



FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE : META ANALISIS

Vicky Effendy¹, Dr. Carmel Meiden, S.E., Ak., M.Si.²

^{1,2}Departemen Akuntansi, Institut Bisnis dan Informatika Indonesia, Jakarta, Indonesia

¹35190111@student.kwikkiangie.ac.id

²carmel.meiden@kwikkiangie.ac.id

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atas faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini menggunakan indikator GRI G4, dimana GRI G4 merupakan suatu konsep yang menjelaskan bahwa perusahaan berlomba-lomba “melaporkan indikator sebanyak mungkin” pada laporan keberlanjutannya agar mencapai level A (tertinggi). Untuk melihat pengaruh atas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Populasi penelitian ini berjumlah 671 artikel, dengan sampel sebanyak 36 artikel. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan data sekunder yang diterbitkan antara tahun 2012-2022. Analisis data diukur dengan menggunakan indikator GRI G4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, dan kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kata kunci: Meta Analisis, CSRD, Corporate Social Responsibility Disclosure, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Institusional.

I PENDAHULUAN

Setiap perusahaan sebagai bagian dari masyarakat dan lingkungan perlu menyadari bahwa keberhasilan atau prestasi yang dicapai semata-mata tidak hanya terpengaruh oleh faktor internal melainkan juga dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan. Saat ini, banyak perusahaan yang berjalan pada berbagai sektor baik sektor produksi maupun jasa. Setiap perusahaan memiliki banyak cara yang ditempuh untuk mencapai tingkat keuntungan sebesar-besarnya, misalnya pada perusahaan produksi, perusahaan dapat memproduksi kebutuhan masyarakat lokal hingga nasional. Namun terkadang perusahaan melupakan kewajibannya atas proses produksi yang terjadi. Sebagian besar perusahaan, hanya berfokus pada pengungkapan laporan keuangan yang berhubungan dengan kinerja keuangan perusahaan. Namun kondisi keuangan suatu perusahaan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan nilai suatu perusahaan hanya akan terjamin, apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup (D. M. Purba, 2016).

Pemerintah Indonesia menetapkan Undang – Undang No. 40 Tahun 2007 yang mengatur pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan bagi perusahaan yang menggunakan sumber daya alam dan juga Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 yang mengatur tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas. Pada UU No. 40 Tahun 2007 pasal 74 ayat 1, perusahaan juga diwajibkan untuk melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan, menekan penganggaran dan estimasi sosial dan biaya lingkungan dalam laporan keuangan perusahaan. Sejak Agustus 2012 Pemerintah Indonesia menerapkan Peraturan Pemerintah Kep-431/BL/2012 yang diatur dalam Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menyatakan bahwa semua perusahaan publik harus melaporkan kegiatan sosial mereka dalam laporan tahunan perusahaan. (Yurdila et al., 2019)

Walaupun terdapat dasar hukum yang mewajibkan pelaksanaan tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR), namun masih terdapat juga kasus mengenai perusahaan yang tidak memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan. Salah satu kasusnya, yaitu: kasus PT.

Indominco Mandiri di kutai, Kalimantan timur yang terbukti melanggar peraturan dengan mencemari lingkungan atas pembuangan limbah berbahaya, dari operasi PLTU di desa santan tengah dan desa santan ilir kecamatan 3 muarang kayu. Pembuangan limbah PLTU batubara yang dilakukan PT Indominco Mandiri berupa *fly ash* dan *bottom ash* (Berdasar berita pada www.mongabay.com). Dari kasus diatas, kita dapat melihat masalah pengelolaan tanggung jawab sosial dan lingkungan hidup menjadi aspek yang penting dalam menjalankan suatu perusahaan. Masing-masing perusahaan wajib melakukan *corporate social responsibility* (CSR) untuk mengurangi dampak yang terjadi akibat kegiatan yang di lakukan oleh perusahaan tersebut. (Ismainingtyas et al., 2020)

Corporate social responsibility (CSR) merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab sosial berdasarkan *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang di refleksikan dalam kondisi keuangannya saja. Sedangkan *Corporate social responsibility* (CSR) perusahaan harus berpijak dalam *triple bottom lines*, yaitu tanggung jawab perusahaan pada aspek sosial, lingkungan, dan keuangan (N. K. A. T. Dewi & Ratna Sari, 2019).

Menurut SFAC No 1 paragraf 28, dipaparkan bahwa tujuan laporan keuangan dibagi dari kebutuhan informasi para pemakai eksternal yang tidak mempunyai otoritas untuk menyusun informasi keuangan yang diinginkan mengenai suatu perusahaan. Para pemakai tersebut harus menggunakan informasi yang disediakan oleh manajemen sebagai sarana untuk berkomunikasi antar pihak eksternal dan pihak perusahaan. Walaupun laporan keuangan mempunyai aspek internal dan eksternal, FASB lebih memfokuskan kepada aspek eksternalnya. Aspek eksternal yang dituju oleh informasi keuangan adalah pihak investor dan kreditor, yang merupakan pihak yang paling berkepentingan terhadap aktivitas perusahaan. Dalam uraian berikut ini akan dijelaskan mengenai tujuan pelaporan keuangan secara umum berdasarkan manfaat informasi keuangan (Anindita & Indrasari, 2018).

Pada dasarnya, pengungkapan CSR dalam laporan tahunan di Indonesia masih bersifat sukarela, karena walaupun secara umum telah diakomodasi dalam PSAK No 1 tentang Penyajian Laporan Keuangan, belum ada standar khusus yang diwajibkan sebagai pedoman perusahaan dalam melaporkan aktivitas CSRnya. Tidak mengherankan walaupun sebagian besar perusahaan di Indonesia menyatakan bahwa mereka telah melaksanakan serta mengungkapkannya dalam laporan tahunan mengungkapkan bahwa sampai dengan tahun 2010, perusahaan di Indonesia rata-rata hanya melakukan pengungkapan CSR sebesar 20,92%. Pengungkapan CSR di Indonesia hingga tahun 2014 masih termasuk dalam kategori relatif rendah, yaitu hanya sebesar 30,15%. Hal ini menunjukkan bahwa pada dasarnya tingkat pengungkapan CSR di Indonesia masih dalam kategori relatif rendah. (Sasanti et al., 2021). Namun laporan yang merupakan pengungkapan sukarela berubah menjadi pengungkapan wajib, seiring dengan meningkatnya tuntutan akan informasi keberlanjutan perusahaan yang lebih baik oleh para pemangku kepentingan. Di Indonesia, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik, merupakan rujukan penerapan keuangan berkelanjutan dan penyusunan laporan keberlanjutan.

Annual report digunakan sebagai media pengungkapan CSR dengan tujuan agar *stakeholder* dapat dengan mudah mengetahui bagaimana kinerja perusahaan yang dijalankannya. Pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi, dan produknya didalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) diungkap dalam *sustainability report*. Pengungkapan CSR diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI). Kemudian CSRDI diukur menggunakan standar GRI. Standar GRI-G4 indikator kinerjanya dibagi menjadi 3 komponen utama yaitu ekonomi lingkungan hidup dan sosial. Pengungkapan CSR dalam penelitian ini mengacu pada standar GRI-G4 (*Global Reporting Initiative Generation*), karena lebih memfokuskan pada standar pengungkapan berbagai kinerja ekonomi sosial dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas dan pemanfaatan *sustainability reporting*. (Yani & Suputra, 2020)



Dalam penelitian ini, faktor-faktor yang diteliti berpengaruh terhadap CSR adalah profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan kepemilikan institusional. Profitabilitas merupakan suatu kemampuan yang dimiliki oleh suatu perusahaan untuk menghasilkan laba agar dapat menarik para pemegang saham perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka pengungkapan informasinya akan semakin besar pada saat perusahaan memiliki keuntungan yang besar, maka biaya yang dialokasikan untuk pengungkapan tanggung jawab sosial lebih besar sejalan dengan penelitian (Oktavianawati & Wahyuningrum, 2019). *Return On Asset (ROA)* merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat profitabilitas pada suatu perusahaan. Pengungkapan CSR dapat dilihat baik apabila perusahaan menghasilkan ROA yang tinggi dan menunjukkan laju peningkatan karena dengan tingkat ROA yang tinggi maka dapat menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan dalam menghasilkan laba dari penggunaan aset perusahaan.

