
SISTEM INFORMASI, KEUANGAN, AUDITING DAN PERPAJAKAN

<http://jurnal.usbykp.ac.id/index.php/sikap>

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Didit Agustino

Univeristas 'Aisyiyah Yogyakarta

agustinodidit49@gmail.com

Muhamad Rifandi

Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta

muhamadrifandi@unisayogya.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, good corporate governance yang terdiri dari dewan komisaris, komite audit dan pengungkapan media terhadap pengungkapan corporate social responsibility. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor industri kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2017-2021 yang berjumlah 27 perusahaan. Penarikan sampel dilakukan melalui purposive sampling dan diperoleh sebanyak 14 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis data sekunder yang diperoleh dari www.idx.co.id dan web resmi perusahaan. Data sekunder yang digunakan berupa laporan tahunan (annual report) dan laporan keberlanjutan (sustainability report) perusahaan. Pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, good corporate governance yang terdiri dari dewan komisaris, komite audit, dan pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility.

Kata Kunci: Profitabilitas; Ukuran Perusahaan; Leverage; Good Corporate Governance.

THE INFLUENCE OF PROFITABILITY, LEVERAGE AND CAPITAL INTENSITY ON TAX AVOIDANCE

Abstract

This research aims to analyze and provide empirical evidence of the influence of profitability, company size, leverage, good corporate governance consisting of the board of commissioners, audit committee and media disclosure on disclosure of corporate social responsibility. The population in this research is health industry sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange during 2017-2021, totaling 27 companies. Sampling was carried out through purposive sampling and 14 companies were obtained that met the research sample criteria. This research uses a quantitative approach with secondary data obtained from www.idx.co.id and the company's official website. Secondary data used is in the form of annual reports and company sustainability reports. Data collection uses documentation techniques. Data analysis used descriptive analysis and multiple regression analysis using the SPSS version 25 program. The research results showed that profitability, company size, leverage, good corporate governance consisting of the board of commissioners, audit committee, and media disclosure had no effect on corporate social responsibility disclosure.

Keywords: Profitability; Company Size; Leverage; Good Corporate Governance

PENDAHULUAN

Perusahaan merupakan bagian dari masyarakat dan lingkungan, keberadaannya pun memiliki keterkaitan dengan masyarakat dan lingkungan. Perusahaan tidak boleh mengembangkan kegiatan usahanya tanpa memperhatikan masyarakat dan lingkungan. Hal ini tentu saja dikarenakan perusahaan tersebut berdiri di wilayah yang tidak jauh dari dua hal tersebut. Perusahaan sebagai bagian dari masyarakat dan lingkungan perlu menyadari bahwa keberhasilan atau prestasi yang dicapai bukan hanya dipengaruhi oleh faktor internal melainkan juga dipengaruhi oleh masyarakat dan lingkungan atau komunitas di sekitar perusahaan (Purwanto, 2011). Perusahaan dituntut untuk melakukan suatu tindakan yang lebih peduli kepada masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu,

sebagai wujud kepedulian dan tanggung jawab perusahaan atau dikenal dengan istilah Corporate Social Responsibility (CSR).

Penerapan Corporate Social Responsibility oleh perusahaan dapat diwujudkan dengan pengungkapan CSR (Corporate Social Responsibility) yang disosialisasikan ke publik dalam laporan tahunan (annual report) perusahaan. Pengungkapan CSR juga telah diatur dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 paragraf 9 tentang pengungkapan dampak lingkungan. Pengungkapan pertanggungjawaban sosial memainkan peranan penting bagi perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan hidup di lingkungan masyarakat dan setiap aktivitas atau operasional perusahaan memiliki dampak sosial dan lingkungan.

Profit didefinisikan sebagai hasil akhir dari operasional perusahaan. Dalam survei yang dilakukan oleh KPMG, (2013) juga menjelaskan bahwa perusahaan yang memiliki profit besar cenderung untuk melakukan corporate social responsibility yang besar pula. Dalam hubungan antara profit perusahaan dengan corporate social responsibility, KPMG (2013) menyatakan bahwa semua perusahaan terdaftar untuk membentuk Komite Dewan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, menginvestasikan setidaknya 2 persen dari laba bersih pada proyek-proyek yang bertanggung jawab secara sosial, dan menjelaskan kegiatan mereka dalam laporan tahunan mereka.

Ukuran perusahaan dapat dikatakan sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya suatu entitas. Secara umum, perusahaan besar akan mengungkapkan informasi sosial atau tanggung jawab sosial lebih banyak dari pada perusahaan kecil.

Tingkat leverage merupakan kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan semua kewajibannya kepada pihak lain. Perusahaan yang mempunyai leverage tinggi mempunyai kewajiban yang lebih untuk memenuhi kebutuhan informasi krediturnya termasuk pengungkapan tanggung jawab sosial. Perusahaan yang memiliki rasio leverage tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan CSR supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi.

Dewan komisaris bertugas dan bertanggungjawab untuk melaksanakan pengawasan dan memberikan nasihat kepada dewan direksi serta memastikan bahwa perusahaan telah melaksanakan GCG sesuai dengan aturan yang berlaku (UU No. 40, 2007). Wewenang yang dimiliki oleh dewan komisaris, dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen dalam mengungkapkan informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan.

