*DER*), yaitu rasio jumlah hutang terhadap jumlah modal sendiri. *Leverage* diukur berdasarkan rasio total kewajiban terhadap modal, skala yang digunakan adalah skala rasio. Berdasarkan penelitian dari Munsaidah, Andini & Supriyanto (2017), rumus untuk menghitung *leverage* adalah:

$$\text{Debt Equity Ratio} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Modal}} \dots\dots\dots(5)$$

Pertumbuhan perusahaan merupakan salah satu pertimbangan para investor dalam menanamkan investasinya, dimana pertumbuhan dapat menunjukkan peningkatan kinerja keuangan perusahaan yang memiliki kesempatan untuk memberikan profitabilitas yang tinggi dimasa depan. perusahaan di periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan dimasa yang akan datang. Pertumbuhan perusahaan dihitung dengan menggunakan persentase total aset tahun *t* dibanding total aset tahun *t-1*. Berdasarkan penelitian dari Munsaidah, Andini & Supriyanto (2017), rumus untuk menghitung pertumbuhan perusahaan adalah:

$$\text{Pertumbuhan Perusahaan} = \frac{(\text{Total Assets } t - \text{Total Assets } t-1)}{\text{Total Assets } t-1} \dots\dots\dots(6)$$

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**Analisis Statistik Deskriptif**

**Tabel 1. Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif**

	N	Descriptive Statistics			
		Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ukuran Perusahaan	123	144123427	3314731674	2508688733	518004348464
Umur Perusahaan	123	.11	33.00	13.1253	8.75088
Profitabilitas	123	-.18	.08	.0024	.02946
Leverage	123	.08	17.07	5.1726	3.05463
Pertumbuhan Perusahaan	123	-1.00	4.56	.2872	.51055
CSR	123	.46	.85	.6838	.09407
Valid N (listwise)	123				

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.633	.020		31.737	.000
	Ukuran Perusahaan	4.424	.000	.244	2.806	.006
	Umur Perusahaan	-.002	.001	-.155	-1.751	.083
	Profitabilitas	.044	.271	.014	.162	.872
	Leverage	.010	.003	.329	3.910	.000
	Pertumbuhan Perusahaan	.033	.016	.179	2.071	.041

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data Sekunder, diolah (2023)

Berdasarkan hasil analisis regresi seperti yang disajikan pada Tabel 2, maka dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$CSR = 0,663 + 4,424FS - 0,002UP + 0,044ROA + 0,010DER + 0,033PP$$

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200, lebih besar dari nilai  $\alpha = 0,05$  ( $0,200 > 0,05$ ). Hal ini menyatakan bahwa hasil tersebut mengindikasikan bahwa model persamaan regresi tersebut berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinearitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai tolerance  $\geq 0,10$  dan nilai VIF  $\leq 10$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model analisis tersebut tidak ditemukan adanya gejala multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel Ukuran Perusahaan sebesar 0,170, nilai signifikansi dari variabel Umur Perusahaan sebesar 0,985, nilai signifikansi dari variabel Profitabilitas sebesar 0,495, nilai signifikansi dari variabel *Leverage* sebesar 0,550 dan nilai signifikansi dari variabel Pertumbuhan Perusahaan sebesar 0,558. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi semua variabel bebas lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai uji *Durbin-Watson (DW test)* sebesar 2,048. Dengan signifikan sebesar 0,05 dan jumlah sampe  $N = 123$  dan jumlah variabel bebas  $k = 5$ , maka diperoleh nilai  $du = 1,7910$  diperoleh nilai  $(4 - du)$  sebesar  $4 - 1,7910 = 2,209$ . Oleh karena nilai  $du < dw < 4 - du$  ( $1,7910 < 2,048 < 2,209$ ) atau nilai *Durbin-Watson* berada diantara nilai  $du$  dan  $4 - du$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala autokorelasi.

**Hasil Uji Model Fit (Uji Statistik F)**

**Tabel 3. Hasil Uji Statistik F**

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.227	5	.045	6.222	.000 <sup>b</sup>
	Residual	.853	117	.007		
	Total	1.080	122			

Sumber : Data Sekunder, diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 3 hasil uji statistic simultan ( Uji F) diperoleh nilai signifikansi F sebesar 0,000. Nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, dan Pertumbuhan Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Hal ini mengindikasikan bahwa model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah layak.