Leverage merupakan ukuran kinerja keuangan yang mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya. Perusahaan dengan tingkat *Leverage* yang tinggi menunjukkan kondisi semakin efektif penggunaan modal kerja dan semakin cepat modal kerja berputar semakin besar keuntungan yang didapatkan untuk meningkatkan pengungkapan CSR perusahaan. Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat *Leverage* pada suatu perusahaan dengan menggunakan *Debt Equit Ratio (DER)*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (I. A. P. L. Purba & Candradewi, 2019).

Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan sosial dalam laporan tahunan yang dibuat perusahaan. Perusahaan yang mempunyai ukuran perusahaan yang lebih besar tidak akan lepas dari tekanan, dengan aktivitas operasi yang lebih besar dan memberikan pengaruh besar kepada masyarakat. Semakin banyak aktivitas yang dilakukan perusahaan maka resiko dan gangguan yang terjadi pada masyarakat sekitar akan semakin besar. Akibat ukuran perusahaan yang besar maka semakin banyak juga limbah atau kerusakan yang akan dibuat oleh pekerja tersebut. Hal ini menunjukkan semakin tinggi jumlah aset milik perusahaan, semakin tinggi pengungkapan CSR dilakukan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Edinov et al., 2022).

Kepemilikan Institusional memiliki tanggung jawab dalam pengawasan sesuai dengan persentase besar kepemilikan saham pihak institusional yang berpengaruh dalam kinerja perusahaan. Kepemilikan institusional juga berperan dalam mengurangi terjadinya *fraud* oleh pihak manajemen dengan kepemilikan institusional sebagai *system control* untuk meningkatkan pengawasan yang lebih optimal. Pihak institusional memiliki wewenang untuk meminta kontrol organisasi untuk menyediakan catatan sosial sehingga pengungkapan CSR tercakup dalam dokumen tahunan untuk meningkatkan nilai melalui mekanisme pasar. Hal ini sejalan dengan penelitian (Parwati & Dewi, 2021). Kepemilikan institusional yang besar akan berpengaruh dan berdampak pada keputusan manajemen yang akan diambil. Salah satu keputusannya ialah pengungkapan informasi atas CSR.

Riset leg terkait variabel tata kelola yaitu: profitabilitas, *Leverage*, ukuran perusahaan, dan kepemilikan institusional sebagai berikut, berupa 22 artikel atas variabel profitabilitas diantaranya 13 data sig dengan tingkat 59,09% dan 9 data tidak sig dengan tingkat 40,91%. Kemudian 17 artikel atas variabel leverage diantaranya 9 data sig dengan tingkat 52,94% dan 8 data tidak sig dengan tingkat 47,06%. Lalu 20 artikel atas variabel ukuran perusahaan diantaranya 16 data sig dengan tingkat 80% dan 4 data tidak sig dengan tingkat 20%. Dan 13 artikel atas variabel kepemilikan institusional diantaranya 9 data sig dengan tingkat 69,23% dan 4 data tidak sig dengan tingkat 30,77%.

Berdasarkan uraian penelitian yang dijelaskan, maka peneliti ingin melakukan uji meta analisis karena belum banyak di Indonesia dan pada penelitian ini periode, proksi, dan kriteria sampel yang digunakan berbeda dengan artikel penelitian tersebut. Maka, atas fenomena dan kesenjangan penelitian di atas, penulis meneliti terkait faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *corporate social*

responsibility disclosure dengan metode meta analisis.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Agensi

Teori keagenan merupakan teori yang menjelaskan bahwa ada pemisahan fungsi antara pihak pemegang saham atau yang biasa disebut dengan prinsipal dengan pemilik yang biasa disebut dengan agen dalam memberikan suatu jasa. Hal ini dikemukakan oleh (Jensen & Meckling, 1976: 305-360). Hubungan keagenan merupakan sebuah kontrak antara pihak prinsipal yang membayar pihak agen untuk melakukan tindakan jasa serta mendelegasikan wewenang atau otoritas pengambilan keputusan kepada agen. Hubungan antar agen merupakan hubungan *employee* kontrak, dimana para agen bertanggung jawab untuk melaporkan kinerjanya kepada prinsipal.

Seringkali visi misi yang terdapat pada pihak prinsipal tidak sesuai dengan visi misi yang terdapat pada agen. Perbedaan kepentingan keduanya akan mengakibatkan konflik dan akhirnya tujuan yang ingin dicapai akan cenderung terhambat. Misalnya agen memiliki tujuan untuk mendapatkan insentif yang sebesar – besarnya atas hasil kerja yang telah dicapai olehnya. Sedangkan pihak prinsipal memiliki keinginan untuk meningkatkan tingkat kesejahteraan dengan cara memperoleh return dan pengembalian yang tinggi atas investasinya.

Menurut (Scott & O'Brien, 2019), teori agensi adalah cabang dari ilmu teori yang mempelajari hubungan kontrak untuk memotivasi agen agar bertindak secara rasional atas nama prinsipal ketika kepentingan agen akan bertentangan dengan prinsipal. Pemegang saham selalu menginginkan tingkat pengembalian yang tinggi atas investasi yang mereka lakukan, sedangkan manajemen terkadang memiliki kepentingan sendiri untuk mendapatkan kompensasi yang besar. Hal tersebut menunjukkan adanya konflik kepentingan antara pemegang saham sebagai pemilik modal dan manajemen yang mengelola modal perusahaan.

2.2 Teori Pemangku Kepentingan

Kelangsungan hidup suatu perusahaan bergantung pada para pemangku kepentingan. Karena para *principal agent* (pemegang saham) memiliki pandangan yang terbatas, sehingga dalam hal pembedahan *corporate social responsibility disclosure* hanya mementingkan pengungkapan atas laba rugi perusahaan. Sedangkan semua hak pemangku kepentingan sama yaitu untuk mendapat informasi yang diperoleh agen secara etis. Dan pemenuhan atas kebutuhan harus diperlakukan sama perlakuannya (sisi moral). Maka dengan adanya pengungkapan *sustainability* (berkelanjutan) diharapkan dapat memenuhi keinginan para pemangku kepentingan sehingga menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan pemangku kepentingan. Teori ini digunakan sebagai dasar penelitian ini karena *agency theory* belum mampu mengungkapkan kondisi laba perusahaan yang tinggi dengan tingkat keberlanjutan yang rentan.

Menurut (Freeman & David, 1983) tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan kemakmuran pemiliknya dengan pengungkapan yang lebih detail termasuk bagi kelompok yang tidak menguntungkan (*adversarial group*). Sehingga para pemangku kepentingan sangatlah luas dan dapat dikelompokkan mejadi beberapa kelompok berdasarkan jenis dan sejauh mana kepentingan kelompok terhadap perusahaan. Hal ini penting dilakukan untuk membantu analisis perusahaan mengenai tindakan serta perhatian yang dibutuhkan oleh masing-masing *stakeholder*. Dua definisi pemangku kepentingan yang diungkapkan adalah *The Wide Sense of Stakeholder* dan *The Narrow Sense of Stakeholder*. *The Wide Sense of Stakeholder* merupakan setiap kelompok atau individu yang diidentifikasi dalam memengaruhi dan/atau dipengaruhi pencapaian tujuan organisasi. Misalnya pemangku kepentingan terdiri dari: kelompok kepentingan publik, kelompok protes, lembaga pemerintah, karyawan pada serikat kerja, pelanggan, pemilik saham, asosiasi perdagangan, serta pemangku kepentingan lainnya dalam istilah luas. Sedangkan *The Narrow Sense of Stakeholder* merupakan setiap kelompok atau individu dapat diidentifikasi tergantung

untuk kelangsungan hidupnya. Misalnya pemangku kepentingan terdiri dari: karyawan, pelanggan, pemasok, lembaga pemerintah utama, pemilik saham, lembaga keuangan, serta para pemangku kepentingan lainnya dalam istilah sempit. Dari sudut pandang strategi perusahaan, pemangku kepentingan perlu dipahami dalam arti luas. Karena strategi perlu memperhitungkan kelompok-kelompok yang dapat mempengaruhi pencapaian tujuan perusahaan tentang tata kelola perusahaan dari perspektif manajemen strategis. Hal ini menunjukkan bahwa para pemangku kepentingan dalam berbagai cakupan harus dilibatkan.

Menurut (Freeman, 1984) teori stakeholder adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja perusahaan bertanggung jawab. *Stakeholder* adalah pihak yang memberikan pengaruh atau yang berpengaruh atas kegiatan suatu entitas atau organisasi. Pihak yang bersangkutan seperti: *shareholder*, kreditor, konsumen, pemasok, pemerintah, masyarakat setempat, karyawan, dan berbagai pihak lain. Teori ini juga menegaskan bahwa pemegang saham bukanlah satu-satunya pihak yang berkepentingan terhadap suatu organisasi, namun terdapat pihak-pihak lain di sekeliling organisasi tersebut.

2.3 Teori Legitimasi

Teori legitimasi menyatakan bahwa setiap perusahaan beroperasi berdasarkan norma-norma yang berlaku di masyarakat. Teori ini menjelaskan hubungan antara perusahaan dengan masyarakat sebagai suatu kesatuan tanpa memihak individu tertentu. Dikaitkan dengan pengungkapan CSR, teori legitimasi menjelaskan pandangan mengenai perusahaan yang terikat oleh kontrak sosial dimana perusahaan sepakat menunjukkan berbagai aktivitas sosial perusahaan agar perusahaan memperoleh penerimaan masyarakat akan tujuan perusahaan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan atas tindakan sosial yang diungkapkan pada pengungkapan *annual report*. Perusahaan tidak dapat hanya mencari dan mementingkan kebutuhan perusahaannya saja, perusahaan perlu bertanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial masyarakat sekitar sehingga adanya keselarasan tujuan antara perusahaan dengan masyarakat. Legitimasi tersebut dapat dilihat dari aktivitas operasional perusahaan apakah telah dijalankan sesuai dengan norma yang berlaku dengan tidak merugikan masyarakat luas. Legitimasi merupakan faktor penting bagi perusahaan, cara perusahaan mendapatkan faktor tersebut yaitu melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial (Surbakti & Wijayanti, 2022). Mekanisme *corporate social responsibility disclosure* merupakan praktik tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat secara sosial. Hal ini berkaitan dengan teori ini yang menjelaskan bahwa perusahaan harus melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma yang berlaku di masyarakat.

Menurut (Ullmann, 1979) CSR berfokus ada urusan karyawan dan mencerminkan ekonomi saat ini. Adanya konflik antara perusahaan dan karyawan dalam bidang politik memengaruhi pengungkapan CSR yang dilakukan dan berorientasi pada nilai perusahaan. Sedangkan pengungkapan atas CSR juga perlu berfokus pada kesejahteraan ekonomi, lingkungan, dan sosial.

Menurut (Ullmann, 1982), kebutuhan masyarakat atas lingkungan sekitar berkaitan dengan kesadaran perusahaan untuk memenuhinya, begitupun demikian dengan kebutuhan perusahaan memperoleh dari masyarakat dan lingkungan sekitar. Misalnya ketika perusahaan membangun pabrik di kawasan industri, pencemaran atas limbah produksi yang dihasilkan atas aktivitas produksi pabrik merugikan masyarakat dan lingkungan sekitar. Hal ini yang terus berkelanjutan akan membentuk *social issues*. Sehingga perlu adanya implikasi tindakan kontrol atas masalah yang terjadi dan adanya tindakan timbal balik antara harapan masyarakat (*society*) dan aktivitas perusahaan (*enterprise*). Contohnya kondisi tidak adanya lagi komplain yang dilakukan masyarakat akibat aktivitas perusahaan yang merusak lingkungan, hal ini menunjukkan kondisi perusahaan terbukti legitimate. Atau menurunnya angka komplain dari masyarakat, karena perusahaan dapat menyelesaikan (*solving*) masalah yang ada dengan cepat dan baik sehingga mengurangi keresahan masyarakat. Sedangkan dalam (Ullman, 1985) menjelaskan mengenai hubungan antara performa sosial, pengungkapan sosial, dan performa ekonomi yang diungkapkan perusahaan bagi masyarakat.



2.4 Teori Sinyal

Menurut (Spence, 1973) teori sinyal menjelaskan bahwa pihak pemilik informasi memberikan suatu isyarat atau sinyal berupa informasi yang mencerminkan kondisi suatu perusahaan yang bermanfaat bagi pihak penerima (investor). Sedangkan menurut teori sinyal yang dikembangkan (Ross, 1977), membahas bahwa pihak eksekutif perusahaan yang memiliki informasi lebih baik mengenai perusahaan akan terdorong untuk menyampaikan informasi atas kinerja suatu perusahaan kepada calon investor agar harga saham untuk perusahaannya dapat meningkat. Teori sinyal menjelaskan bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Manajer perusahaan akan memberikan informasi melalui laporan keuangan bahwa mereka menerapkan kebijakan akuntansi konservatisme yang menghasilkan laba yang lebih berkualitas. Jika laba yang dilaporkan oleh perusahaan meningkat, maka informasi dapat dikategorikan sebagai sinyal baik karena mengindikasikan kondisi perusahaan yang baik begitupun sebaliknya.

Teori sinyal merupakan tindakan manajemen perusahaan dalam bentuk sinyal atau tanda terhadap para investor perusahaan untuk melihat prospek perusahaan (Brigham & Houston, 2013). Teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan memberi sinyal pada laporan keuangan bagi investor untuk meningkatkan nilai pemegang saham. Melalui sinyal ini, manajemen perusahaan dapat mengungkapkan fakta dan persepsinya terhadap pertumbuhan perusahaan dimasa depan, dimana akan memengaruhi respon calon investor terhadap perusahaan. Sinyal tersebut berupa informasi yang dilepas ke publik yang menjelaskan tentang upaya manajemen dalam mewujudkan keinginan pemilik. Informasi tersebut dianggap sebagai indikator penting bagi investor dan pelaku bisnis dalam mengambil keputusan investasi. Sinyal ini diberikan untuk mengurangi informasi yang asimetri dimana pihak internal lebih tahu konteks perusahaan dibandingkan pihak eksternal. Hal ini dikarenakan dalam umumnya, perusahaan mempunyai berita yang lebih cepat berkaitan menggunakan kondisi perusahaan dibandingkan menggunakan orang luar perusahaan umpamanya investor.

Dengan adanya asimetri informasi, manajer biasanya menyampaikan informasi kepada investor dengan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan ketetapan investasinya. Sinyal-sinyal yang disampaikan oleh manajer dapat dikategorikan menjadi sinyal baik (*good news*) atau sinyal buruk (*bad news*). Perusahaan pastinya akan memberikan sinyal baik (*good news*) mengenai informasi keuangan perusahaan karena hal ini akan mempengaruhi perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial yang akan dilangsungkan dan berguna untuk mendapatkan sentimen positif pasar.

2.5 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba dalam kegiatan bisnisnya, rasio ini juga menggambarkan tingkat efektivitas manajemen dalam suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan atas laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi (Kasmir, 2018). Sehingga penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan Perusahaan merupakan sebuah organisasi yang menjalankan kegiatan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dari penjualan barang dan jasa kepada pelanggannya (*customer*). Tujuan didirikannya suatu perusahaan adalah memperoleh *profit* secara maksimal baik profit jangka panjang maupun profit jangka pendek. Dalam penelitian ini Profitabilitas diukur menggunakan *Return on Asset (ROA)*, yang merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROA memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva dalam upaya memperoleh pendapatan. ROA diperoleh dengan membandingkan antara laba bersih dengan total aktiva. ROA yang tinggi menunjukkan manajer lebih efisien daripada ROA yang rendah. Efisiensi yang baik merupakan syarat bagi perusahaan untuk menjaga kelangsungan usaha.

2.6 Leverage

Leverage merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan suatu perusahaan untuk menggunakan aktiva perusahaan untuk membiayai utang (kewajiban) perusahaan baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Perusahaan yang memiliki tingkat *Leverage* tinggi berarti perusahaan tersebut sangat bergantung kepada pinjaman luar untuk membiayai aset perusahaan. Sedangkan perusahaan yang memiliki tingkat *Leverage* yang lebih rendah berarti perusahaan tersebut lebih banyak membiayai aset perusahaan dengan menggunakan modal sendiri (Surbakti & Wijayanti, 2022). Hubungan *Leverage* dan luas pengungkapan tanggung jawab sosial memiliki hubungan yang positif karena tambahan informasi yang diperlukan untuk menghilangkan keraguan investor kepada perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial diperlukan. Perusahaan akan melakukan aktivitas sosial yang positif dan mengungkapkannya untuk memberikan kepercayaan bahwa perusahaan tersebut dapat melunasi hutang – hutangnya. Sebaliknya semakin tinggi *Leverage* semakin besar kemungkinan perusahaan akan melakukan suatu pelanggaran perjanjian kreditur sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi. Supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya yang dikeluarkan perusahaan termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi social. Dalam penelitian ini *Leverage* diukur dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio (DER)*, yang merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang terhadap ekuitas. Rasio ini menunjukkan pentingnya sumber modal pinjuaman dan tingkat keamanan yang dimiliki kreditur. Maka perusahaan membayar utang yang dimiliki dengan modal pinjaman dari investor menurut (Kasmir, 2018).

