

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

A. Kajian Pustaka

1. Teori *Stakeholder* (*Stakeholder Teory*)

Teori *stakeholder* diungkapkan sekitar tahun 1980an. Teori ini muncul karena adanya kepentingan setiap orang yang menjadi bagian dari perusahaan atau organisasi. Teori *stakeholder* menyatakan bahwasanya perusahaan bukan suatu substansi yang berdiri untuk keperluan satu orang saja melainkan untuk keperluan seluruh pemangku kepentingan yang terhubung atau memberi pengaruh terhadap perusahaan (Putri & Yuliandhari, 2020). Menurut teori ini kesuksesan suatu perusahaan tidak hanya diukur dari sudut pandang finansial saja, namun juga dari sudut pandang hubungannya dengan *stakeholder* terkait. Perusahaan dianggap memiliki kewajiban sosial dan moral untuk mempertimbangkan dan mengelola kepentingan *stakeholder* yang terlibat.

Perusahaan dan pemangku kepentingannya harus memiliki hubungan dan komunikasi yang baik untuk memastikan bahwa transaksi terus memenuhi harapan (Lutfianti *et al.*, 2023). Keterlibatan *stakeholder* dalam pengambilan keputusan perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan dan meningkatkan reputasi perusahaan.

Jika perusahaan dapat mencapai target perusahaan maka perusahaan diharapkan dapat bisa berkontribusi dalam kegiatan masyarakat dengan baik dan menerbitkan laporan tahunan dengan tepat waktu. Teori ini menekankan pada fakta bahwa *stakeholder* butuh dipelajari oleh perusahaan agar mampu memastikan kualitas kelompok yang akan berperan dalam meningkatkan kepentingan organisasi (Egbunike & Okoro, 2018). *Stakeholder* mampu memaksimalkan keuntungan dari sumber daya dan memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan.

2. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi adalah sistem manajemen bisnis yang berfokus pada kepedulian terhadap masyarakat, masing-masing pemerintah dan kelompok masyarakat lainnya (Yanti *et al.*, 2021). Sebagai sistem yang berpihak pada masyarakat, dalam operasional perusahaan harus sesuai dengan harapan masyarakat. Menurut teori ini, perusahaan akan berusaha beroperasi sesuai dengan norma dan peraturan di tempat mereka beroperasi (Fauziah & Asyik, 2019). Perusahaan perlu untuk aktif dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan masyarakat serta pemangku kepentingan lainnya. Untuk memperluas dan mempertahankan kelangsungan bisnisnya, perusahaan akan berusaha mendapatkan legitimasi dari *stakeholder* (Agnes, 2023).

Perusahaan berusaha melakukan legitimasi perusahaan dengan terlibat dalam CSR untuk mendapatkan persetujuan dari masyarakat dan memastikan adanya keberlanjutan (Sahida *et al.*, 2021). Perusahaan yang mendengarkan dan merespon kebutuhan masyarakat dapat mengubah strategi dan aktivitas operasional perusahaan untuk lebih sesuai dengan standar yang sedang berlaku. Dengan menggunakan teori legitimasi, perusahaan dapat meningkatkan inisiatif CSR dengan cara mengungkapkan dalam laporan tahunan. Dalam teori legitimasi, supaya perusahaan bisa mendapatkan citra dan reputasi yang baik di mata *stakeholder* maka harus dilaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan secara baik. Pada praktik secara langsung perusahaan tidak hanya memenuhi kewajiban dari sisi hukum regulasi, tetapi juga membangun kepercayaan dan dukungan yang kuat dari masyarakat. Dengan demikian, perusahaan dapat menjaga dan mempertahankan eksistensi perusahaan dalam jangka panjang.

3. Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Dengan kata lain, perbandingan antara keuntungan dengan aset atau modal yang digunakan untuk menghasilkan keuntungan tersebut disebut profitabilitas (Sekarwigati & Effendi, 2019).

Profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk menunjukkan tanggung jawab sosial kepada pemegang saham (Puspita *et al.*, 2021). Pentingnya profitabilitas perusahaan untuk mengungkapkan program CSR secara lebih luas. Hal ini disebabkan profitabilitas menunjukkan apakah bisnis memiliki prospek yang baik untuk masa depan. Terdapat adanya korelasi antara profitabilitas perusahaan dan tanggung jawab sosialnya, yang menunjukkan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajemen (Kurnianingsih, 2013). Dengan demikian apabila tingkat profitabilitas lebih tinggi maka semakin besar dalam pengungkapan informasi sosial perusahaannya.

Perusahaan dengan rasio profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menghasilkan keuntungan (Hendayana *et al.*, 2024). Profitabilitas merupakan hal yang krusial dalam perusahaan yang berfokus pada keuntungan. Investor menggunakan profitabilitas sebagai informasi untuk berinvestasi pada suatu perusahaan, sedangkan pemimpin perusahaan menggunakan profitabilitas sebagai tolak ukur untuk menentukan keberhasilan perusahaan yang dipimpinnya.

Terdapat beberapa cara dalam menentukan besar kecilnya profitabilitas perusahaan, sebagai berikut:

a. *Return On Asset*

ROA adalah rasio yang digunakan oleh pemangku kepentingan untuk menilai kinerja perusahaan dan mengevaluasi seberapa efisien perusahaan dalam menghasilkan laba. Jika ROA tinggi, maka perusahaan mempunyai tingkat aset yang efisien. Rumus ROA sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

b. *Return on Equity*

ROE untuk menentukan laba perusahaan dengan menggunakan ekuitas perusahaan. Rasio ini digunakan oleh pemangku kepentingan untuk menilai Tingkat efektifitas perusahaan menggunakan ekuitas untuk menghasilkan laba. Jika ROE menunjukkan hasil signifikan maka manajemen dan profitabilitas memiliki Tingkat ekuitas yang efisien. Rumus ROE sebagai berikut:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}}$$

c. Profit Margin

Profit margin menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan. Perusahaan masih dapat menghasilkan uang pada tingkat penjualan yang sama jika margin keuntungannya tinggi. Rumus profit margin berikut:

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

Pada penelitian ini, menurut (Sekarwigati & Effendi, 2019) profitabilitas diproksikan menggunakan *Return on Asset* (ROA). Variabel profitabilitas yang diukur menggunakan ROA dapat dihitung dengan membagi total laba bersih setelah pajak dengan total aset perusahaan (Syilfania *et al.*, 2022). ROA yang tinggi menandakan pengelolaan aset semakin efektif dan efisien (Hanafi, 2016).

4. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang digunakan untuk menggambarkan besar atau kecil suatu perusahaan. Total aset suatu perusahaan, jumlah karyawan, tingkat penjualan dan kapitalisasi pasar semuanya dapat digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan (Fatma, 2019). Perusahaan yang memiliki tingkat aktiva tinggi menunjukkan kondisi perusahaan berskala besar.

Perusahaan besar biasanya akan lebih banyak berbagi informasi dibandingkan perusahaan kecil (Sekarwigati & Effendi, 2019). Perusahaan besar mempunyai sumber daya dan tanggung jawab sosial yang lebih luas kepada masyarakat, sehingga perusahaan membutuhkan legitimasi dari masyarakat untuk meningkatkan kelangsungan hidup (Islamiati & Suryandari, 2020). Perusahaan berskala besar diprediksi mampu menarik perhatian investor. Perusahaan besar yang mengungkapkan banyak informasi akan lebih rentan terhadap risiko politis dibandingkan perusahaan kecil.

Perusahaan besar akan menentukan perusahaan sedang mengalami perkembangan sehingga lebih menarik perhatian positif kalangan publik karena memiliki kondisi keuangan yang lebih stabil. Dengan demikian perusahaan akan mendapat tuntutan untuk bisa mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan. Besar kecilnya perusahaan merupakan besar atau kecilnya aktiva yang dimiliki oleh perusahaan (Anasta, 2019). Pada penelitian ini, ukuran perusahaan diukur menggunakan proksi log natural dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan.

Total aset mengacu pada semua sumber daya yang dihasilkan perusahaan dari transaksi masa lalu yang diharapkan membawa manfaat ekonomi bagi perusahaan di masa depan (Syilfania *et al.*, 2022). Dalam hal ini perusahaan menggunakan total aset karena dianggap mampu menunjukkan seberapa besar skala perusahaan. Menurut Indriyani &

Yuliandhari (2020) untuk mengukur ukuran perusahaan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Size} = \text{Log n Total Aset}$$

5. *Corporate Social Responsibility*

Menurut Peraturan Pemerintah (PP) No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan (TJSLP) Pasal 4 ayat (1) yang menegaskan bahwa setiap perusahaan wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Tanggung jawab sosial perusahaan, juga dikenal sebagai CSR adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana bisnis terlibat dengan pemangku kepentingannya dan secara sukarela mengatasi masalah sosial dan lingkungan sebagai bagian dari operasi bisnisnya (Yovana & Kadir, 2020).

Mengungkapkan informasi CSR perusahaan yang tinggi juga membutuhkan persetujuan dari *stakeholder*. Perusahaan perlu menyadari pentingnya kegiatan CSR (Putri & Yuliandhari, 2020). Perusahaan yang sadar terhadap kegiatan sosial akan lebih dipandang oleh masyarakat karena dapat meyakinkan secara *financial*. Dengan demikian, CSR dapat digolongkan sebagai kegiatan yang penting untuk memperoleh hasil maksimal dari segi ekonomi dan dapat mengembangkan relasi dengan pemangku kepentingan. Laporan tahunan yang memuat laporan tanggung jawab sosial perusahaan tahun

sebelumnya dapat memuat informasi terkait kegiatan CSR (Fauziah & Asyik, 2019). Dalam laporan tanggung jawab sosial perusahaan mengungkapkan proses perusahaan dalam berinteraksi dengan lingkungan sosialnya.

Dalam menerapkan CSR dapat menggunakan alat ukur yang biasa disebut *Global Report Initiative* (GRI). GRI adalah jaringan organisasi berbasis di seluruh dunia yang memelopori perkembangan dan berkomitmen untuk memperbaiki dan menerapkan kerangka laporan keberlanjutan di seluruh dunia (www.globalreporting.org). Tujuan GRI adalah untuk membantu para pelapor menyusun laporan keberlanjutan, memberikan informasi penting tentang keberlanjutan perusahaan dan membuat laporan keberlanjutan menjadi lebih efektif.

Penelitian ini menerapkan standar GRI 2021, indikator pengungkapan CSR terdiri dari tiga fokus pengungkapan:

a. Indikator Ekonomi

Indikator ekonomi mencakup keberlanjutan suatu perusahaan yang berpengaruh terhadap kondisi perekonomian para pemangku kepentingan dan sistem perekonomian.

b. Indikator Lingkungan

Indikator lingkungan mencakup keberlanjutan perusahaan yang berdampak pada kehidupan seperti ekosistem, tanah, udara, air dan limbah dari sampah.

c. Indikator Sosial

Indikator sosial mencakup keberlanjutan perusahaan yang berdampak pada rangkaian sosial yang sedang beroperasi. Indikator sosial meliputi tenaga kerja, kesehatan dan hak asasi manusia.

Cara pengukuran dengan menggunakan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI). Perhitungan pengukuran menggunakan pendekatan dikotomi Melalui variabel *dummy*, pengukurannya menggunakan pendekatan dikotomis, yaitu memberikan nilai 1 jika diungkapkan dan 0 jika tidak diungkapkan. Kemudian, untuk menentukan indeks masing-masing perusahaan, jumlahkan skor keseluruhannya. Menurut Fauziah & Asyik (2019) metode yang digunakan untuk menentukan CSRI yaitu sebagai berikut:

$$CSRI = \frac{\sum x_{ij}}{N_j}$$

Keterangan:

CSRI_j = CSR Index Perusahaan j

N_j = Jumlah item untuk perusahaan j (117 item)

X_{ij} = Jumlah item yang diungkapkan, jika diungkapkan
diberi nilai 1. Sehingga $0 \leq CSRI_j \leq 1$

6. *Green Accounting*

Green accounting adalah suatu proses akuntansi yang menyampaikan informasi terkait transaksi keuangan, sosial dan lingkungan yang semua informasi ini dikumpulkan dan dimanfaatkan dalam pengambilan keputusan yang bersifat ekonomi dan non ekonomi (Lako, 2018). *Green accounting* dapat didefinisikan sebagai suatu biaya lingkungan (*environmental cost*) yang dibebankan ke dalam laporan keuangan perusahaan (Astuti *et al.*, 2023). *Green accounting* termasuk bagian dari bidang akuntansi yang fokus terhadap dimensi lingkungan bisnis. Perusahaan yang cepat dalam menerapkan akuntansi hijau mampu menunjukkan dedikasi yang kuat untuk meperkuat citra perusahaan (Jiddan & Hapsari, 2023).