**Hasil Uji Koefisien Determinansi (Adjusted R<sup>2</sup>)**

**Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinansi (Adjusted R<sup>2</sup>)**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.835 <sup>a</sup>	.696	.688	.07732	2.048

Sumber : Data Sekunder, diolah (2023)

Berdasarkan hasil dari Tabel 4 di atas, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,688. Hal ini menyatakan bahwa variabilitas variabel dependen yaitu *corporate social responsibility* (CSR) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen adalah sebesar 68,8%. Sedangkan sisanya sebesar 31,2% di jelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian.

**Hasil Uji Hipotesis (Uji t)**

**Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.633	.020		31.737	.000
	Ukuran Perusahaan	4.424	.000	.244	2.806	.006
	Umur Perusahaan	-.002	.001	-.155	-1.751	.083
	Profitabilitas	.044	.271	.014	.162	.872
	Leverage	.010	.003	.329	3.910	.000
	Pertumbuhan Perusahaan	.033	.016	.179	2.071	.041



Berdasarkan hasil uji hipotesis yang ditunjukkan pada Tabel 5 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Ukuran Perusahaan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 4,424, dengan nilai t hitung positif sebesar 2,806 dan nilai signifikansi sebesar 0,006. Nilai signifikansi  $0,006 < 0,05$  menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
2. Umur Perusahaan memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,002, dengan nilai t hitung negative sebesar 1,751 dan nilai signifikansi sebesar 0,083. Nilai signifikansi  $0,083 > 0,05$  menunjukkan bahwa Umur Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
3. Profitabilitas memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,044, dengan nilai t hitung positif sebesar 0,162 dan nilai signifikansi sebesar 0,872. Nilai signifikansi  $0,872 > 0,05$  menunjukkan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
4. *Leverage* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,010, dengan nilai t hitung positif sebesar 3,910 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
5. Pertumbuhan Perusahaan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,033, dengan nilai t hitung positif sebesar 2,071 dan nilai signifikansi sebesar 0,041. Nilai signifikansi  $0,041 < 0,05$  menunjukkan bahwa Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis pertama ( $H_1$ ) diterima, yang menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini berarti semakin besar ukuran Perusahaan maka pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh Perusahaan tersebut akan semakin banyak. Ukuran Perusahaan yang besar dalam penelitian ini ditunjukkan dengan total asset yang dimiliki. Perusahaan yang memiliki asset lebih besar, umumnya memiliki informasi yang lebih lengkap, sehingga pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial pada Perusahaan tersebut semakin besar pula. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin banyak pihak-pihak yang menjadi bagian dari *stakeholder* perusahaan, sehingga semakin luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Menurut teori *stakeholder* CSR itu bisa muncul karena adanya desakan dari pihak *stakeholder* karena tujuan dari perusahaan tersebut yang hanya mengutamakan keuntungan semata dengan mengabaikan lingkungan dan mengabaikan tanggung jawab sosial. Menurut Yovana dan Kadir (2020) menyatakan Perusahaan yang besar akan mendapatkan tuntutan yang lebih banyak dari masyarakat untuk melaksanakan kegiatan CSR dan pengungkapannya. Hal ini dikarenakan Perusahaan besar lebih dikenal oleh publik dan melakukan kegiatan operasional yang berdampak lebih luas terhadap masyarakat dan lingkungan. Oleh sebab itu, semakin besar ukuran Perusahaan maka akan semakin luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian terdahulu dari penelitian Hardianti (2020), Safrianti (2020), Aulia dan Aini (2021), Fauziah dan Asyik (2019), Yovana dan Kadir (2020), Kusuma (2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