2.7 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar atau kecilnya perusahaan dinilai berdasarkan tingkat nilai ekuitas, nilai penjualan atau nilai total aset sehingga ukuran perusahaan termasuk faktor penentu dalam pencapaian efisiensi dalam operasi perusahaan. Ukuran perusahaan tidak terlepas dari tekanan, dan perusahaan besar dengan aktivitas yang besar dapat berpengaruh terhadap masyarakat. Sehingga para pemegang saham akan memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan semakin luas (Yurdila et al., 2019).

Menurut (Mardikanto, 2014) masalah yang muncul dalam pengungkapan CSR terhadap variabel ukuran perusahaan ialah, menyangkut ukuran perusahaan yang wajib melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Hanya untuk perusahaan besar maupun termasuk usaha kecil bahkan usaha mikro. Pertanyaan ini mudah dipahami, karena untuk melaksanakan pengungkapan tanggung jawab sosial seringkali dibutuhkan biaya yang tidak sedikit, yang sulit dapat dipenuhi oleh usaha kecil atau usaha mikro. Keluasan pengungkapan tanggung jawab sosial bervariasi tergantung ukuran perusahaan. Organisasi lebih besar cenderung menunjukkan kegiatan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih banyak daripada organisasi yang lebih kecil. Selain itu, organisasi yang lebih besar biasanya mempunyai keuangan yang lebih baik sehingga memungkinkan untuk melakukan sejumlah kegiatan pengungkapan tanggung jawab sosial. Sehingga untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial tidak harus menunggu menjadi pengusaha besar. Sebab yang penting perusahaan dapat bersemangat atau niat untuk melakukan bertanggung jawab untuk peduli, dan bukan hanya sekedar mementingkan keuntungan (ekonomi). Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan proksi jumlah total aset perusahaan (*log of total asset*), yang merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan berdasarkan total aktiva yang dimiliki.

2.8 Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh suatu institusi atau badan, seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi, asset management, dan kepemilikan institusi lainnya. Struktur kepemilikan berpengaruh terhadap luas pengungkapan Corporate Social Responsibility. Penelitian dalam (D. M. Purba, 2016) menjelaskan bahwa

kepemilikan institusional memiliki arti penting dalam memonitor kinerja manajemen sebagai pencegahan terhadap kecurangan yang dilakukan oleh manajemen karena keberadaan kepemilikan institusional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal”. Semakin besar kepemilikan institusional maka akan mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Dengan adanya kepemilikan institusional pengawasan yang lebih ketat terhadap manajemen perusahaan untuk melakukan dan mengungkapkan kegiatan sosial perusahaan.

Dengan adanya saham yang dimiliki oleh suatu institusi, maka pengawasan di dalam kegiatan operasional perusahaan akan semakin ketat dan efektif. Investor institusi dapat memberikan tekanan terhadap isu dan aktivitas perusahaan, oleh karena itu institusi dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan yang terjadi dalam perusahaan. Hal ini dapat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang menjadi semakin baik dalam mencapai tujuan perusahaan. Kepemilikan institusional dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dari suatu perusahaan, karena kepemilikan institusional yang tinggi akan menambah pengawasan dalam kegiatan operasional perusahaan, sehingga perusahaan akan sadar atas kewajibannya dalam tanggung jawab sosial. Atau tingkat kepemilikan institusional yang semakin tinggi akan meningkatkan tingkat pengawasan terhadap manajemen. Maka semakin besar kepemilikan institusional maka semakin tinggi pengungkapan sosial dan lingkungan suatu perusahaan menurut (Santo & Rahayuningsih, 2022).

2.9 Corporate Social Responsibility Disclosure (Y)

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu komponen yang digunakan untuk menunjukkan bagaimana perusahaan berinteraksi dengan lingkungannya (Putri & Yuliandhari, 2020). Standar pengungkapan meliputi laporan strategis, operasi, profil, dan dampak ekonomi, lingkungan, serta masyarakat. Pengungkapan CSR dalam pelaksanaannya bersifat wajib karena telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 pasal 47 dan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 pasal 68. Pengukuran pengungkapan CSR dilaporkan dalam *sustainability report* dengan menggunakan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRDI). Dalam penyusunan *sustainability report* menggunakan standar yang dikeluarkan oleh GRI (*Global Reporting Initiative*) dengan memnuhi item-item yang telah memenuhi standar pelaporan. Penilaian pada masing-masing item indeks GRI pada laporan berkelanjutan (*sustainability report*) melalui pengisian poin 1 pada item diungkap dan poin 0 pada item tidak diungkap.

Di Indonesia pengungkapan pertanggungjawaban sosial merupakan praktik pengungkapan yang wajib dilaksanakan karena telah diatur dalam peraturan dan perundang-undangan. Isi dari pengungkapan pertanggung jawaban sosial pun telah diatur oleh Bapepam melalui Kep-431/BL/2012. Melalui peraturan ini perusahaan yang menyampaikan laporan tahunannya diminta untuk memasukkan bahasan mengenai tanggung jawab sosial meliputi kebijakan, jenis program dan biaya yang dikeluarkan terhadap aspek yang berhubungan dengan lingkungan hidup, praktik ketenagakerjaan, pengembangan sosial dan kemasyarakatan serta tanggung jawab produk. *Annual report* digunakan sebagai media pengungkapan CSR dengan tujuan agar *stakeholder* dapat dengan mudah mengetahui bagaimana kinerja perusahaan yang dijalankannya. Pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi, dan produknya didalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) sebaiknya diungkap dalam *sustainability report*. (Sari & Handini, 2021) Pengungkapan CSR dalam laporan keuangan sangat diperlukan agar penerapan CSR oleh perusahaan tersebut dapat diketahui oleh *stakeholder*. Selain bermanfaat bagi pihak eksternal, pengungkapan CSR juga bermanfaat bagi pihak internal perusahaan yaitu untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam penerapan CSR tersebut.

Dalam melaksanakan prinsip pertanggungjawaban CSR, sebagaimana diisyratkan sebagai suatu kebutuhan mendasar di mana perusahaan diharapkan tidak hanya mendahulukan kepentingan bisnis dari pemegang saham tetapi juga komponen esensial lain dalam

mensejahterakan bisnis perusahaan seperti karyawan, peguyuban lokal, konsumen, pemerintah dan masyarakat lokal dimana perusahaan berada. Menurut (Elkington, 1994) perusahaan perlu menyiapkan 3 hal utama dalam menjalankan kegiatan bisnis dan CSR secara bersamaan. Yaitu dengan konsep 3P (*profit, people, planet*), dimana untuk ukuran tradisional perusahaan yang menunjukkan misi bisnis bukan untuk mencari *profit*, namun dapat juga mensejahterakan manusia (*people*) dalam bentuk tanggung jawab sosial suatu organisasi selama operasinya, dan memastikan kehidupan berkelanjutan dari *planet* mengenai ukuran seberapa bertanggung jawab terhadap lingkungan. Pada kelanjutannya ada terobosan baru terhadap konsep *corporate social responsibility* yang diistilahkan dengan konsep *The Triple Bottom Line Forks* (Nowosielska, 2015) yang didefinisikan sebagai gagasan bahwa keseluruhan kinerja perusahaan harus diukur berdasarkan kontribusi gabungannya terhadap kemakmuran ekonomi, kualitas lingkungan dan modal sosial.

Kerangka Pemikiran

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba melalui kegiatan bisnisnya. Tujuan perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* yaitu untuk mendapatkan perhatian dan nilai positif dari para *stakeholders*. Perusahaan yang melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang tinggi akan mempertahankan citra yang mereka buat untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Menurut (Freedman & Jaggi, 1988), semakin besar laba yang dimiliki perusahaan maka semakin luas juga kemampuan perusahaan untuk mengungkapkan informasi atas *Corporate Social Responsibility*. Karena perusahaan berusaha untuk membuktikan bahwa laba yang diperoleh diikuti dengan aktivitas yang peduli dengan memulihkan kondisi lingkungan dengan pengurangan gas emisi.

Kemampuan manajemen dalam mengolah aset dapat dilihat dari *Return On Asset (ROA)* yang tinggi karena dengan ROA yang tinggi berarti suatu perusahaan dapat menghasilkan laba dengan menggunakan aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Sehingga perusahaan yang memiliki kemampuan kinerja keuangan yang baik, identik dengan upaya – upaya untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas. Maka kinerja keuangan perusahaan yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan. Pemikiran ini didukung dengan hasil penelitian (Gaol & Harjanto, 2019; Handoyo & Jakasurya, 2017; Kirana & Prasetyo, 2021; Marulloh & Widiyanti, 2018; I. A. P. L. Purba & Candradewi, 2019).

2. Pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Leverage merupakan satuan dalam mengukur struktur modal usaha pada sumber pendanaan untuk menilai kinerja suatu perusahaan atas hutang perusahaan. Perusahaan yang dengan tingkat *Leverage* yang tinggi berarti perusahaan memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap utang dari pihak luar untuk membiayai aset perusahaan, sedangkan perusahaan dengan tingkat *Leverage* rendah berarti perusahaan lebih banyak membiayai aset perusahaan dengan modal sendiri. perusahaan juga harus mengurangi biaya – biaya untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya untuk menghilangkan keraguan dan tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat *Leverage* adalah *Debt to Equity Ratio (DER)*. Penelitian ini didukung dengan penelitian (Anindita & Indrasari, 2018; P. A. C. Dewi & Sedana, 2019; Komariyah, 2022; Padlah Riyadi et al., 2022; Yuliana & Herizona, 2020).

Perusahaan dengan tingkat leverage tinggi akan melakukan pengungkapan CSR lebih luas. Hal ini dikarenakan pengungkapan informasi yang luas diharapkan dapat menjadikan para pemangku kepentingan seperti kreditur dan investor untuk melihat hal ini sebagai jaminan keberlangsungan perusahaan. Maka, besarnya atau kecilnya hutang yang dimiliki perusahaan menentukan pengungkapan sinyal yang diberikan bagi para investor. Misalnya kondisi jumlah hutang perusahaan yang tinggi merupakan sinyal buruk bagi para investor terhadap keputusan investasi karena beresiko menimbulkan kebangkrutan.



3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Ukuran Perusahaan merupakan pengukuran skala yang bertujuan mendefinisikan ukuran besar atau kecilnya suatu entitas. Ukuran perusahaan sering digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Berdasarkan teori sinyal mengasumsikan bahwa perusahaan yang berukuran besar akan mendorong para investor untuk menginvestasikan saham kepada perusahaan dan jika saham perusahaan tinggi membuat pengungkapan CSR nya meningkat, karena salah satu pendorong pengungkapan CSR adalah kepemilikan saham perusahaan yang tinggi. Sehingga hal tersebut dapat memberikan tanda terhadap investor atau masyarakat. Penelitian ini didukung dengan penelitian (Andarsari, 2019; Edinov et al., 2022; Handoyo, 2020; Putri & Yuliandhari, 2020; Wardhani et al., 2019).

4. Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Kepemilikan institusional didefinisikan sebagai persentase proporsi saham yang dimiliki oleh institusi. Semakin besar kepemilikan saham institusional dalam suatu perusahaan, maka pengawasan yang dilaksanakan oleh pemilik akan semakin efektif dan efisien sebab manajemen akan semakin berhati-hati bekerja untuk pemilik modal. Maka akan semakin tinggi pula pengungkapan aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan, sebagai bentuk kehati-hatian dalam bekerja dan menghalangi perilaku *opportunist manager*. Kepemilikan Institusional berfungsi untuk memonitor pengungkapan *Corporate Social Responsibility* melalui hak kepemilikan saham pihak institusional. Kepemilikan institusional mendorong pengungkapan *Corporate Soical Responsibility*. Hal ini dikarenakan para investor institusional merupakan pemegang saham yang stabil sehingga memuncakannya kepemilikan institusional dalam perusahaan, mendorong perusahaan untuk mengungkapkan *Corporate Soical Responsibility* lebih luas. Penelitian ini didukung dengan penelitian (Edison, 2017; D. M. Purba, 2016; Rizki. H et al., 2019; Santo & Rahayuningsih, 2022; Saputri & Adi, 2019).

Rendahnya tingkat pengawasan pemegang saham kepada manajemen akan berdampak pada penggunaan aset perusahaan oleh manajer dalam rangka memenuhi kepentingan pribadinya. Oleh karena itu, pengawasan kepemilikan institusional bertindak untuk memonitor manajemen dan diharapkan konflik keagenan akan menjadi berkurang. Selain itu, diperlukan adanya penyatuan tujuan manajemen dan pemegang saham, salah satunya dengan cara menjadikan manajemen sebagai pemegang saham.

HIPOTESIS PENELITIAN

H1: Profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

H2: *Leverage* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*..

H3: Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*..

H4: Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

3. METODE PENELITIAN

Populasi pada penelitian ini yaitu artikel yang meneliti faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* di Indonesia atas variabel profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan kepemilikan institusional selama tahun 2012-2022 melalui *software Publish or Perish* dan website SeforRa. Total populasi adalah sebanyak 671 artikel, sampel dipilih berdasarkan *purposive* sampling dengan kriteria artikel yang telah dipublikasi pada jurnal sinta 1-5 maupun Scimago Jr., artikel dengan periode 2012-2022, artikel yang menggunakan teknik *multiple regression analysis* dengan proksi GRI G4.

No	Kriteria	Jumlah	Akumulasi
1	Total Search di Pop	171	171
2	Total Search di SeforRa	500	671
3	Artikel tidak sesuai variabel	(601)	70



4	Artikel dipublikasikan pada jurnal yang tidak terdaftar pada Sinta & Scimago	(11)	59
5	Artikel yang tidak dapat ditemukan/diakses	(13)	46
6	Artikel yang tidak sesuai proksi & teknik analisis data	(10)	36
Total Sampel yang diteliti			36
Variabel Profitabilitas			22
Variabel Leverage			17
Variabel Ukuran Perusahaan			20
Variabel Kepemilikan Institusional			13

Gambar 2 Daftar Pemilihan Sampel
Sumber: Data diolah pada tahun 2023

Teknik Analisis Data

Prosedur yang digunakan dalam penelitian ini mengikuti apa yang telah dilakukan oleh penelitian (Eny, 2015). Langkah meta analisis mempunyai beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Melakukan konversi dan transformasi statistic ukuran hasil variable dari hasil statistic setiap penelitian menjadi ukuran variable independent yang sudah ditentukan yaitu (r). Ukuran (r) digunakan dalam penelitian untuk mengakumulasi, membandingkan, dan mengintegrasikan setiap data variable independent yang di peroleh dari beberapa jurnal yang sudah ditentukan bersama.

2. Prosedur rumus yang ditemui dari penelitian (Hunter & Schmidt, 2004) akan menjadi ukuran hasil dari setiap efek penelitian yang diteliti pada sebuah symbol (r). Hasil konversi dari (r) akan menghasilkan symbol t yaitu rumus statistic sebagai berikut :

$$r = \frac{t^2}{(t^2 + df)} \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

- r = ukuran efek
- t = hasil t statistic
- df = degree of freedom

3. Menghitung korelasi rata-rata dan mengakumulasi ukuran efek (\bar{r}) berdasarkan rumus sebagai berikut :

$$\bar{r} = \frac{\sum(Ni ri)}{\sum Ni} \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan :

- \bar{r} = korelasi rata-rata
- Ni = jumlah subjek (sampel) dalam penelitian
- ri = ukuran efek untuk tiap penelitian

4. Menghitung total variance yang diamati dengan rumus sebagai berikut :

$$S_r^2 = \frac{\sum Ni (ri - \bar{r})^2}{\sum Ni} \dots \dots \dots (3)$$

Keterangan :

- S_r^2 = Total Varian yang diamati
- \bar{r} = korelasi rata-rata
- Ni = jumlah subjek (sampel) dalam penelitian
- ri = ukuran efek untuk tiap penelitian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis atau tanpa izin Kwik Kian Gie. Hak Cipta Dilindungi Undang-undang. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5. Menghitung *sampling error variance* dengan rumus sebagai berikut :

$$S_e^2 = \frac{(1 - \bar{r}^2)^2 K}{\sum Ni} \dots\dots\dots (4)$$

Keterangan :

- S_e^2 = *sampling error variance*
- \bar{r} = korelasi rata-rata
- N_i = jumlah subjek (sampel) dalam penelitian
- K = jumlah penelitian dalam analisis

6. Menghitung *variance* populasi sesungguhnya dengan rumus sebagai berikut :

$$S_p^2 = S_r^2 - S_e^2 \dots\dots\dots (5)$$

Keterangan :

- S_p^2 = varian populasi sesungguhnya
- S_r^2 = total varian yang di amati
- S_e^2 = *sampling error variance*

7. Menguji Hipotesis

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis adalah uji Mann Whitney Test dengan menggunakan uji Z. Tingkat keyakinan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 95% (*confidence interval*, α). Formula yang dipakai adalah sebagai berikut :

$$[\bar{r} - S_e^2 Z\alpha; \bar{r} + S_e^2 Z\alpha] = [\bar{r} - S_e^2 (1,96); \bar{r} + S_e^2 (1,96)] \dots\dots\dots (6)$$

Penelitian ini menggunakan derajat kepercayaan sebesar 5% untuk menjadi kriteria dalam menerima atau mendukung hipotesis yang sudah ditentukan bersama. Hipotesis akan ditolak apabila hasil r hitung $> r$ tabel.

Nilai r berkisar diantara -1 sampai +1, termasuk 0. Jika nilai r mendekati angka 0 berarti semakin lemah pengaruh variable independent terhadap variable dependen. Jika nilai r semakin mendekati angka 1 maka pengaruh dari variable independent terhadap variabel dependen semakin kuat. Jika nilai $r = 0$ dapat disimpulkan tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Retnawati et al., 2018 : 136).

4. HASIL

Hasil meta analisis dari total sampel profitabilitas, *Leverage*, ukuran perusahaan, dan kepemilikan institusional sebagai proksi dari *Corporate Social Responsibility Disclosure* menunjukkan bahwa: Untuk variabel profitabilitas terdapat 22 studi yang dianalisis dengan total sampel sebanyak 2041 data. Hasil meta analisis mengindikasikan bahwa profitabilitas mempengaruhi *Corporate Social Responsibility Disclosure* secara signifikan, dan memiliki korelasi yang lemah, hal ini terlihat dari *mean correlation* (\bar{r}) = 0.1719 dengan *confidence interval* 95% antara 0.1379; 0.2059. Hasil (\bar{r}) hitung yang lebih besar dari r tabel menunjukkan pengaruh yang signifikan, hal ini mendukung hipotesis bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Hasil meta analisis sebanyak 17 studi dengan total sampel sebanyak 1564 data menunjukkan adanya pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*, didapatkan nilai *mean correlation* (\bar{r}) = 0.1434 dengan *confidence interval* 95% antara 0.1368; 0.1501. Hasil (\bar{r}) hitung yang lebih besar dari r tabel menunjukkan pengaruh yang signifikan dan memiliki korelasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumbernya.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumbernya.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

yang lemah. Hal ini mendukung hipotesis yang diajukan bahwa *Leverage* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Analisis terhadap 20 studi dengan total sampel sebanyak 2174 data menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*, didapatkan nilai *mean correlation* (\bar{r}) = 0.1715 dengan *confidence interval* 95% antara 0.1352; 0.2077. Hasil tersebut menunjukkan adanya pengaruh signifikan ukuran perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* dengan tingkat korelasi yang lemah. Atas hasil (\bar{r}) hitung yang lebih besar dari r tabel menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan, sehingga hal ini mendukung hipotesis bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Meta analisis pengaruh kepemilikan institusional melibatkan 13 studi dengan total sampel sebanyak 1409 data menunjukkan hasil *mean correlation* (\bar{r}) = 0.1302, dimana *confidence interval* 95% antara 0.0933; 0.1671. Hasil (\bar{r}) hitung yang lebih besar dari r tabel menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dengan tingkat korelasi yang lemah, sehingga hal ini mendukung hipotesis bahwa kepemilikan institusional berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Hasil Uji Meta Analisis

No	Variabel Explanatory	N	Studi	(\bar{r})	S_r^2	S_e^2	S_p^2	95% Confidence		R TABEL	Ket	T/F
17	Profitabilitas	2041	22	0,1719	0,0275	0,0102	0,0173	0,1379 ; 0,2059	0,0434	sig	TRUE	
20	Leverage	1564	17	0,1434	0,0138	0,0104	0,0034	0,1368 ; 0,1501	0,0496	sig	TRUE	
30	Ukuran Perusahaan	2174	20	0,1715	0,0272	0,0087	0,0185	0,1352 ; 0,2077	0,0420	sig	TRUE	
40	Kepemilikan Institusional	1409	13	0,1302	0,0277	0,0089	0,0188	0,0933 ; 0,1671	0,0522	sig	TRUE	

5. PEMBAHASAN

5.1. Pengaruh profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure

Berdasarkan hasil uji meta analisis dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *Corporate social responsibility disclosure*, sehingga H1 diterima dengan nilai korelasi lemah karena koefisien korelasi $r < 0.25$ menurut (Cohen, 1997). Dimana hal ini menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas, tingkat profitabilitas yang tinggi akan memberikan fleksibilitas kepada manajemen untuk melaksanakan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial sebagai bentuk tanggung jawab terhadap lingkungan sekitar.

5.2. Pengaruh leverage terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure

Berdasarkan hasil uji meta analisis dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *Corporate social responsibility disclosure*, sehingga H2 diterima dengan nilai korelasi lemah karena koefisien korelasi $r < 0.25$ menurut (Cohen, 1997). Dimana semakin tinggi hutang perusahaan maka semakin tinggi pula kecenderungan perusahaan untuk mengurangi pengungkapan CSR perusahaan. Tingkat utang perusahaan juga memengaruhi pengungkapan informasi termasuk pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *Leverage* yang rendah dapat meyakinkan kreditor dengan pengungkapan informasi yang lebih detail karena pengungkapan *Corporate Social Responsibility Disclosure* akan semakin luas. Pengungkapan CSR bersifat diungkapkan sebagai bentuk kepatuhan terhadap peraturan pemerintah serta suatu bentuk kepekaan terhadap lingkungan sekitarnya.

5.3. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure

Berdasarkan hasil uji meta analisis dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *Corporate social responsibility disclosure*, sehingga H3 diterima dengan nilai korelasi lemah karena koefisien korelasi $r < 0.25$ menurut (Cohen, 1997). Dimana besar kecilnya perusahaan memengaruhi pengungkapan informasi atas total aktiva yang dimiliki. Karena perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi yang tinggi memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat sehingga para pemegang saham sangatlah memperhatikan

program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan *Corporate Social Responsibility Disclosure* akan semakin luas.

5.4. Pengaruh kepemilikan institusional terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure

Berdasarkan hasil uji meta analisis dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *Corporate social responsibility disclosure*, sehingga H4 diterima dengan nilai korelasi lemah karena koefisien korelasi $r < 0.25$ menurut (Cohen, 1997). Dimana proporsi pemegang saham perusahaan yang dimiliki oleh organisasi/perusahaan menunjukkan tingkat pengawasan atau *monitoring* yang dilakukan oleh investor institusi dengan memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan *Corporate Social Responsibility Disclosure* akan semakin luas.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian, maka kesimpulan dari hasil integrasi dari beberapa studi melalui studi meta analisis membuktikan adanya pengaruh: profitabilitas, Leverage, ukuran perusahaan, dan kepemilikan institusional terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. Saran yang dapat dikemukakan atas hasil analisis yang telah dijabarkan: Bagi manajemen perusahaan, pihak manajemen perusahaan perlu meningkatkan kualitas atas pengungkapan laporan terkait aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dengan memperhatikan syarat-syarat maupun aturan serta prinsip-prinsip standar pelaporan yang berlaku dengan memperluas cakupan pelaporan CSR walaupun pelaporannya masih sebagai bagian dari laporan tahunan. Bagi Investor, para investor maupun calon investor harus memiliki analisa terhadap kondisi struktur modal perusahaan sebagai pertimbangan dalam investasi. Perluasan cakupan pelaporan terutama dalam pengungkapan komitmen terhadap stakeholder, kinerja ekonomi tidak langsung, lingkungan, dan sosial sehingga dapat meyakinkan pihak investor dalam pengambilan keputusan untuk menilai perusahaan. Dan Bagi Peneliti Selanjutnya diharapkan dapat meneliti sektor yang sebagian besar perusahaannya telah mempublikasikan laporan keberlanjutan, memperluas variabel baru yang berpengaruh terhadap corporate social responsibility disclosure, seperti: kepemilikan manajerial, ukuran dewan komisaris, kepemilikan saham asing, dan lainnya, peneliti selanjutnya dapat menggunakan proksi lain yang relevan, dan menggunakan data sampel studi periode terbaru untuk penelitian.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Andarsari, P. R. (2019). The Effect Of Firm Size, Gross Profit Margin And Institutional Ownership On Disclosure Of Corporate Social Responsibility (Csr). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 7(3), 301–308. <https://doi.org/10.31846/Jae.V7i3.254>
- Angeline, A., & Meiden, C. (2019). Corporate Governance Dan Manajemen Laba Pada Beberapa Penelitian Skripsi Perguruan Tinggi, Studi Meta Analisis. *Equity*, 21(1), 35–48. <https://doi.org/10.34209/Equ.V21i1.630>
- Anindita, A. N., & Indrasari, A. (2018). Pengaruh Informasi Akuntansi Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dengan Ukuran Dewan Komisaris Sebagai Variabel Moderating : Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013-2016. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(1), 26–38. <https://doi.org/10.18196/Rab.020118>
- Aristananda, A., & Risman, A. (2022). The Effect Of Firm Size, Profitability And Leverage On Corporate Social Responsibility (Case Study On Jakarta Islamic Index, 2016-2020). *Indikator: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(3), 105. <https://doi.org/10.22441/Indikator.V6i3.15409>
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2013). *Fundamentals Of Financial Management (13th Edition)*.
- Budiman, N. A. (2018). Factors Affecting Disclosure Of Social Responsibility Of The Company And Its Impact On Investor Reactions. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, 3(2), 416–434. <https://doi.org/10.31093/Jraba.V3i2.121>
- Cohen, J. (1997). *Statistical Power Analysis For The Behavioral Sciences*. NY:Academic Press.
- Dewi, N. K. A. T., & Ratna Sari, M. M. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan

- Profitabilitas Pada CSR Disclosure. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 1956. <https://doi.org/10.24843/Eja.2019.V27.I03.P12>
- Dewi, P. A. C., & Sedana, I. B. P. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Manajemen*, 8(11), 6618–6637. <http://www.scirp.org/journal/doi.aspx?doi=10.4236/ib.2014.63013>
- Dharmawan Krisna, A., & Suhardianto, N. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 18(2), 119–127. <https://doi.org/10.9744/jak.18.2.119-128>
- Edinoy, S., Rahim, R., & Hamidi, M. (2022). Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, Profitability, Dan Firm Size Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Owner*, 6(3), 3305–3311. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.1091>
- Edison, A. (2017). Struktur Kepemilikan Asing, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Pengaruhnya Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Bisma*, 11(2), 164. <https://doi.org/10.19184/bisma.v11i2.6311>
- Eisenhardt, K. M., & Eisenhardt, K. M. (1989). Linked References Are Available On JSTOR For This Article : Agency Theory : An Assessment And Review. *Academy Of Management*, 14(1), 57–74.
- Elkington, J. (1994). Enter The Triple Bottom Line. *The Triple Bottom Line: Does It All Add Up*, 1(1986), 1–16. <https://doi.org/10.4324/9781849773348>
- Eny, P. N. (2015). *Analisis-Meta: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Laba Di Indonesia*. Universitas Brawijaya.
- Febriyanti, F., Tedja, L., Octaviana, N., Nelson, N., & Meiden, C. (2022). Kajian Literatur Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Pertambangan Dan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(2), 979. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i2.2167>
- Freedman, M., & Jaggi, B. (1988). An Analysis Of The Association Between Pollution Disclosure And Economic Performance. *Accounting, Auditing And Accountability Journal*, 1(2), 43–58. https://www.researchgate.net/publication/240260740_An_Analysis_Of_The_Association_Between_Pollution_Disclosure_And_Economic_Performance/Link/54480c090cf22b3c14e3074d/Download
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. <https://archive.org/details/strategicmanagem00free/page/n7/mode/2up?view=theater>
- Freeman, R. E., & David, L. R. (1983). Stockholders And Stakeholders: A New Perspective On Corporate Governance. *California Management Review*, 25(3), 88–106. <https://doi.org/10.2307/41165018>
- Gaol, F. A. L., & Harjanto, K. (2019). Impact Of Selected Factors Towards Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure: Evidence From Indonesia. *Polish Journal Of Management Studies*, 20(1), 181–191. <https://doi.org/10.17512/pjms.2019.20.1.16>
- Glass, G. V. (1978). *Primary, Secondary, And Meta-Analysis Of Research*.
- Global Reporting Initiative (GRI). (2013). *Global Reporting Initiative (GRI) G4 Versi Bahasa Indonesia 2013*. 48–83.
- Handoyo, S. (2020). The Determinants Of Corporate Social Responsibility Disclosure: Empirical Evidence From Indonesia Listed Firms. *Journal Of Accounting, Auditing And Business*, 3(1), 147–160. <https://doi.org/10.19030/jabr.v29i6.8220>
- Handoyo, S., & Jakasurya, T. (2017). Analisis Pengaruh Leverage, Profitability, Dan Foreign Ownership Terhadap Pengungkapan Informasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility). *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 11(2), 178. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2017.v11.i02.p07>
- Hunter, J. E., & Schmidt, F. L. (2004). *Methods Of Meta-Analysis*.
- Ismainingtyas, B., Suryono, B., & Wahidahwati. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Wahana: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 56–76. <https://doi.org/10.54964/liabilitas.v3i1.32>

Jensen, C. M., & Meckling, H. W. (1976). Theory Of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs And Ownership Structure. *Human Relations*, 305–360. <https://doi.org/10.1177/0018726718812602>

Jensen, M. C. & Meckling, W. H. (1994). The Nature Of Man. *Journal Of Applied Corporate Finance*, 7(2), 4–19. <https://doi.org/10.1177/135050768801900104>

Kapitan, V. S., & Ikram, S. (2019). The Influence Of Profitability And Leverage On Corporate Social Responsibility Disclosure. *Journal Of Accounting Auditing And Business*, 2(2), 14. <https://doi.org/10.24198/Jaab.V2i2.22505>

Kasmir. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. <https://opac.perpusnas.go.id/detailopac.aspx?id=1137406>

Khan, M., Majid, A., Yasir, M., & Arshad, M. (2013). Corporate Social Responsibility And Corporate Reputation: A Case Of Cement Industry In Pakistan. In ... *Research In Business*. Academia.Edu. https://www.academia.edu/download/32441759/Majid_1st_Pulished_Article.Pdf

Kirana, A. D., & Prasetyo, A. B. (2021). Analyzing Board Characteristics, Ownership Structure And Company Characteristic To CSR Disclosure. *Accounting Analysis Journal*, 10(1), 62–70. <https://doi.org/10.15294/Aaj.V10i1.41944>

Komariyah, F. (2022). Effect Of Managerial Ownership, CEO Power, And Financial Performance On Corporate Social Responsibility Disclosure Policy (Case Study Of 50 Companies Listed On The Indonesia Stock Exchange 2017-2019). *Jurnal Media Mahardhika*, 20(2), 295–304. [Majalahcsr.Id](https://majalahcsr.id)

Majalahcsr.Id. (2017). *Peluncuran GRI Standards 2018: Membaca Arah Akuntabilitas Masa Depan*. <https://majalahcsr.id/peluncuran-gri-standards-2018-membaca-arrah-akuntabilitas-masa-depan/2/>

Makowski, D., Piraux, F., & Brun, F. (2019). From Experimental Network To Meta-Analysis Methods And Applications With R For Agronomic And Environmental Sciences. In *France: Springer-Nature B.V.*

Mardikanto, F. (2014). *CSR (Corporate Social Responsibility): Tanggungjawab Sosial Korporasi Edisi 1*. Alfabeta. <https://opac.perpusnas.go.id/detailopac.aspx?id=996577>

Marulloh, A., & Widiyanti, A. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Laporan Tahunan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Bidang Industri Pupuk Dan Semen. In *Jurnal Akuntansi Keuangan* (Vol. 23, Issue 2).