Dalam mekanisme corporate governance, komite audit dapat berperan penting dalam menjalankan tugas pengawasan. Dalam surat edaran Ketua Bapepam No. Kep-29/PM/2004 tentang Komite Audit bahwa setiap perusahaan harus memiliki komite audit dalam satu struktur perusahaan. Peraturan tersebut juga mewajibkan komite audit di dalam perusahaan harus beranggotakan minimal tiga orang, yaitu minimal satu orang komisaris independen yang berperan juga sebagai ketua komite audit, dan minimal 2 orang pihak independen dari luar emiten.

Sebuah perusahaan jika ingin mendapat kepercayaan dan legitimasi melalui kegiatan CSR, maka perusahaan harus mempunyai kapasitas untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan berkomunikasi dengan pemangku kepentingannya secara efektif. Pengkomunikasian CSR

melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Pada pelaksanaannya, hal inilah yang menjadi bagian pada proses membangun institusi, membentuk norma yang diterima dan legitimasi praktik CSR.

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti kembali apa saja yang mempengaruhi pengungkapan corporate social responsibility pada perusahaan sektor kesehatan. Bersumber dari penjelasan-penjelasan dan hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil penelitian yang berbeda-beda dengan variabel yang lebih mengutamakan rasio-rasio keuangan. Oleh sebab itu, perlu adanya sebuah penelitian yang menganalisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan Corporate Social Responsibility baik dari sisi keuangan perusahaan maupun dari non keuangan perusahaan. Penelitian ini menguji faktor keuangan perusahaan yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, dan leverage juga menguji faktor non keuangan yaitu Good Corporate Governance yang terdiri dari dewan komisaris, komite audit, dan pengungkapan media.

TELAAH LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Legitimasi

Lindblom (1994) dalam Nur & Priantinah, (2012) menyatakan bahwa suatu organisasi mungkin menerapkan empat strategi legitimasi ketika menghadapi berbagai ancaman legitimasi. Oleh karena itu, untuk menghadapi kegagalan kinerja perusahaan seperti kecelakaan yang serius atau skandal keuangan organisasi mungkin;

- a. Mencoba untuk mendidik stakeholdernya tentang tujuan organisasi untuk meningkatkan kinerjanya.
- b. Mencoba untuk merubah persepsi stakeholder terhadap suatu kejadian (tetapi tidak merubah kinerja aktual organisasi).
- c. Mengalihkan (memanipulasi) perhatian dari masalah yang menjadi perhatian (mengkonsentrasikan terhadap beberapa aktivitas positif yang tidak berhubungan dengan kegagalan - kegagalan).
- d. Mencoba untuk merubah ekspektasi eksternal tentang kinerjanya

Teori legitimasi dalam bentuk umum memberikan pandangan yang penting terhadap praktek pengungkapan sosial perusahaan. Kebanyakan inisiatif utama pengungkapan sosial perusahaan bisa ditelusuri pada satu atau lebih strategi legitimasi yang disarankan oleh Lindblom. misalnya, kecenderungan umum bagi pengungkapan sosial perusahaan untuk menekankan pada poin positif bagi perilaku organisasi dibandingkan dengan elemen yang negative.

Teori Agensi

Teori agensi menjelaskan tentang hubungan antara dua pihak dimana salah satu pihak menjadi agen dan pihak yang lain bertindak sebagai prinsipal (Hendriksen & Breda, 2000). Teori ini menyatakan bahwa hubungan keagenan timbul ketika salah satu pihak (prinsipal) menyewa pihak lain (agen) untuk melakukan beberapa jasa untuk kepentingannya yang melibatkan pendelegasian beberapa otoritas pembuatan keputusan kepada agen (Jensen & Meckling, 1976). Yang dimaksud dengan prinsipal adalah pemegang saham atau investor sedangkan yang dimaksud agen adalah manajemen yang mengelola perusahaan.

Pengungkapan CSR

Pengungkapan adalah pengeluaran informasi yang ditujukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Tujuan dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility Disclosure) adalah agar perusahaan dapat menyampaikan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan perusahaan dalam periode tertentu. Penerapan CSR dapat diungkapkan perusahaan dalam media laporan tahunan (annual report) perusahaan yang berisi laporan tanggung jawab sosial perusahaan selama kurun waktu satu tahun berjalan (Wulandari & Zulhaimi, 2017). Pelaporan CSR sebagai bentuk pertanggungjawaban institusi kesehatan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Sen et al., (2011) menyatakan bahwa pengungkapan informasi CSR merupakan salah satu informasi krusial bagi perusahaan high profile karena hal tersebut menunjukkan tingkat partisipasi mereka terhadap isu CSR.

Profitabilitas

Menurut Munawir, (2002) pengertian dari profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dan sejauh mana keefektifan pengelolaan perusahaan. Karena alasan keberadaan suatu perusahaan adalah untuk mendapat laba, rasio profitabilitas merupakan salah satu rasio keuangan yang paling signifikan. Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan.