### **Pengaruh Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis kedua ( $H_2$ ) ditolak, dimana hasil penelitian ini menyatakan bahwa Umur Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini berarti banyak atau sedikitnya pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh Perusahaan tidak didasarkan pada umur Perusahaan, dimana salah satunya di pengaruhi oleh kesadaran suatu perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat pada hasil tabulasi penelitian yang sudah dilakukan, yang menyatakan bahwa salah satunya Perusahaan Perbankan yaitu Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. menurut tahun penelitian yaitu tahun 2020 – 2022 menunjukkan hasil pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan sama dengan umur perusahaan yang terus bertambah. Oleh karena itu besar atau kecilnya umur suatu Perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Umur Perusahaan juga bukan merupakan faktor yang mempengaruhi Perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Keni (2013), Aprilliani (2017) yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa umur perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis ketiga ( $H_3$ ) ditolak, dimana hasil penelitian ini menyatakan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini berarti semakin besar atau kecilnya profitabilitas perusahaan tidak akan mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* dikarenakan laba yang dimiliki oleh Perusahaan tersebut digunakan untuk kegiatan lainnya seperti operasional perusahaan, melakukan ekspansi atau investasi, melakukan pembayaran hutang dan kegiatan lainnya, sehingga tidak ada pengaruh dalam pemanfaatan untuk kegiatan atau aktivitas sosial. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi belum tentu lebih banyak dalam melakukan aktivitas sosial karena Perusahaan lebih berorientasi pada laba saja. Perusahaan mungkin menghadapi *trade-off* antara upaya untuk mencapai profitabilitas yang tinggi dan melakukan pengungkapan CSR yang transparan dan luas.

Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Vivian, dkk (2020), Hardianti (2020), Yovana dan Kadir (2020), Syawalluddin, dkk (2021), Fatwara, dkk (2022), Nasir, dkk (2013), Ruroh dan Latifah (2018), Rivandi dan Putra (2021) dan Sekarwigati dan Effendi (2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

### **Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis keempat ( $H_4$ ) ditolak, dimana hasil penelitian ini menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat *leverage* mungkin investor memiliki kecemasan tertentu sehingga untuk mengurangi adanya asumsi tersebut maka Perusahaan akan semakin banyak melakukan kegiatan atau tindakan *corporate social responsibility* agar para investor lebih yakin dalam menanamkan modalnya pada Perusahaan tersebut.

Menurut Purba dan Candradewi (2019) *Leverage* merupakan penggunaan aktiva dan sumber dana oleh Perusahaan yang memiliki biaya tetap, berarti sumber dana yang berasal dari pinjaman karena memiliki bunga sebagai beban tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. Jadi, *leverage* yang baik dan cukup akan menunjang pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Purba dan Candradewi (2019), Nasir, dkk (2013), Ruroh dan

Latifah (2018), Korniasari dan Adi (2021) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

### **Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis kelima ( $H_5$ ) diterima, yang menyatakan bahwa Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat pertumbuhan perusahaan, semakin luas pengungkapan informasi *corporate social responsibility* untuk menarik minat para investor. Pertumbuhan perusahaan dapat dilihat dari perubahan total aset perusahaan, karena perubahan aset suatu perusahaan baik itu berupa peningkatan maupun penurunan dapat menandakan bahwa suatu perusahaan berkembang atau tidak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan berkembang menjadi sangat besar sehingga masyarakat memiliki hubungan tak langsung dengan perusahaan dan memperhatikan perusahaan. Pertumbuhan dapat menunjukkan peningkatan dari total aset suatu perusahaan sehingga tingkat CSR yang dilakukan perusahaan semakin banyak. Semakin tinggi pertumbuhan perusahaan, maka semakin tinggi pula perusahaan dalam mengungkapkan tingkat pertumbuhannya tersebut ke dalam *corporate social responsibility* bagi para *stakeholders*. Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sukenti, dkk. (2017) dan Elvira (2016), Munsaidah, dkk. (2016) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki hubungan atau berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*.

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan hasil dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Pengujian pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* memperoleh hasil yaitu  $H_1$  diterima, sehingga Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2022.
2. Pengujian pengaruh Umur Perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* memperoleh hasil yaitu  $H_2$  ditolak, sehingga Umur Perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2022.
3. Pengujian pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* memperoleh hasil yaitu  $H_3$  ditolak, sehingga Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2022.
4. Pengujian pengaruh *Leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* memperoleh hasil yaitu  $H_4$  ditolak, sehingga *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2022.
5. Pengujian pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* memperoleh hasil yaitu  $H_5$  diterima, sehingga Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2022.