Nowosielska, M. R. (2015). Social Responsibility Of Organizations Sirect Of Changes. *Publishing House Of Wroclaw University Of Economics Wroclaw*, 251–264. http://www.dbc.wroc.pl/content/28934/Zak_Triple_Bottom_Line_Concept_In_Theory_And_Practice_2015.Pdf

Oktavianawati, L., & Wahyuningrum, I. F. S. (2019). Accounting Analysis Journal Factors Affecting Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure ARTICLE INFO ABSTRACT. *Accounting Analysis Journal*, 8(2), 110–117. <https://doi.org/10.15294/Aaj.V8i2.22745>

Ortas, E., Álvarez, I., & Zubeltzu, E. (2017). Firms' Board Independence And Corporate Social Performance: A Meta-Analysis. *Sustainability (Switzerland)*, 9(6), 1–26. <https://doi.org/10.3390/Su9061006>

Padlah Riyadi, Respati, N. W., & Oktaviani, A. (2022). Profitabilitas, Leverage, Firm Size Dan Enviromental Performance Yang Dimoderasi Company Profile Pada Csr Disclosure. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 10(1), 23–48. <https://doi.org/10.21067/Jrma.V10i1.6675>

Parwati, N. Y., & Dewi, L. G. K. (2021). Pengaruh Gender Diversity, Kepemilikan Institusional, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar *JIMAT (Jurnal Ilmiah ...)*, 12(3), 955–967. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/Article/View/35402>

Prasetya, H. D., Saraswati, E., & Ghofar, A. (2017). Corporate Social Responsibility Disclosure And Corporate Financial Performance: A Meta-Analysis. *Russian Journal Of Agricultural And Socio-Economic Sciences*, 68(8), 3–11. <https://doi.org/10.18551/Rjoas.2017-08.01>

Purba, D. M. (2016). The Influence Of Good Corporate Governance And Audit Quality Against The Disclosure Of Corporate Social Responsibility. *The Accounting Journal Of Binaniaga*, 1(2), 1–

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

16. <https://doi.org/10.33062/Ajb.V1i2.28>

- Purba, I. A. P. L., & Candradewi, M. R. (2019). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Csr Perusahaan Manufaktur Di Bei. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(9), 5372. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2019.V08.I09.P02>
- Putri, Y. R., & Yulianthari, W. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Sales Growth Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Journal Of Applied Managerial Accounting*, 4(1), 1–11.
- Rahendro, M. G., & Sofie. (2022). *Pengaruh Kepemilikan Saham, Corporate Social Responsibility, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan*. 2(2), 1411–1424.
- Rakhman, A. (2017). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Keputusan Penerapan Assurance Laporan Keberlanjutan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Menerbitkan Laporan Keberlanjutan Dan Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012 – 2014)*. 2(01), 1–14.
- Ramadhan, A. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 08(01).
- Retnawati, H. Apino, E., Kartianom, Djidu, H., & Anazifa, R. D. (2018). *Pengantar Analisis Meta*. Parama Publishing.
- Rizki, H. R., Afrizal, & Arum, E. D. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajemen Serta Kepemilikan Institusional, Profitabilitas Dan Kinerja Lingkungan (Environmental Performance) Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Periode 2015–2017). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan UNJA*, 34–44.
- Ross, S. A. (1977). The Determination Of Financial Structure : The Incentive-Signalling Approach. *The Bell Journal Of Economics*, 8(1), 23–40.
- Rudyanto, A., & Wimelda, L. (2019). Core Option Vs Comprehensive Option: Which One Is Better? *South East Asia Journal Of Contemporary Business, Economics And Law*, 20(5), 108–119.
- Saleh, S. M., & Yenti, E. (2022). Influence Of Managerial Ownership, Leverage, Profitability, On Corporate Social Responsibility Disclosure. *Imara: JURNAL RISET EKONOMI ISLAM*, 6(1), 72. <https://doi.org/10.31958/Imara.V6i1.5663>
- Santo, G. I., & Rahayuningsih, D. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 24(1), 171–184. <https://doi.org/10.34208/Jba.V24i1.1166>
- Saputra, A. G., & Adi, W. S. (2019). The Effect Of Good Corporate Governance, Profitability, And Media Disclosure On Corporate Social Responsibility. *Journal Of Economics, Business, And Government Challenges*, 2(2), 71–78.
- Sari, P. A., & Handini, B. T. (2021). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Institusional Dan Komite Audit Terhadap Pengungkapan CSR. *EL Muhasaba: Jurnal Akuntansi*, 12(2), 102–115.
- Sasanti, E. E., Animah, & Nabila, D. T. Della. (2021). Pengaruh Good Corporate Governance, Return On Equity, Kinerja Lingkungan, Dan Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Tata Sejuta STIA MATARAM*, 7(1), 31–45.
- Schindler, P.S. (2019). *Business Research Methods Thirteenth Edition*. Mc Graw Hill Education. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Scott, W. R., & O'Brien, P. C. (2019). *Financial Accounting Theory 8th Edition*.
- Spence. (1973). I Shall Argue That The Paradigm Case Of The Market With This Type Of Informational Structure Is The Job Market And Will Therefore Focus Upon It . By The End I Hope It Will Be Clear (Although Space Limitations Will Not Permit An Extended Argument) That A. *The Quarterly Journal Of Economics*, 87(3), 355–374.
- Suminar, R., & Purnama, D. (2020). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Manajemen*, 1(1), 50–63.
- Surbakti, M. A., & Wijayanti, N. A. (2022). Kinerja, Size, Leverage, Dan Pertumbuhan Perusahaan Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Non Keuangan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 32(7), 1714–1727.

- Syane, A. P., & Jaeni, J. (2021). Pengaruh Corporate Governance, Kinerja Lingkungan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR. *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*, 5(2), 327. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.V5i2.351>
- Ullman, A. A. (1985). *Data In Search Of A Theory: A Critical Examination Of The Relationship's Among Social Performance, Social Disclosure And Economic Performance Of US Firms*. Academy Of Management Review. <https://www.jstor.org/stable/258135>
- Ullmann, A. A. (1979). Corporate Social Reporting: Political Interests And Conflicts In Germany. *Nature*, 4(1), 123–133.
- Ullmann, A. A. (1982). The Implementation Of Air Pollution Control In German Industry. *Policy Studies Journal*, 11(1), 141–152. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0072.1982.tb00243.x>
- Vanessa, F., & Meiden, C. (2020). Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi CSR Disclosure Pada Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2015-2018. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, 17(2), 2415–2430. <https://doi.org/10.47927/jikb.V11i2.3>
- Vázquez, D. G., Méndez, M. J. B., Moreno, M. L. P., & Meca, J. S. (2019). Corporate Social Responsibility Disclosure And Performance: A Meta-Analytic Approach. *Sustainability (Switzerland)*, 11(4), 1–33. <https://doi.org/10.3390/su11041115>
- Velte, P. (2021). Meta-Analyses On Corporate Social Responsibility (CSR): A Literature Review. In *Management Review Quarterly* (Vol. 72, Issue 3). Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/s11301-021-00211-2>
- Villegas, J. G., Calero, L. P., González, J. M. H., & Puig, P. G. (2018). Board Attributes And Corporate Social Responsibility Disclosure: A Meta-Analysis. *Sustainability (Switzerland)*, 10(12), 1–22. <https://doi.org/10.3390/su10124808>
- Wardhani, J. V., Widianingsih, L. P., & Karundeng, F. (2019). The Effect Of Company Size, Profitability, Leverage, And Management Ownership Towards The Level Of Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure. *Journal Of Accounting, Entrepreneurship And Financial Technology (Jaef)*, 1(1), 39–60. <https://doi.org/10.37715/jaef.V1i1.1338>
- Yani, N. P. T. P., & Suputra, I. D. G. D. (2020). Pengaruh Kepemilikan Asing, Kepemilikan Institusional Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(5), 1196. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.V30.I05.P10>
- Yuliana, I., & Herizona, B. S. (2020). Analisis Leverage Ratio Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Csr) Dan Diversitas Gender Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Benefita*, 5(3), 341–351. <https://doi.org/10.22216/jbe.V5i3.4761>
- Yulhawati, G. A. W., & Wahyuni, M. A. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan, Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Pengungkapan Sosial Dan Lingkungan Perusahaan. *Vokasi Jurnal Riset Akuntansi*, 9(1), 27–34.
- Yurdila, M., Mukhzarudfa, H., & Wiralestari. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dewan Komisaris, Leverage Dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Pada Perusahaan Yang Go Public Dan Listing Di Bursa Efek Indonesia (BEI). 2, 53–70.

PERSETUJUAN RESUME
KARYA AKHIR MAHASISWA

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : Vicky Effendy

NIM : 35190111 Tanggal Sidang : 17 April 2023

Judul Karya Akhir : Faktor - Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Corporate Social

Responsibility Disclosure : Meta Analisis

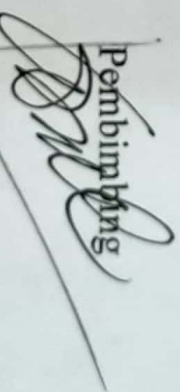
Jakarta, 2 / Mei 2023

Mahasiswa/I



(~~... Vicky Effendy~~ IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



(~~... Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie~~

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