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada tingkat penjualan, aset, dan ekuitas. Ismainingtyas et al., (2019), Wati, (2018), dan Istifaroh & Subardjo, (2017) menemukan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin tinggi pula tingkat pengungkapan CSR.

H1: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (size) merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang skalanya besar biasanya cenderung lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial daripada perusahaan yang mempunyai skala kecil.

Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) akan semakin luas (Anggraini, 2006). Disamping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan akan diukur dari log total asset yang dimiliki perusahaan.

H2: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Leverage

Leverage sering diinterpretasikan sebagai pendorong kinerja perusahaan dan berhubungan dengan utang. Leverage memberikan pandangan mengenai struktur modal perusahaan sehingga tingkat risiko dari hutang tak tertagih dapat terlihat (Fahmi, 2011 dalam Rahmazaniati et al., 2014). Dalam Van Horne & Wachowicz, (2009), terdapat dua jenis leverage, yaitu leverage operasi dan leverage keuangan. Kedua jenis leverage ini mempengaruhi tingkat dan variabilitas pendapatan setelah pajak perusahaan serta keseluruhan risiko dan pengembalian (return) perusahaan.

Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Sembiring, (2005) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para debtholders.

H3: Leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Good Corporate Governance

Di Indonesia di lihat dari konsep GCG yang mulai dikenal sejak adanya krisis ekonomi 1997 yang bekepanjangan yang dinilai dan dilihat karena dalam tata kelola perusahaan— perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara penuh, dan mengabaikan adanya regulasi dan sarat dengan praktek (nepotisme, kolusi, korupsi). Yang bermula dari adanya usulan penyempurnaan dalam peraturan pencatatan pada Bursa Efek Jakarta (atau saat ini yang dikenal dengan Bursa Efek Indonesia/BEI) yang telah mengatur tentang peraturan untuk emiten yang tercatat di BEI yang mewajibkan untuk menagngkat Komisaris Independen dan wajib membentuk Komite Audit pada tahun 1998, dan GCG sudah mulai dikenalkan ke seluruh perusahaan publik di Indonesia. Dan konsep GCG telah banyak dikemukakan dan dibahas oleh banyak ahli dan dari badan sebagai alat satau sebagai alat kontrol dan untuk pengawasan terhadap kinerja dari manajemen perusahaan (Ismainingtyas et al., 2019).

Dewan Komisaris

Dalam Peraturan Menteri BUMN nomor PER-01/MBU/2011 Pasal 13 point 3, Yang dimaksud dengan anggota Dewan Komisaris/Dewan Pengawas Independen adalah anggota Dewan Komisaris/Dewan Pengawas yang tidak memiliki hubungan keuangan, kepengurusan, kepemilikan saham dan/atau hubungan keluarga dengan anggota Dewan Komisaris/Dewan Pengawas lainnya, anggota Direksi dan/atau pemegang saham pengendali atau hubungan dengan BUMN yang bersangkutan, yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen.

Dari teori keagenan dewan komisaris dianggap sebagai dari mekanisme untuk mengendalikan atau pengendalian intern tertinggi yang akan bertanggung jawab untuk mengawasi tindakan dari manajemen puncak termasuk pengungkapan CSR perusahaan.

H4: Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Komite Audit

Komite audit merupakan komite yang dibentuk oleh dewan direksi yang mengemban tanggung jawab utama mengawasi pelaporan keuangan serta proses pengendalian internal organisasi. Dengan berjalannya fungsi komite audit secara efektif, maka pengendalian terhadap perusahaan akan menjadi lebih baik, sehingga konflik keagenan yang terjadi akibat insentif manajemen untuk meningkatkan kesejahteraannya sendiri dapat diminimalisasi.

Dalam teori agensi, dewan komisaris dianggap sebagai mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak yang berarti dewan komisaris memiliki kekuasaan yang luas dalam mengawasi dan mengendalikan manajemen perusahaan agar pengelolaan perusahaan semakin efektif, sehingga kekuasaan ini diharapkan dapat digunakan untuk memberikan pengaruh yang besar dalam pelaksanaan CSR.

H5: Komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Pengungkapan Media

Permadi Swara & Sujana, (2018) menunjukkan bahwa pengungkapan media merupakan pengkomunikasian corporate social responsibility yang dengan melalui media sangat penting untuk meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat, meskipun pengungkapan media jarang digunakan untuk menjelaskan pengaruhnya terhadap pengungkapan corporate social responsibility. Media yang biasanya digunakan oleh perusahaan dalam pengungkapan corporate social responsibility seperti halnya melalui TV, Koran, serta internet (WEB Perusahaan). Dimana dengan media TV sangat efektif dan mudah dijangkau oleh sebuah lapisan masyarakat. Media Internet (WEB) juga sangat efektif yang dapat didukung dengan para pemakai internet yang saat ini mulai meningkat. Dan media koran juga sama halnya sering digunakan oleh sebuah perusahaan sebagai dokumentasi (Feng et al, 2013 dalam Ismainingtyas et al., 2019).

H6: Pengungkapan media berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian, Populasi Penelitian, dan Sampel Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah Perusahaan Sektor Industri Kesehatan periode 2017-2021 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode yang digunakan dalam penentuan sampel penelitian ini adalah purposive sampling. Purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu. Perusahaan industri kesehatan yang terdaftar pada BEI terdapat 27 perusahaan. Setelah dilakukan analisis pada pengambilan sampel ini, terdapat 13 perusahaan yang tidak mempublish secara lengkap annual report maupun sustainability report pada tahun 2017 – 2021. Sampel yang didapatkan berjumlah 14 perusahaan. Penelitian ini menggunakan total data berjumlah 70 data, dengan rincian 5 tahun x 14 perusahaan.

Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya

Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan corporate social responsibility (corporate social responsibility disclosure) yang dinyatakan dalam indeks. Indeks diperoleh dengan membandingkan jumlah skor yang berhasil ditemukan dengan skor maksimal. Pengukuran Pengungkapan CSR pada penelitian ini dengan menggunakan indikator Global Reporting Initiative (GRI G4) dari generasi baru dimana pengukuran GRI yang diluncurkan di Amsterdam pada 22 Mei 2013. Indikator GRI G4 yang terdiri dari kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, sosial, praktik kerja, hak manusia, dan tanggungjawab produk. Untuk menghitung CSRI menggunakan pendakatan dikotomi dengan menggunakan variabel dummy yaitu skor 0 jika perusahaan tidak mengungkapkan tanggung jawab sosial dan skor 1 jika perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial. Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk setiap perusahaan (Mustafa & Handayani, 2014). Rumus perhitungan pengungkapan tanggung jawab sosial adalah sebagai berikut;

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j} \times 100\%$$

Sumber: Mustafa & Handayani, (2014)

Keterangan:

$CSRDI_j$ = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index J*

N_j = Jumlah item untuk perusahaan j , $n_j = 91$

X_{ij} = *Dummy variable*, 1= item i diungkapkan dan 0 = item i tidak diungkapkan

Profitabilitas

Profitabilitas dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan memperoleh laba dan sejauh mana keefektifan pengelolaan perusahaan. Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat profitabilitas adalah *Return On Assets* (ROA). Skala pengukuran yang digunakan untuk variabel ukuran perusahaan adalah skala rasio Menurut Keown et al. (2005) dalam Dermawan & Deitiana, (2014) rumus ROA adalah sebagai berikut:

$$ROA = \text{laba bersih setelah pajak} / \text{Total aktiva}$$

Sumber: Dermawan & Deitiana (2014)

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai skala perusahaan yang dilihat dari total aktiva perusahaan pada akhir tahun. Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat ukuran perusahaan adalah total asset/total aktiva. Mengacu pada penelitian Bangun et al., (2016) ukuran perusahaan diukur dengan rumus:

$$SIZE = \log (\text{nilai total aktiva})$$

Sumber: Bangun et al. (2016)

Leverage

Leverage dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam melunasi semua kewajiban dengan ekuitasnya. Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat *leverage* adalah *Debt To Equity Ratio* (DER). Menurut Gibson (2009) dalam Dermawan & Deitiana (2014) rumus DER adalah sebagai berikut:

$$DER = \text{Total kewajiban} / \text{Ekuitas}$$

Sumber: Dermawan & Deitiana (2014)

Dewan Komisaris

Dewan komisaris adalah total dari anggota dewan yang ada baik dari komisaris independen maupun dewan komisaris utama yang ada di dalam perusahaan. Pengukuran dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$DK = \Sigma \text{ Dewan Komisaris Perusahaan}$$

Sumber: Nur & Priantinah, (2012)

Komite Audit

Komite audit yang bisa diukur dengan cara banyaknya anggota komite audit yang ada didalam perusahaan. Pengukuran komite audit dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KA = \Sigma \text{ Anggota Komite Audit Perusahaan}$$

Sumber : Sukasih & Sugiyanto, (2017)

Pengungkapan Media

Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Nur dan Priantinah (2012) dalam penelitian ini untuk mengukur pengungkapan media juga dilakukan dengan variabel dummy, yaitu dengan memberikan nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR di laman perusahaan dan 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR di laman Perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif Variabel Kontinu

Penelitian ini menggunakan 14 perusahaan dengan periode pelaporan selama 5 tahun, oleh karena itu jumlah sampel penelitian ada sebanyak 70 sampel. Hasil analisis deskriptif variabel kontinu terdiri dari profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, dewan komisaris dan komite audit adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kontinu

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSRD	70	.187	.681	.43260	.135095
Profitabilitas	70	-.238	.921	.08309	.131859
Ukuran Perusahaan	70	8.928	13.409	12.15009	1.088335
<i>Leverage</i>	70	.091	3.825	.78254	.784929
Dewan Komisaris	70	2.000	9.000	5.04286	1.591970
Komite Audit	70	2.000	4.000	3.12857	.447907

Sumber: Output SPSS, 2022

Dari hasil pengujian statistik deskriptif variabel kontinu yang tersaji dalam tabel 1, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah variabel profitabilitas memiliki nilai minimum -0,238 yang dimiliki oleh Sarana Meditama Metropolitan Tbk pada tahun 2020, dan profitabilitas memiliki nilai maksimum 0,921 yang dimiliki oleh Merck Tbk pada tahun 2018. Sedangkan untuk nilai standar deviasi 0,131859 nilai tersebut lebih besar dari nilai mean 0,08309. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebaran dari variabel data yang besar atau adanya kesenjangan yang cukup besar dari profitabilitas terendah dan tertinggi. Nilai rata-rata profitabilitas mendekati ke nilai maksimum yang berarti profitabilitas mempunyai rata rata yang cukup tinggi.

Pada tabel 1 dapat dilihat ukuran perusahaan memiliki nilai minimum 8,928 yang dimiliki Merck Tbk pada tahun 2017, kemudian ukuran perusahaan memiliki nilai maksimum 13,409 yang dimiliki oleh Kalbe Farma Tbk dengan pada tahun 2021. Sedangkan untuk nilai standar deviasi 1,088335 nilai tersebut lebih kecil dari mean 12,15009. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebaran dari variabel data yang kecil atau tidak adanya kesenjangan yang cukup besar dari ukuran

perusahaan terendah dan tertinggi. Nilai rata-rata ukuran perusahaan mendekati ke nilai maksimum yang berarti ukuran perusahaan mempunyai rata-rata yang cukup tinggi.

Pada tabel 1 dapat dilihat bahwa *leverage* memiliki nilai minimum 0,091 yang dimiliki oleh Industri Jamu dan Farmasi SIDO pada tahun 2017. *Leverage* memiliki maksimum 3,825 yang dimiliki oleh Pyridam Farma Tbk pada tahun 2021. Sedangkan, untuk nilai standar deviasi 0,784929 nilai tersebut lebih besar dari nilai mean yaitu sebesar 0,78254. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebaran dari variabel data yang besar atau adanya kesenjangan yang cukup besar dari *leverage* terendah dan tertinggi. Nilai rata-rata *leverage* mendekati ke nilai minimum yang berarti *leverage* mempunyai rata-rata yang cukup rendah.

Variabel dewan komisaris memperoleh nilai minimum sebesar 2,000 yang dimiliki oleh Sarana Meditama Metropolitan Tbk pada tahun 2019 dan 2020. Dewan komisaris memiliki maksimum 9,000 yang dimiliki oleh Siloam *International Hospitals* pada tahun 2017 dan 2018. Nilai rata-rata berjumlah sebesar 5,04286 atau 5 orang yang berarti bahwa rata-rata perusahaan sektor industri kesehatan di Indonesia memiliki dewan komisaris sejumlah 5 orang atau melebihi jumlah yang diatur dalam POJK Nomor 33/POJK.04/2014 pasal 20 ayat 1 tentang keanggotaan Dewan Direksi dan Dewan Komisaris yaitu dewan komisaris paling kurang terdiri dari 2 orang anggota dewan komisaris.

Variabel komite audit memperoleh nilai minimum sebesar 2,000 yang dimiliki oleh Indo Farma Tbk pada tahun 2018, 2019, dan 2020. Dewan komisaris memiliki maksimum 4,000 yang dimiliki oleh Pyridam Farma Tbk, Prodia Widyahusada Tbk, dan Kimia Farma Tbk. Nilai rata-rata sebesar 3,12857 atau 3 orang yang berarti bahwa rata-rata perusahaan sektor industri kesehatan di Indonesia memiliki komite audit sejumlah 3 orang yang mana telah sesuai dengan aturan pemerintah yang diisyaratkan dalam POJK No. 55/POJK.04/2015 tentang Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit pasal 4 yang menyatakan bahwa komite audit paling sedikit terdiri dari 3 orang anggota yang berasal dari Komisaris Independen dan Pihak dari luar Emiten atau Perusahaan Publik.

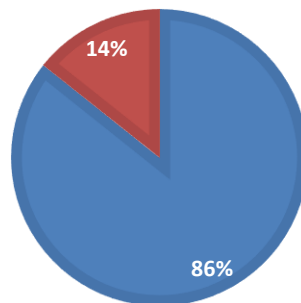
Hasil analisis dengan menggunakan statistik deskriptif terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan nilai minimum sebesar 0,187 dan nilai maksimum sebesar 0,681. Hal ini berarti bahwa perusahaan paling sedikit mengungkapkan CSR sebesar 18,7% yaitu Tempo Scan Pacific Tbk pada tahun 2019 dan paling banyak mengungkapkan CSR adalah PT Phapros Tbk pada tahun 2020 sebesar 68,1%. Jika diambil rata-rata dari semua sampel, pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan sebesar 0,43260 atau 43,26%. Standar deviasi sebesar 0,135095 menunjukkan variasi yang terdapat dalam indeks. Besarnya indeks menunjukkan besar pengungkapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan. Semakin besar nilai variabel pengungkapan CSR artinya perusahaan lebih banyak melakukan pengungkapan item CSR.

Statistik Deskriptif Variabel Kategorikal

Untuk variabel pengungkapan media yang diukur menggunakan menggunakan variabel dummy, yaitu skor 1 = bila perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR di laman perusahaan dan skor 0 = bila perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR di laman perusahaan. Berikut persentase pengungkapan media dalam penelitian ini:

PERSENASE PENGUNGKAPAN MEDIA

■ Mengungkapkan ■ Tidak Mengungkapkan



Gambar 1. Diagram Variabel Pengungkapan Media

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari gambar 1 dapat diketahui bahwa persentase perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR di laman perusahaan adalah sebesar 86% dan yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR di laman perusahaan yaitu sebesar 14%. Hal ini menunjukkan bahwa dari 70 sampel, perusahaan lebih banyak yang mengungkapkan tanggung jawab sosial pada website perusahaan yaitu sebanyak 60 sampel, daripada yang tidak mengungkapkan CSR di website perusahaan yaitu sebanyak 10 sampel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik dengan *Kolmogorov-Smirnov* apabila nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka data berdistribusi normal.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.12573360
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.094
	Negative	-.052
Test Statistic		.094
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Output SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 2, hasil uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* dapat diketahui bahwa nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* didapatkan yaitu sebesar $0,200 > 0,05$ yang berarti data menunjukkan distribusi normal dan dapat dilanjutkan dengan uji asumsi klasik multikolinieritas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah jika nilai *tolerance* $\geq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \leq 10$ dapat dikatakan dalam data tersebut tidak terdapat multikolinearitas (Ghozali, 2018).

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Profitabilitas	.812	1.231
Ukuran perusahaan	.827	1.209
Leverage	.708	1.413
Dewan komisaris	.842	1.187
Komite audit	.903	1.107
Pengungkapan media	.935	1.070

Sumber: *Output SPSS, 2022*

Dari tabel 3 diatas dapat disimpulkan bahwa dari keenam variabel diatas memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10,00. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak adanya korelasi antar variabel independen. Atau, dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Autokorelasi digunakan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi. Menurut Santoso, (2010) Nilai D-W diantara -2 sampai 2 berarti diindikasikan tidak ada autokorelasi.

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

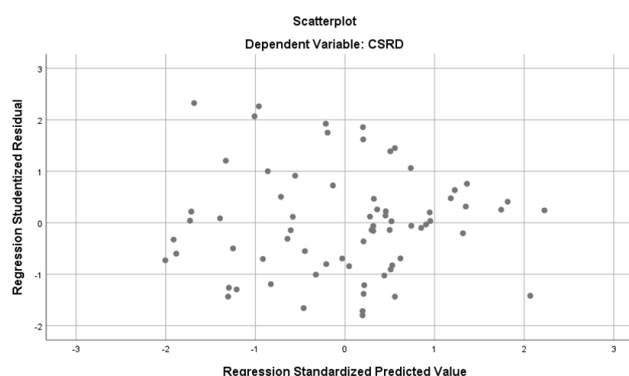
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.366 ^a	.134	.051	.131585	.462

Sumber: *Output SPSS, 2022*

Dari hasil analisis pada tabel 4 diatas dapat diketahui bahwa nilai DW adalah 0,462. Angka tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi autokorelasi. Hal ini sesuai dengan syarat pengambilan keputusan bahwa angka 0,462 berada diantara -2 dan 2 yang berarti suatu model regresi tidak terjadi autokorelasi.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018). Metode yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu melalui pengujian dengan menggunakan *Scatterplot*, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Gambar 2.** Grafik *Scatterplot*

Sumber: *Output SPSS, 2022*

Berdasarkan grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengujian Hipotesis

Uji t

Uji statistik t dilakukan untuk dapat mengetahui pengaruh masing- masing variabel independen pada variabel dependen (Ghozali, 2018). Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima dan apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak.

Tabel 5. Hasil Uji t

	Model	T	Sig.
1	(Constant)	.657	.513
	Profitabilitas	.052	.959
	Ukuran perusahaan	1.558	.124
	<i>Leverage</i>	1.660	.102
	Dewan komisaris	1.555	.125
	Komite audit	-1.348	.182
	Pengungkapan media	-.188	.852

Sumber: *Output SPSS*, 2022

Dari hasil analisis pada tabel 5, dapat dilihat untuk variabel profitabilitas menunjukkan nilai signifikansi yang diperoleh yaitu sebesar $0,959 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak yang berarti variabel profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Hasil uji t parsial pada variabel ukuran perusahaan menunjukkan nilai signifikan yang diperoleh yaitu sebesar $0,124 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak yang berarti variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Hasil uji t parsial pada variabel *leverage* menunjukkan nilai signifikan yang diperoleh yaitu sebesar $0,102 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak yang berarti variabel *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Variabel dewan komisaris menunjukkan nilai signifikan yang diperoleh yaitu sebesar $0,125 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H4 ditolak yang berarti variabel dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Variabel komite audit menunjukkan nilai signifikan yang diperoleh yaitu sebesar $0,182 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H5 ditolak yang berarti variabel komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Variabel pengungkapan media menunjukkan nilai signifikan yang diperoleh yaitu sebesar $0,852 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H6 ditolak yang berarti variabel pengungkapan media tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pembahasan

Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Berdasarkan hasil uji regresi statistik t menunjukkan bahwa variabel profitabilitas tidak terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini dapat dilihat dari nilai sig untuk profitabilitas sebesar $0,959 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Dalam penelitian ini, profitabilitas tidak berpengaruh pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini menjadi bertentangan

dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa dengan keuntungan, perusahaan dengan mudah membentuk konstruk sosial dengan dukungan sosial sebagai tanda atas keuntungan perusahaan.

Penelitian ini membuktikan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil ini mendukung penelitian Wasito et al., (2016) dan Nugroho & Yulianto, (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Berdasarkan hasil uji regresi statistik t menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini dapat dilihat dari nilai sig untuk variabel ukuran perusahaan sebesar $0,124 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian sesuai dengan teori legitimasi yang menyatakan perusahaan akan berusaha mematuhi peraturan dan norma-norma yang terdapat dalam masyarakat termasuk UU No. 40 tahun 2007 agar keberadaan perusahaan dapat diterima ditengah masyarakat. Dengan adanya UU tersebut turut menciptakan iklim penerapan kegiatan CSR bagi seluruh perusahaan publik secara wajib dan tidak lagi bersifat sukarela sehingga ukuran perusahaan diduga menjadi kurang relevan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian ini membuktikan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil ini mendukung penelitian Alpi & Aprilia, (2021) dan Yanti et al., (2021) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel *leverage* terhadap tingkat pengungkapan CSR bahwa nilai sig variabel *leverage* sebesar $0,102 > 0,05$, dapat diketahui bahwa variabel *leverage* secara statistik tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR. Hasil penelitian tidak sesuai dengan teori agensi yang menyatakan tingkat *leverage* mempunyai pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders* (Sembiring, 2005).

Penelitian ini membuktikan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil ini mendukung penelitian Sumilat & Destriana, (2017) dan Roslin & Ethika, (2019) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Berdasarkan hasil uji regresi statistik t menunjukkan bahwa variabel dewan komisaris tidak terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini dapat dilihat dari nilai sig untuk variabel dewan komisaris sebesar $0,125 > 0,05$. Dalam teori agensi, dewan komisaris dianggap sebagai mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak yang berarti dewan komisaris memiliki kekuasaan yang luas dalam mengawasi dan mengendalikan manajemen perusahaan agar pengelolaan perusahaan semakin efektif, sehingga kekuasaan ini diharapkan dapat digunakan untuk memberikan pengaruh yang besar dalam pelaksanaan CSR. Semakin besar jumlah anggota dewan komisasris, maka semakin mudah untuk mengendalikan direksi dan pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif sehingga dapat meminimalkan kemungkinan informasi yang ditutupi termasuk informasi mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun hal ini bertolak belakang dengan hasil analisis data bahwa adanya dewan komisaris tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh manajemen.

Penelitian ini membuktikan bahwa dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil ini mendukung penelitian Alpi & Aprilia,

(2021) dan Ismainingtyas et al., (2019) yang menyatakan bahwa dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Komite audit tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Berdasarkan hasil uji regresi statistik t menunjukkan bahwa variabel komite audit tidak terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini dapat dilihat dari nilai sig untuk variabel dewan komisaris sebesar $0,182 > 0,05$. POJK No. 55/POJK.04/2015 pasal 10 yang memuat tugas dan tanggung jawab komite audit, komite audit secara garis besar merupakan pihak yang melakukan pengawasan internal terhadap perusahaan, bukan sebagai pihak yang memiliki wewenang untuk mendorong pengungkapan CSR perusahaan. Komite audit sendiri secara garis besar bertanggung jawab atas tiga bidang yaitu laporan keuangan, tata kelola dan pengawasan perusahaan.

Penelitian ini membuktikan bahwa komite audit tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil ini mendukung penelitian Sumilat & Destriana, (2017) dan Ismainingtyas et al., (2019) yang menyatakan bahwa komite audit tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Berdasarkan hasil uji regresi statistik t menunjukkan bahwa variabel pengungkapan media tidak terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini dapat dilihat dari nilai sig untuk variabel pengungkapan media sebesar $0,852 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini bertolak belakang dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwasannya perusahaan memiliki nilai-nilai yang ada dalam perusahaan yang selaras dengan nilai yang berlaku sesuai dalam lingkungan masyarakat. Perusahaan harus menanggapi perubahan yang ada dalam masyarakat.

Penelitian ini membuktikan bahwa pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil ini mendukung penelitian Nur & Priantinah, (2012) dan Dermawan & Deitiana, (2014) yang menyatakan bahwa pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

SIMPULAN

1. Hasil dari pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR).
2. Hasil dari pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR).
3. Hasil dari pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR).
4. Hasil dari pengujian hipotesis keempat (H4) menunjukkan bahwa dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR).
5. Hasil dari pengujian hipotesis kelima (H5) menunjukkan bahwa komite audit tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR).
6. Hasil dari pengujian hipotesis keenam (H6) menunjukkan bahwa pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR)..