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan yang nantinya dapat disempurnakan dan dilengkapi oleh peneliti selanjutnya. Adapun keterbatasan di dalam penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam periode penelitian yaitu tahun 2020-2022 (selama 3 tahun).

2. Penelitian ini hanya menggunakan populasi dari Perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ukuran Perusahaan, umur Perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan Perusahaan hanya dapat menjelaskan dan memberikan informasi mengenai pengungkapan *corporate social responsibility* sebesar 68,8%, sedangkan sisanya sebesar 31,2% di jelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian.

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang telah dijelaskan di dalam penelitian ini, maka penulis dapat menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan periode yang lebih panjang untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan juga dapat melibatkan Perusahaan dari sektor lain selain sektor perbankan. Hal ini akan membantu memperluas generalisasi hasil penelitian dan memungkinkan perbandingan antar sektor dalam hal pengungkapan CSR.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan agar menambahkan variabel independent lain seperti modal kerja, dewan komisaris, likuiditas, kinerja lingkungan, dan variabel lain yang relevan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Indriyani, A.D. and Yuliandhari, W.S., 2020. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility: Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), pp.1559-1568.
- Yovana, D.G. and Kadir, A., 2020. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 21(1).
- Zulhaimi, H. and Nuraprianti, N.R., 2019. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Dewan Komisaris, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(3).
- Syawalluddin, S., Subaki, A. and Sonjaya, A., 2021. Pengaruh Profitabilitas, Risiko Perusahaan, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *ADVANCE*, 8(2), pp.1-19.
- Saputra, I. and Hikmah, I., 2021. Pengaruh Umur Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Pada Perusahaan Manufaktur Sub Makanan Dan Minuman Yang Terdapat Di Bursa Efek Indonesia (Be) Periode 2017–2019. *Dinamika Ekonomi-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), pp.132-144.
- Hardianti, D. and Anwar, A., 2020. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility. *JAE (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 5(1), pp.107-114
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ratih Putri Suwito, A., & Wahyono, MA 2017. Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan, Ukuran Perusahaan, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2013-2015). *Disertasi Doktor, Universitas Muhammadiyah, Surakarta*.

- Safrianti, S., 2020. Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Umur Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2013-2019. *Creative Research Management Journal*, 3(1), pp.51-60.
- Vivian, Yessica, W., Florencia, C., Winnie, Devi and Namira, U.R., 2020. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Periode 2014-2018. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2020, 4.3: 257-274.
- Sukenti, S., Hidayati, N. and Mawardi, M.C., 2017. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Growth Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013-2015). *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 6(03).
- Purba, I.A.P.L. and Candradewi, M.R., 2019. Pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Manajemen*, 8(9).
- Putra, YYD and Wiagustini, NLP, 2019. Pengaruh Likuiditas Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan Di BEI. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 1 (2), hlm.215-232.
- Prakasa, S. and Astika, I.B.P., 2017. Pengaruh leverage, profitabilitas, dan kepemilikan manajemen pada corporate social responsibility disclosure perusahaan pertambangan. *E-Jurnal Akuntansi*, 18(1), pp.189-215.
- Sidauruk, T.D. and Yuliana, A., 2018. Pengaruh return on assets, ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility. *Jurnal Liabilitas*, 3(1), pp.20-40.
- Khoiriyah, Y. and Wirawan, R.S., 2021. Pengaruh Good Corporate Governance, Pertumbuhan Perusahaan, dan Kinerja Lingkungan terhadap Corporate Social Responsibility. *Akuntabilitas*, 15(1), pp.103-128.
- Kusumawardani, I. dan Sudana, IP, 2017. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 19 (1), pp.741-770.
- Prasetyowati, F.A., 2013. Peran Corporate Social Responsibility sebagai Mediasi Variabel dari Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro*.
- Fatwara, MD, Hasibuan, AN, Nursalam, LM dan Rahmadi, ZT, 2022. Analisis Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dipengaruhi Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan Dan Profitabilitas. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2 (1), hlm.54-70.
- Munsaidah, S., Andini, R. and Supriyanto, A., 2017. Analisis Pengaruh Firm Size, Age, Profitabilitas, Leverage, dan Growth Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2014. *Jurnal Akuntansi*, 2 (2).
- Sugiyono, 2018. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta