

Pengaruh *CEO Power*, *Good Corporate Governance*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Firzano Triardanaputra Silalahi¹, Sjarief Hidajat²

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

firzanosilalahi88@gmail.com¹, sjariefhidayat.ak@upnjatim.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of CEO power, good corporate governance projected by the size of the board of commissioners and independent commissioners, as well as profitability, and company size on Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure. This research is a quantitative study with multiple linear regression analysis techniques. The population in this study are companies from all sectors listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2020 - 2022. The sampling technique used purposive sampling and resulted in 110 samples so the total research data in accordance with this research period was 330 data. The results showed that CEO power, independent board of commissioners, and company size had no effect on CSR disclosure. Meanwhile, board size and profitability have a positive effect on CSR disclosure. This indicates that the greater the size of the board of commissioners and the profitability of a company, the greater the CSR disclosure.

Keywords: *CEO power, board size, independent board of commissioners, profitability, company size, Corporate Social Responsibility (CSR)*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *CEO power*, *good corporate governance* yang diproyeksikan dengan ukuran dewan komisaris dan komisaris independen, serta profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan dari seluruh sektor yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2020 – 2022. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan menghasilkan sebanyak 110 sampel sehingga jumlah data penelitian sesuai dengan periode penelitian ini adalah sebanyak 330 data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *CEO power*, dewan komisaris independen, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sementara itu, ukuran dewan komisaris dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini menandakan semakin besar jumlah ukuran dewan komisaris dan profitabilitas dalam suatu perusahaan, maka semakin besar pula pengungkapan CSR yang dilakukan.

Kata kunci: *CEO power, ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen, profitabilitas, ukuran perusahaan, Corporate Social Responsibility (CSR)*

PENDAHULUAN

Perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya tidak bisa dilepaskan dari kondisi lingkungan, sosial, dan ekonomi di mana perusahaan tersebut

beroperasi. Hal tersebut disebabkan karena perusahaan berdiri di tengah-tengah masyarakat (Maharani & Pertiwi, 2022). Perusahaan memberikan dampak secara langsung maupun tidak langsung kepada lingkungan sekitarnya, termasuk kepada para masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak bisa dilepaskan dari masyarakat. Namun, dalam pelaksanaannya ternyata masih banyak perusahaan yang tidak terlalu memperhatikan kondisi lingkungan, sosial, dan ekonomi di mana mereka melakukan kegiatan operasionalnya (Yovana & Kadir, 2020).

Adanya persaingan bisnis membuat perusahaan hanya fokus dalam mengoptimalkan laba tanpa memperhatikan kondisi lingkungan, sosial, dan ekonomi yang terjadi (Yanti et al., 2021). Apabila hal ini dibiarkan terjadi maka tidak menutup kemungkinan akan menimbulkan masalah yang lebih besar pada masa yang mendatang. Sementara itu, Indonesia juga sedang berjuang dalam menyelesaikan masalah-masalah terkait lingkungan, sosial, dan ekonomi yang sedang terjadi saat ini. Dengan adanya masalah-masalah tersebut diharapkan perusahaan-perusahaan memiliki kesadaran tentang pentingnya tanggung jawab sosial sebagai langkah guna memberikan dampak positif terhadap kondisi lingkungan, sosial, dan masyarakat (Ali et al., 2021).

Dalam beberapa tahun terakhir, terdapat beberapa kasus nyata yang terjadi di Indonesia mengenai perusahaan yang tidak melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pada tahun 2023, terdapat beberapa perusahaan di Kabupaten Asahan, antara lain PT. KMA, PT. Satu, PT. Perkebunan Teluk Manis dan PT. Jampalan Baru yang tidak transparan dalam melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) kepada masyarakat dan lingkungan. Para warga mendesak agar keempat perusahaan tersebut melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara transparan. Selain itu, warga mendesak pihak berwajib agar menangkap oknum-oknum yang melakukan kerja sama dengan perusahaan yang menimbulkan terhambatnya pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pada tahun yang sama, terdapat juga sebuah perusahaan di Sukabumi, yaitu PT. Clariant Adsorbent Indonesia yang diperingatkan oleh anggota DPRD Kabupaten Sukabumi untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dalam melaksanakan operasionalnya, perusahaan tersebut dilaporkan tidak pernah berkontribusi kepada masyarakat dan lingkungan sekitar. Perusahaan tersebut dituntut untuk memiliki kepedulian terhadap masyarakat serta memahami keinginan masyarakat dan pemerintah setempat. Hal serupa juga terjadi di Kalimantan Barat yang dimana ratusan perusahaan perkebunan kelapa sawit dinilai tidak peduli dengan masyarakat dan lingkungan.

Berdasarkan peristiwa-peristiwa tersebut menunjukkan bahwa masih banyak perusahaan yang belum melakukan tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, pemerintah mengajak perusahaan untuk meningkatkan kepedulian terhadap kondisi lingkungan, sosial, dan ekonomi melalui Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas. Undang-undang tersebut mengatur kewajiban perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungannya.

Tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi undang-undang tersebut adalah CSR (*Corporate Social Responsibility*). CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan suatu upaya yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk kepedulian terhadap masalah lingkungan, sosial, dan ekonomi serta sebagai interaksi perusahaan kepada para *stakeholder* (Yovana & Kadir, 2020). Dengan dilaksanakannya CSR (*Corporate Social Responsibility*), perusahaan maupun pelaku bisnis tidak hanya berorientasi kepada keuntungan semata dari kegiatan bisnis yang dijalankan. Selain itu, melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan juga tidak hanya memberikan informasi mengenai keuangan saja, melainkan informasi mengenai sosial dan lingkungan (Christiawan & Muslimin, 2023).

Corporate Social Responsibility (CSR) diungkapkan dalam *sustainability report*. Menurut Global Reporting Initiative (GRI), *Sustainability report* merupakan sebuah laporan yang diterbitkan untuk memberikan informasi terkait dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial yang dihasilkan dari kegiatan perusahaan serta komitmen terhadap ekonomi yang berkelanjutan (Sinaga & Teddyani, 2020). *Sustainability report* ini berisikan tentang nilai-nilai organisasi, tata kelola organisasi, serta strategi-strategi organisasi untuk memberikan kontribusi yang positif terhadap kondisi lingkungan, sosial, dan ekonomi. Selain itu, *sustainability report* merupakan laporan yang wajib diterbitkan oleh lembaga jasa keuangan, emiten, dan perusahaan publik.

Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, banyak faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR suatu perusahaan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Damayanti et al. (2021) yang menggunakan variabel kepemilikan institusional, dewan komisaris independen, kepemilikan saham publik, dan profitabilitas. Kemudian, terdapat penelitian yang dilakukan oleh Rivandi & Putra (2021) yang menggunakan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, dan komite audit. Selain itu, terdapat juga penelitian yang menggunakan variabel *CEO Power* dan tipe industri yang dilakukan oleh Zahra et al. (2022).

Melalui penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, masih banyak terdapat penelitian yang memberikan hasil pengujian yang berbeda-beda. Perbedaan hasil penelitian inilah yang menjadi motivasi peneliti untuk menguji kembali melalui variabel-variabel yang telah ada serta belum ada penelitian terkait yang menggunakan populasi perusahaan dari seluruh sektor yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Beberapa variabel yang memiliki hasil pengujian berbeda adalah *CEO Power*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan. Selain itu, juga terdapat *good corporate governance* yang diproyeksikan dengan ukuran dewan komisaris dan dewan komisaris independen. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh *CEO Power*, *Good Corporate Governance*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi pada Seluruh Sektor Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020 - 2022)".

TINJAUAN LITERATUR

Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* ini menjelaskan tentang etika bisnis dan manajemen organisasi. Berdasarkan teori ini perusahaan wajib untuk mempertimbangkan kepentingan seluruh pihak yang memiliki keterkaitan dengan operasional perusahaan agar tercipta nilai positif yang dapat memberikan manfaat bagi seluruh pihak terlibat. Dengan adanya dukungan dari para *stakeholder* mempengaruhi kesuksesan kegiatan bisnis perusahaan (Santo & Rahayuningsih, 2022). Adanya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan langkah yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan perhatian dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan para *stakeholder*. Selain itu, dengan adanya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan menyampaikan informasi terkait bagaimana perusahaan dalam memberikan perhatian terhadap kondisi lingkungan, masyarakat, dan sosial yang terjadi (Afifah & Immanuela, 2021).

Teori Legitimasi

Teori ini memberikan gambaran mengenai adanya perbedaan nilai-nilai milik perusahaan dengan masyarakat. Selain itu, teori ini didasarkan bahwa ketika masyarakat menyadari bahwa tujuan perusahaan selaras dengan nilai-nilai masyarakat itu sendiri maka keberadaan perusahaan tersebut dapat bertahan dan melanjutkan bisnisnya (Pratama & Deviyanti, 2022). Perusahaan perlu melakukan suatu strategi / aktivitas yang memberikan kesan bahwa mereka telah melakukan kegiatan operasional yang sesuai dengan harapan sosial dan lingkungan untuk mempertahankan legitimasi masyarakat. Pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan salah satu cara perusahaan untuk menciptakan kesan kepada masyarakat bahwa aktivitas bisnis perusahaan telah memenuhi harapan sosial dan lingkungan (Nishitani et al., 2021).