DAFTAR PUSTAKA

Alpi, M. F., & Aprilia, D. (2021). Analisis Determinan Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Journal Akuntansi Dan Pajak*, 21(2), 522–528. <https://doi.org/10.53088/Jadfi.V1i1.18>

- Anggraini, F. R. R. (2006). Pengungkapan Informasi Sosial Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris Pada Perusahaan-Perusahaan Yang Terdaftar Bursa Efek Jakarta). SIMPOSIUM NASIONAL AKUNTANSI 9 PADANG.
- Bangun, N., Andhika, C., & Wijaya, H. (2016). Pengaruh Tipe Industri , Mekanisme Corporate Governance , Dan Ukuran Perusahaan Terhadap. Jurnal Bisnis Dan Akuntansi, 18(2), 123–130.
- Dermawan, D., & Deitiana, T. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility. JURNAL BISNIS DAN AKUNTANSI, 16(1), 158–165. <https://doi.org/10.54964/Liabilitas.V3i1.32>
- Hendriksen, & Breda, V. (2000). Accounting Theory. Mc Graw Hill: International Edition.
- Ismainingtyas, B., Suryono, B., & Wahidahwati. (2019). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY. Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi, 8.
- Istifaroh, A., & Subardjo, A. (2017). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY. Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi, 6.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory Of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs And Ownership Structure. Journal Of Financial Economics, 3, 305–360.
- Ketua Bapepam No. Kep-29/PM/2004 Tentang Komite Audit.
- KPMG. (2013). The KPMG Survey Of Corporate Responsibility Report.
- Munawir, S. (2002). Akuntansi Keuangan Dan Manajemen. Edisi Pertama. BPFE: Yogyakarta.
- Mustafa, C. C., & Handayani, N. (2014). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur. Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi, 3(6), 1-16.
- Nugroho, M. N., & Yulianto, A. (2015). Pengaruh Profitabilitas Dan Mekanisme Corporate Governance Terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan Terdaftar JII 2011-2013. Accounting Analysis Journal, 4(1), 1–12.
- Nur, M., & Priantinah, D. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Csr Diindonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori High Profile Yang Listing Di Bei). Jurnal Nominal, 1(I), 1–13.
- Peraturan Menteri BUMN. (2011). Penerapan Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (Good Corporate Governance) Pada Badan Usaha Milik Negara (Hal. PER-01/MBU/2011).
- Permadiwara, K. Y., & Sujana, K. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajemen Dan Media Exposure Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 25, 690–716.
- Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 Paragraf 9.
- POJK Nomor 33/POJK.04/2014 Pasal 20 Ayat 1 Tentang Keanggotaan Dewan Direksi Dan Dewan Komisaris
- POJK No. 55/POJK.04/2015 Tentang Pembentukan Dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit
- Purwanto, A. (2011). Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap Corporate Social Responsibility. Journal Akuntansi Dan Auditing, 8(1), 14.
- Rahmazaniati, L., Nadirsyah, & Abdullah, S. (2014). Pengaruh Profitabilitas Dan Financial Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Serta Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Termasuk Dalam Indeks Sri-Kehati Yang Terdaftar. Jurnal Magister Akuntansi Pascasarjana Universitas Syiah Kuala, 3(4), 44–53.

- Roslin, & Ethika. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dalam Laporan Tahunan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Auditing*, 14(1), 61–74. <https://doi.org/10.37301/Jkaa.V14i1.9>
- Sembiring, E. R. (2005). Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta. Makalah SNA IV.
- Sen, M., Mukherjee, K., & Pattanayak, J. K. (2011). Corporate Environmental Disclosure Practices In India. *Journal Of Applied Accounting Research*, 139–156.
- 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>
- Sumilat, H., & Destriana, N. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *JURNAL BISNIS DAN AKUNTANSI*, 19(2), 129–140. <https://doi.org/10.25139/Jaap.V1i2.144>
- UU No. 40. (2007). Tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 Ayat (1).
- Van Horne, J. C., & Wachowicz, J. M. (2009). *Fundamental Of Financial Managements*. Pearson.
- Wasito, G. A., Herwiyanti, E., & Kusumastati, W. H. W. (2016). Pengaruh Corporate Governance , Profitabilitas , Likuiditas Dan Solvabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 18(1), 1–10.
- Wati, L. N. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dengan Gri 3. *Jurnal Ecodemia*, 2(1), 240–252. <https://doi.org/10.54964/Liabilitas.V3i1.32>
- Wulandari, S., & Zuhaimi, H. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Dan Jasa Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 1477–1488. <https://ejournal.upi.edu/index.php/JRAK/article/view/8515>
- Yanti, N. L. E. K., Endiana, I. D. M., & Pramesti, I. G. A. A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Kharisma*, 3(1), 42–51.
- Rifandi, Muhamad Dan Prima Shofiani. (2019). Pengaruh Sistem Pembayaran Asuransi Kesehatan BPJS Terhadap Akuntansi Pendapatan Rumah Sakit (Studi Pada RS PKU Muhammadiyah Gamping). *Relasi Jurnal Ekonomi*. Vol. 15, No. 1, Januari 2019, Hlm. 51-6
- Wulandari, Eni Dan Rifandi, Muhamad (2023). Implementation Of Environmental Accounting To Waste Management Operational Costs Of PKU Muhammadiyah Gamping Hospital. *Prociding Of International Conference On Accounting And Finance*. Volume 1, 2023, PP: 40-45