Teori Agensi

Teori agensi merupakan sebuah teori yang menjelaskan tentang hubungan antara pihak manajemen (*agent*) dengan pemegang saham (*principal*). Terkadang dalam hubungan agensi dapat terjadi masalah antara pihak manajemen (*agent*) dan pemegang saham (*principal*). Meskipun begitu, Konflik kepentingan antara pihak manajemen (*agent*) dengan pemegang saham (*principal*) ini dapat diminimalisir. Berdasarkan teori agensi, hal tersebut dapat diatasi dengan adanya tata kelola (*good corporate governance*) yang berfungsi sebagai sarana untuk menyelesaikan konflik kepentingan (Chijoke-Mgbame et al., 2020). Dengan adanya tata kelola (*good corporate governance*) yang baik tentunya dapat mengendalikan pengelola perusahaan beserta untuk menyelaraskan kepentingan dengan pemegang saham (*principal*).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab dan kepedulian perusahaan pada kondisi lingkungan, sosial, maupun masyarakat atas dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas bisnis yang dilakukan. Selain itu, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu upaya untuk memperkuat hubungan yang harmonis dengan masyarakat dan para *stakeholder* (Abidin & Lestari, 2020). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dilakukan perusahaan melalui *annual report* maupun *sustainability report*. *Sustainability report* merupakan laporan yang menyampaikan informasi secara terbuka mengenai dampak lingkungan, sosial, maupun ekonomi yang dihasilkan dari aktivitas bisnis serta kontribusinya (Farisyi et al., 2022). *Corporate Social Responsibility* (CSR) menerapkan konsep *triple bottom line* yang dimana perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata. John Elkington melalui bukunya yang berjudul "Cannibal with Forks" menyatakan bahwa jika perusahaan ingin menjaga keberlangsungan bisnisnya, perusahaan wajib untuk memperhatikan 3P, yaitu *profit*, *people*, dan *planet* (Rochmaniah & Sinduwiatmo, 2020)

CEO Power

Chief Executive Officer (CEO) merupakan jabatan eksekutif tertinggi di sebuah perusahaan. *Chief Executive Officer* (CEO) memiliki tanggung jawab yang besar dalam mengelola bisnis perusahaan serta mengambil berbagai keputusan penting yang dapat memberikan dampak signifikan pada perusahaan. Dengan pengaruh yang sangat besar di sebuah perusahaan, *Chief Executive Officer* (CEO) memiliki peran dalam menentukan kebijakan serta pengambilan keputusan terkait pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Rashid et al., 2020). Terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur *CEO Power*, yakni kepemilikan saham, tingkat pendidikan, reputasi, keahlian, dan salah satunya adalah masa jabatan / kerja. Masa jabatan / kerja menunjukkan selang waktu yang dijalani oleh seorang *Chief Executive Officer* (CEO) dalam menjalankan tugasnya di sebuah perusahaan. Penelitian ini menggunakan indikator masa jabatan / kerja untuk mengukur *CEO Power*.

Ukuran Dewan Komisaris

Ukuran dewan komisaris merupakan jumlah anggota dewan komisaris dalam sebuah perusahaan. Dengan kewenangan yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh kepada direksi untuk melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dewan komisaris dalam jumlah banyak tentunya akan mempermudah tugas mereka dalam mengawasi dan memantau kinerja manajemen dalam menjalankan kegiatan usaha serta memperbesar peluang terlaksananya tanggung jawab sosial, yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Chen, 2019).

Dewan Komisaris Independen

Dewan komisaris independen merupakan anggota dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan efek dan memenuhi persyaratan sebagai komisaris independen. Adanya dewan komisaris independen diharapkan dapat mengendalikan kegiatan operasional perusahaan agar dapat berjalan lebih efektif dan efisien. Selain itu, melalui independensi yang dimiliki dewan komisaris independen juga diharapkan agar dapat mencegah terjadinya tindakan-tindakan yang tidak diharapkan dan mampu mendorong perusahaan agar melakukan kegiatan yang memberikan dampak positif, seperti *Corporate Social Responsibility* (CSR). Keberadaan dewan komisaris independen di sebuah perusahaan akan memperbesar peluang bagi perusahaan untuk melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas kepada para *stakeholder* (Tobing et al., 2019).

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan sebuah rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mencapai sebuah keuntungan dari kegiatan operasionalnya. Nilai dari rasio profitabilitas menunjukkan tingkat efisiensi kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan yang baik dalam menghasilkan keuntungan tentunya akan memperbesar peluang bagi perusahaan untuk melakukan kegiatan yang memberikan dampak positif pada perusahaan, salah satunya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi mendapat tuntutan dari *stakeholder* untuk mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Firdausi & Prihandana, 2022).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan untuk mengukur besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan salah satu aspek yang diperhatikan oleh para masyarakat dalam menilai sebuah perusahaan, khususnya para investor. Ukuran perusahaan yang besar tentunya akan lebih menarik perhatian masyarakat secara luas. Selain itu, perusahaan dengan skala besar dituntut untuk mengungkapkan informasi lebih luas, salah satunya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal tersebut dikarenakan perusahaan dengan skala besar memberikan dampak yang luas sehingga akan bertanggungjawab kepada masyarakat untuk memberikan dampak positif (Rukmana et al., 2020).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan variabel bebas (independen), yaitu *CEO Power* (X1), *Good Corporate Governance* yang diprosikan oleh ukuran dewan komisaris (X2) dan dewan komisaris independen (X3), profitabilitas (X4), dan ukuran perusahaan (X5) serta dengan variabel terikat (dependen) yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan dari seluruh sektor yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2020 - 2022. Data yang digunakan dalam penelitian

adalah data sekunder yang diperoleh dari *annual report* dan *sustainability report* yang diterbitkan oleh perusahaan - perusahaan yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Setelah dilakukan pengambilan sampel dengan *purposive sampling* diperoleh sampel sebanyak 110 perusahaan sehingga dengan jumlah sampel yang digunakan sesuai dengan periode penelitian ini adalah sebanyak 330 data. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan studi literatur dan dokumentasi pada laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keberlanjutan (*sustainability report*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan sebuah pengujian untuk memberikan deskripsi atau gambaran mengenai data penelitian. Deskripsi tentang data penelitian dilihat melalui nilai maksimum, nilai minimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi.

Tabel 1. Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>CEO Power</i>	330	1	516	66,35	85,29
Ukuran Dewan Komisaris	330	2	15	5,34	2,322
Dewan Komisaris Independen	330	0	1	0,4569	0,14078
Profitabilitas	330	-138,72831	927,00585	4,8669027	67,32901035
Ukuran Perusahaan	330	20,75539	35,22819	30,6328631	2,00532319
<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	330	0,111111	1,000000	0,48155918	0,2029935

Sumber: Olahan dari penulis (2024)

1. Hasil uji analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel *CEO Power* mempunyai nilai minimum sebesar 1 dan nilai maksimum sebesar 516, dengan nilai mean sebesar 66,35 dan nilai standar deviasi sebesar 85,290.
2. Hasil uji analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel ukuran dewan komisaris mempunyai nilai minimum sebesar 2 dan nilai maksimum sebesar 15, dengan nilai mean sebesar 5,34 dan nilai standar deviasi sebesar 2,322.
3. Hasil uji analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel dewan komisaris independen mempunyai nilai minimum sebesar 0,00 dan nilai maksimum sebesar 1,00 dengan nilai mean sebesar 0,4569 dan nilai standar deviasi sebesar 0,14078.
4. Hasil uji analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel profitabilitas mempunyai nilai minimum sebesar -138,72831 dan nilai maksimum sebesar

927,00585, dengan nilai mean sebesar 4,8669027 dan nilai standar deviasi sebesar 67,32901035.

5. Hasil uji analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan mempunyai nilai minimum sebesar 20,75539 dan nilai maksimum sebesar 35,22819, dengan nilai mean sebesar 30,6328631 dan nilai standar deviasi sebesar 2,00532319.
6. Hasil uji analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai nilai minimum sebesar 0,111111 dan nilai maksimum sebesar 1,000000, dengan nilai mean sebesar 0,48155918 dan nilai standar deviasi sebesar 0,202993500.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam penelitian telah berdistribusi secara normal atau tidak. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov - Smirnov (K-S) dengan kriteria signifikansi $> 0,05$. Apabila nilai yang dihasilkan $> 0,05$, maka residual berdistribusi secara normal ($\text{sig} > 0,05$) dan sebaliknya jika yang dihasilkan $< 0,05$, maka residual tidak berdistribusi secara normal ($\text{sig} < 0,05$) (Ghozali, 2021:33).

Tabel 2. Uji Normalitas

Keterangan	Sig.	Syarat	Kesimpulan
K-S	$< 0,001$	$> 0,05$	Belum Normal

Sumber: Olahan dari penulis (2024)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah sebesar $< 0,001$ yang artinya $< 0,05$. Nilai menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi secara normal. Oleh karena itu, agar data dapat terdistribusi menjadi normal perlu dilakukan transformasi data. Dalam penelitian ini, data ditransformasikan ke dalam bentuk logaritma natural.

Tabel 3. Uji Normalitas setelah Transformasi

Keterangan	Sig.	Syarat	Kesimpulan
K-S	0,619	$> 0,05$	Normal

Sumber: Olahan dari penulis (2024)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah sebesar 0,619 yang artinya $> 0,05$. Nilai menunjukkan bahwa data telah berdistribusi secara normal sehingga model regresi layak untuk digunakan.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Ghozali, 2021:157). Multikolinearitas dalam sebuah model regresi dapat diketahui

dari nilai VIF dan nilai *tolerance*. Apabila nilai VIF untuk masing-masing variabel < 10 dan nilai *tolerance* $> 0,10$, maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

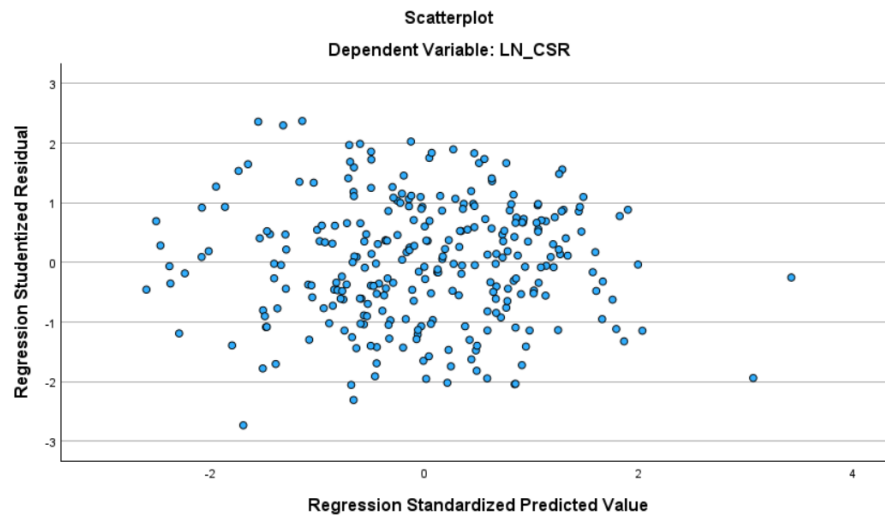
No.	Variabel Independen	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	<i>CEO Power</i>	0,938	1,066
2	Ukuran Dewan Komisaris	0,765	1,308
3	Dewan Komisaris Independen	0,949	1,054
4	Profitabilitas	0,836	1,197
5	Ukuran Perusahaan	0,668	1,497

Sumber: Olahan dari penulis (2024)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat variabel *CEO Power* memiliki nilai *tolerance* 0,938 dengan nilai VIF sebesar 1,066, variabel ukuran dewan komisaris memiliki nilai *tolerance* 0,765 dengan nilai VIF sebesar 1,308, variabel dewan komisaris independen memiliki nilai *tolerance* 0,949 dengan nilai VIF sebesar 1,054, variabel profitabilitas memiliki nilai *tolerance* 0,836 dengan nilai VIF sebesar 1,197, dan variabel ukuran perusahaan memiliki nilai *tolerance* 0,668 dengan nilai VIF 1,497. Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Sebuah model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas melainkan terjadi homokedastisitas (Ghozali, 2021:178). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan cara grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID.



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas (Grafik Plot)

Sumber: Olahan dari penulis (2024)

Pengujian ini diperkuat dengan uji statistik menggunakan uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresi variabel independen dengan absolut residual (ABS_RES). Apabila nilai signifikansi setiap variabel independen > 0,05, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

No.	Variabel	t Statistic	Sig.
1	<i>CEO Power</i>	-0,110	0,913
2	Ukuran Dewan Komisaris	-1,747	0,082
3	Dewan Komisaris Independen	-1,132	0,259
4	Profitabilitas	0,941	0,348
5	Ukuran Perusahaan	-0,645	0,520

Sumber: Olahan dari penulis (2024)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari setiap variabel > 0,05. Oleh karena itu, dapat diartikan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan sebuah pengujian yang dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (periode sebelumnya) (Ghozali, 2021:162). Untuk mengetahui adanya masalah autokorelasi adalah dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW Test). Apabila nilai DW di antara nilai dU (batas atas) dan $4 - dU$ maka sebuah model regresi tidak mengalami autokorelasi.

Tabel 6. Uji Autokorelasi

Durbin-Watson	
Durbin-Watson	1,573

Sumber: Olahan dari penulis (2024)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson (DW) adalah 1,573. Nilai dU dari penelitian ini adalah 1.85024 dan nilai 4-dU adalah 2,14976. Nilai DW tersebut menunjukkan bahwa terjadi masalah autokorelasi karena nilainya masih di bawah nilai dU ($1.85024 > 1,573 < 2,14976$). Oleh karena itu, perlu dilakukan sebuah cara untuk menyelesaikan masalah autokorelasi ini, salah satunya dengan uji Cochrane Orcutt. Uji Cochrane Orcutt dilakukan dengan cara melakukan transformasi lag dari variabel-variabel yang digunakan.

Tabel 7. Uji Autokorelasi setelah Transformasi

Durbin-Watson	
Durbin-Watson	1,961

Sumber: Olahan dari penulis (2024)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai DW sudah berada di atas nilai dU dan di bawah nilai 4 - dU ($1.85024 < 1,961 < 2,14976$). Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa model regresi terbebas dari masalah autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih serta mengukur apakah variabel independen memiliki pengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen.

Tabel 8. Analisis Regresi Linier Berganda

No.	Variabel Independen	Unstandarized Coefficients
		B
	Konstanta	-1,046
1	<i>CEO Power</i>	-0,004
2	Ukuran Dewan Komisaris	0,304
3	Dewan Komisaris Independen	-0,008
4	Profitabilitas	0,061
5	Ukuran Perusahaan	0,094

Sumber: Olahan dari penulis (2024)

Hasil uji regresi linier berganda pada tabel di atas menghasilkan persamaan berikut.

$$Y = -1,046 - 0,004X_1 + 0,304X_2 - 0,008X_3 + 0,061X_4 + 0,094X_5$$

Berdasarkan hasil persamaan tersebut, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Konstanta sebesar -1,046 mencerminkan keadaan saat variabel independen belum mempengaruhi variabel dependen, maka nilai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan bernilai -1,046.
2. Koefisien *CEO Power* (X1) sebesar -0,004 mencerminkan jika terjadi peningkatan variabel *CEO Power* sebesar satu satuan, maka tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan turun sebesar -0,004.
3. Koefisien ukuran dewan komisaris (X2) sebesar 0,304 mencerminkan jika terjadi peningkatan variabel ukuran dewan komisaris sebesar satu satuan, maka tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan naik sebesar 0,304.
4. Koefisien dewan komisaris independen (X3) sebesar -0,008 mencerminkan jika terjadi peningkatan variabel dewan komisaris independen sebesar satu satuan, maka tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan turun sebesar -0,008.
5. Koefisien profitabilitas (X4) sebesar 0,061 mencerminkan jika terjadi peningkatan variabel profitabilitas sebesar satu satuan, maka tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan naik sebesar 0,061.
6. Koefisien ukuran perusahaan (X5) sebesar 0,094 mencerminkan jika terjadi peningkatan variabel ukuran perusahaan sebesar satu satuan, maka tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan naik sebesar 0,094.

Uji t (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk menguji seberapa jauh tingkat signifikansi pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar 5 % (0,05). Apabila nilai signifikansi > 0,05, maka secara parsial variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sementara itu, jika nilai signifikansi < 0,05 maka secara parsial variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 9. Uji t (Uji Parsial)

No.	Variabel	t Statistic	Sig.	Hasil
1	<i>CEO Power</i>	-0,179	0,858	Ditolak
2	Ukuran Dewan Komisaris	3,928	<0,001	Diterima
3	Dewan Komisaris Independen	-0,074	0,941	Ditolak
4	Profitabilitas	3,381	< 0,001	Diterima
5	Ukuran Perusahaan	0,156	0,876	Ditolak

Sumber: Olahan dari penulis (2024)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Pengujian secara parsial pengaruh *CEO Power* (X1) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menghasilkan t hitung sebesar -0,179 dan signifikansi sebesar 0,858. Artinya, H1 ditolak sehingga *CEO Power* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
2. Pengujian secara parsial pengaruh ukuran dewan komisaris (X2) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menghasilkan t hitung sebesar 3,928 dan signifikansi sebesar $< 0,001$. Artinya, H2 diterima sehingga ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
3. Pengujian secara parsial pengaruh dewan komisaris independen (X3) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menghasilkan t hitung sebesar -0,074 dan signifikansi sebesar 0,941. Artinya, H3 ditolak sehingga dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
4. Pengujian secara parsial pengaruh profitabilitas (X4) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menghasilkan t hitung sebesar 3,381 dan signifikansi sebesar $< 0,001$. Artinya, H4 diterima sehingga profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
5. Pengujian secara parsial pengaruh ukuran perusahaan (X5) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menghasilkan t hitung sebesar 0,156 dan signifikansi sebesar 0,876. Artinya, H5 ditolak sehingga ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Uji Kecocokan Model (Uji F)

Uji kecocokan model (uji F) bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam uji F ini adalah sebesar 5 % atau 0,05. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka secara simultan variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sementara itu, jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka secara simultan variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 10. Uji Kecocokan Model (Uji F)

Variabel Dependen	F Statistic	Sig.
Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	6,278	$< 0,001$

Sumber: Olahan dari penulis (2024)

Berdasarkan hasil uji kecocokan model (uji F) pada tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $< 0,001$ yang berarti di bawah 0,05. Hasil tersebut membuktikan bahwa variabel *CEO Power*, ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh variabel-variabel independen dapat menjelaskan variasi dari variabel dependen (Ghozali, 2021:147). Nilai koefisien determinasi yang digunakan antara 0 hingga 1. Apabila nilai koefisien determinasi semakin mendekati 0 (nol) maka semakin lemah kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Sementara itu, jika nilai koefisien determinasi mendekati 1 maka semakin kuat variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Tabel 11. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,336	0,113	0,095	0,39451

Sumber: Olahan dari penulis (2024)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* pada model regresi ini adalah sebesar 0,095. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *CEO Power*, ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen, profitabilitas, dan ukuran perusahaan dapat menjelaskan variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebesar 9,5 %. Sementara itu, sisanya sebesar 90,5 % dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Pengaruh *CEO Power* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa *CEO Power* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Hasil ini menunjukkan bahwa masa jabatan *Chief Executive Officer (CEO)* tidak menjamin perusahaan untuk melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Penelitian ini menentang teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan perlu mempertimbangkan kepentingan *stakeholder* dan memberikan nilai – nilai positif. Selain itu, berdasarkan teori *stakeholder*, direktur utama dengan masa jabatan lama akan lebih memahami kepentingan *stakeholder* (Triyani & Setyahuni, 2020). Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masa jabatan tidak menjamin seorang *Chief Executive Officer (CEO)* untuk memperhatikan kepentingan *stakeholder*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rashid et al., (2020) yang menunjukkan bahwa *CEO Power* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Namun, hasil penelitian ini bertentangan dengan Zahra dkk. (2022) dan Pucheta- Martinez & Gallego-álvarez, I.

(2021) yang menyatakan bahwa *CEO Power* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sesuai dengan teori agensi, adanya dewan komisaris dapat mencegah adanya masalah keagenan antara pihak manajemen dan pihak pemilik dalam sebuah perusahaan. Dengan tidak terjadinya masalah keagenan, pihak manajemen dan pihak pemilik memiliki tujuan yang selaras yaitu membangun perusahaan agar lebih baik dan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat, khususnya dengan melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Oleh karena itu, hasil penelitian yang menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mendukung teori agensi. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo (2022) yang menunjukkan bahwa semakin besar ukuran dewan komisaris maka semakin besar juga tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Namun, hasil penelitian ini tidak selaras dengan penelitian Afifah dan Immanuela (2021) yang menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pengaruh Dewan Komisaris Independen terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hasil penelitian ini menentang teori agensi yang menjelaskan tentang hubungan antara pihak manajemen (*agent*) dengan pemegang saham (*principal*). Oleh karena itu, adanya dewan komisaris independen tidak menjamin dewan komisaris perusahaan dan pihak manajemen untuk menempatkan kepentingan perusahaan di atas kepentingan lain, khususnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan tentunya hal tersebut tidak sesuai dengan teori agensi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Vivian et al. (2020); Thasya et al. (2020); dan Herdi & Erinosa (2020) yang menunjukkan bahwa dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Herizona dan Yuliana (2021) yang menyatakan bahwa dewan komisaris independen berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam mencapai

keuntungan berdampak terhadap kemampuan perusahaan dalam memberikan manfaat melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Damayanty et al., 2021). Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *stakeholder* yang menjelaskan bahwa perusahaan perlu memperhatikan kepentingan *stakeholder*-nya. Dalam hal ini, perusahaan menggunakan keuntungan (*profit*) yang diperoleh untuk melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Indriyani dan Yuliandhari (2020) dan Damayanty et al. (2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Namun, hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan Rivandi dan Putra (2021); Putra dan Setiawan (2022); dan Firdausi dan Prihandana (2022) yang menyebutkan bahwa profitabilitas yang tinggi pada sebuah perusahaan tidak menjamin perusahaan tersebut akan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hasil tersebut menunjukkan bahwa besar kecilnya perusahaan tidak menjamin dilaksanakannya *Corporate Social Responsibility* (CSR), khususnya bagi perusahaan yang berskala besar yang dituntut untuk memberikan dampak kepada masyarakat. Hal tersebut tidak sejalan dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan perlu untuk melakukan aktivitas yang selaras dengan nilai-nilai sosial dan mempertahankan legitimasi masyarakat. Oleh karena itu, ukuran perusahaan tidak menjamin perusahaan melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk menyelaraskan aktivitas mereka dengan nilai - nilai sosial serta mempertahankan legitimasi masyarakat. Hasil penelitian ini sejalan dengan Rivandi dan Putra (2021) dan Kustina (2020) yang menyebutkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Namun, hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian Putri dan Yuliandhari (2020); Abidin dan Lestari, (2020); Totanan et al. (2022) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *CEO Power*, *Good Corporate Governance* (GCG) yang diprosikan ukuran dewan komisaris dan dewan komisaris independen, profitabilitas, dan ukuran perusahaan, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. *CEO Power* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
2. Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

3. Dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
4. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
5. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain di luar penelitian ini. Contoh variabel lain yang dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya, yaitu *leverage*, komite audit, nilai perusahaan, kepemilikan manajerial, kepemilikan asing, dan lain-lain. Pada penelitian ini variabel *Good Corporate Governance* (GCG) hanya menggunakan 2 (dua) proksi saja, yaitu ukuran dewan komisaris dan dewan komisaris independen. Diharapkan pada penelitian berikutnya dapat menambahkan proksi pada variabel *Good Corporate Governance* (GCG) maupun variabel yang lain. Selain itu, Diharapkan pada penelitian berikutnya dapat menambah sampel penelitian sehingga hasil penelitian akan semakin baik.

Pada proses penelitian ini, masih terdapat keterbatasan yang dialami oleh peneliti. Penelitian ini hanya berfokus pada perusahaan yang menggunakan indeks GRI Standard saja sehingga sampel yang diperoleh dan digunakan tidak menggambarkan keseluruhan populasi dan kehilangan kesempatan untuk meneliti sampel yang lebih banyak. Selain itu, Periode pengamatan yang digunakan hanya pada tahun 2020 – 2022. Hal ini disebabkan masih banyak perusahaan yang belum menerbitkan *Sustainability Report*, khususnya di tahun 2023.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, J., & Lestari, S. A. (2020). The Pengaruh Ukuran perusahaan dan Ukuran Komite Audit terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Owner*, 4(1), 48. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i1.214>
- Afifah, R. N., & Immanuela, I. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2018). *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 9(2), 109–123.
- Ali, D. R., Safitri, V. A. D., & Fadly, M. (2021). PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, LEVERAGE DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN SUBSEKTOR BATU BARA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2. *SMART: Strategy of Management and Accounting through Research and Technology*, 1(1).
- Chen, M. (2019). PENGARUH UKURAN DEWAN KOMISARIS DAN KEPEMILIKAN ASING TERHADAP LUAS PENGUNGKAPAN CSR. *EL Muhasaba Jurnal Akuntansi*, 10(2), 141. <https://doi.org/10.18860/em.v10i2.6721>

- Chijoke-Mgbame, A. M., Mgbame, C. O., Akintoye, S., & Ohalehi, P. (2020). The role of corporate governance on CSR disclosure and firm performance in a voluntary environment. *Corporate Governance (Bingley)*, 20(2), 294–306. <https://doi.org/10.1108/CG-06-2019-0184>
- Christiawan, D. S., & Muslimin. (2023). Pengaruh Return on Assets dan Debt to Equity Ratio Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 3). <http://journal.yrpiipku.com/index.php/msej>
- Damayanty, P., Prihanto, H., & Fairuzzaman, F. (2021). PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE, KEPEMILIKAN SAHAM PUBLIK DAN PROFITABILITAS TERHADAP TINGKAT PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(2), 1. <https://doi.org/10.35906/jep.v7i2.862>
- Farisyi, S., Musadieq, M. Al, Utami, H. N., & Damayanti, C. R. (2022). A Systematic Literature Review: Determinants of Sustainability Reporting in Developing Countries. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 14, Issue 16). MDPI. <https://doi.org/10.3390/su141610222>
- Firdausi, S., & Prihandana, W. A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks SRI KEHATI Tahun 2014-2018). *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 10(2), 12–23. <https://doi.org/10.26740/akunesa.v10n2.p12-23>
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Maharani, P. R., & Pertiwi, T. K. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(1), 41. <https://doi.org/10.31602/atd.v6i1.5873>
- Nishitani, K., Unerman, J., & Kokubu, K. (2021). Motivations for voluntary corporate adoption of integrated reporting: A novel context for comparing voluntary disclosure and legitimacy theory. *Journal of Cleaner Production*, 322. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.129027>
- Pratama, I. S., & Deviyanti, R. D. (2022). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility terhadap institutional ownership pada perusahaan high-profile yang listing di bursa efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 18(3), 540. <https://doi.org/10.29264/jinv.v18i3.11701>
- Rashid, A., Shams, S., Bose, S., & Khan, H. (2020). CEO power and corporate social responsibility (CSR) disclosure: does stakeholder influence matter?

Managerial Auditing Journal, 35(9), 1279-1312.
<https://doi.org/10.1108/MAJ-11-2019-2463>

Rochmaniah, A., & Sinduwiatmo, K. (2020). *BUKU AJAR CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY DAN COMMUNITY DEVELOPMENT*.

Rukmana, E., Hendri, E., & Rismansyah, R. (2020). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Media Akuntansi (Mediasi)*, 3(1), 1-12.
<https://doi.org/10.31851/jmediasi.v3i1.5216>

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>

Sinaga, I., & Teddyani, S. (2020). Faktor-Faktor Pengungkapan Sustainability Report. *ECo-Fin*, 2(2), 38-49. <https://doi.org/10.32877/ef.v2i2.313>

Tobing, R. A., Zuhrotun, Z., & Ruserlistyani, R. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, dan Good Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Sustainability Report pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 102-123. <https://doi.org/10.18196/rab.030139>

Triyani, A., & Setyahuni, S. W. (2020). *PENGARUH KARAKTERISTIK CEO TERHADAP PENGUNGKAPAN INFORMASI ENVIRONMENTAL, SOCIAL, AND GOVERNANCE (ESG)* (Vol. 21, Issue 2).

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.

Yovana, D. G., & Kadir, A. (2020). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR). *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 21(1), 15-24.