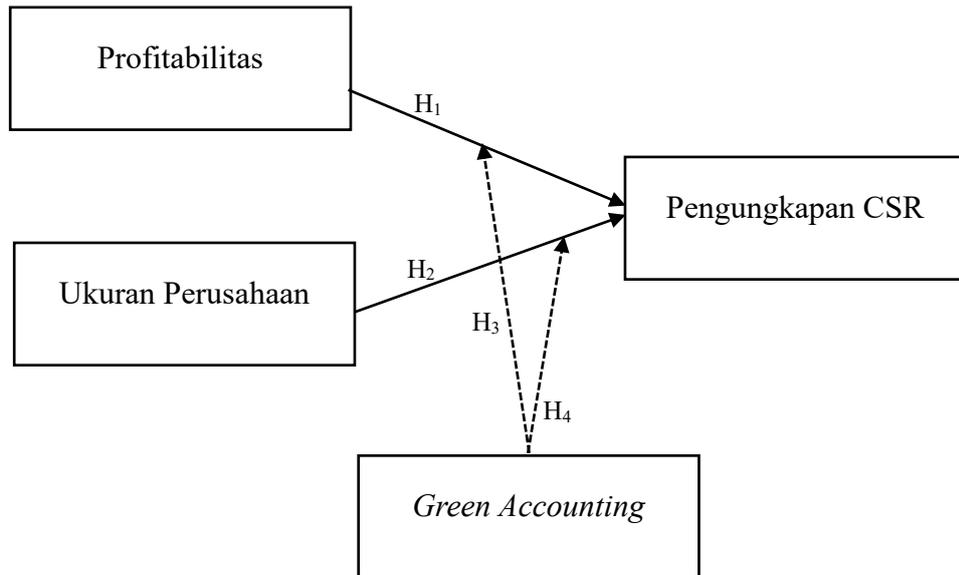
Biaya lingkungan adalah biaya yang disebabkan oleh kegiatan perusahaan yang memengaruhi lingkungan. Akuntansi hijau mengintegrasikan biaya lingkungan ke dalam hasil keuangan bisnis suatu perusahaan (Dhar *et al.*, 2022). Biaya lingkungan mencakup semua biaya yang berkaitan dengan produk, proses, sistem atau fasilitas yang penting untuk membuat keputusan manajemen yang baik dimasukkan dalam biaya lingkungan (Yuliana & Sulistyawati, 2021).

Green Accounting bagian dari sistem akuntansi yang menyajikan laporan mengenai biaya lingkungan, informasi sosial dan terintegrasi (Soedarman *et al.*, 2023). *Green accounting* mampu mendapatkan tanggapan positif dari lingkungan dan mendapatkan legitimasi atas usaha perusaha (Hui & Bowrey, 2008). Menurut Azzahra *et al.*, (2021) pada penelitian ini *green accounting* menggunakan proksi variabel *dummy*.

B. Kerangka Berfikir

Variabel independen dalam penelitian ini yaitu adalah profitabilitas sebagai (X_1) yang diproksikan dengan *Return on Asset* (ROA) dan ukuran perusahaan sebagai (X_2) yang diproksikan dengan log natural. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (Y) yang diukur menggunakan pendekatan dikotomi variabel *dummy* berdasarkan indikator GRI 2021 untuk mempermudah dalam laporan keberlanjutan sesuai dengan aspek-aspek.

Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah *green accounting* diproksikan dengan variabel *dummy*. Adapun kerangka berfikir penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

Berdasarkan kerangka berfikir diatas, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.
2. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.
3. *Green accounting* memoderasi profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*.
4. *Green accounting* memoderasi ukuran perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

C. Hipotesis Penelitian

1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh profit dari aktivitas operasional yang sedang berlangsung di perusahaan. Dengan adanya kesempatan untuk menghasilkan profit dengan meningkatkan kinerja hubungan CSR dengan membuat informasi terkait CSR yang lebih luas. Dalam hal ini menyatakan bahwa meningkatkan aktivitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat dipengaruhi oleh profitabilitas. Perusahaan yang mampu melaksanakan kegiatan CSR yang berkualitas akan menunjang keuntungan perusahaan yang semakin tinggi. Keuntungan besar yang dihasilkan oleh perusahaan berasal dari operasi yang melibatkan *stakeholder*, perusahaan yang menghasilkan keuntungan besar juga diharapkan untuk lebih memperhatikan masalah lingkungan dan sosial (Agnes, 2023).

Proses dalam menjalankan aktivitas operasional perusahaan membutuhkan dukungan dari para pemangku kepentingan agar bisa menghasilkan keuntungan maksimal. Semakin meningkatnya profitabilitas, maka semakin tinggi pula kepentingan perusahaan untuk bisa melakukan pengungkapan informasi terkait program CSR (Putra & Setiawan, 2022).

Mendorong manajemen perusahaan untuk mengungkapkan informasi terkait kegiatan sosial dan lingkungan perusahaan yang lebih

fleksibel. Mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial menunjukkan perhatian perusahaan terhadap masyarakat sekitar dan lingkungan daerah operasi perusahaan. Pengungkapan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan wajib dilakukan oleh perusahaan untuk kebutuhan laporan tahunan. Pemangku kepentingan menggunakan laporan tahunan untuk memenuhi keperluan perusahaan terkait data informasi aktivitas perusahaan. Dengan adanya pengungkapan informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan yang baik mampu meningkatkan dan mempertahankan reputasi perusahaan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kemalasari & Sapariyah (2020) dan Fitriana (2019) memiliki hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan pernyataan tersebut peneliti merumuskan hipotesis pertama sebagai berikut:

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

2. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR.

Ukuran perusahaan merupakan ukuran yang berguna untuk mengategorikan besar atau kecil ukuran suatu perusahaan. Perusahaan besar dengan jumlah kegiatan operasional yang lebih banyak dapat memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat. Pemangku kepentingan yang memegang saham perusahaan yang lebih besar akan memerhatikan program CSR dan laporan tahunan untuk berbagi

informasi (Fauziah & Asyik, 2019). Dengan demikian, perusahaan dengan ukuran besar akan semakin banyak dan luas hubungannya dengan pemangku kepentingan yang terlibat dalam kegiatan pertanggung jawaban sosial perusahaan.

Perusahaan dengan ukuran besar mengungkapkan informasi kegiatan yang lebih banyak dan luas. Berbeda dengan perusahaan ukuran kecil untuk mengungkapkan informasi masih terbatas. Kewajiban untuk menunjukkan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan lebih besar bagi perusahaan ukuran besar. Dengan adanya kewajiban mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan mampu mempengaruhi masyarakat dan pemangku kepentingan. Peran masyarakat dalam meningkatkan kepercayaan terhadap produk perusahaan dan investor dalam menanamkan saham menunjukkan kebutuhan informasi tentang tanggung jawab perusahaan.

Menurut Penelitian yang dilakukan oleh Guntara *et al.*, (2021) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*. Berdasarkan pernyataan tersebut peneliti merumuskan hipotesis kedua sebagai berikut:

H₂: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*.

3. *Green Accounting* Memoderasi Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR.

Rasio profitabilitas salah satu bagian penting bagi manajemen yang berguna untuk menilai efektivitas dan efisiensi dalam mengelola modal perusahaan (Syilfania *et al.*, 2022). Hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan CSR merupakan hal yang penting karena mencerminkan tanggapan bahwa CSR membutuhkan profitabilitas yang stabil. Apabila tingkat profitabilitas semakin tinggi maka kebutuhan informasi yang harus diungkapkan juga semakin banyak. Perusahaan sangat perlu melaporkan kegiatan lingkungannya karena pengungkapan kegiatan perusahaan sebagai bentuk CSR ada dalam laporan keuangan seperti laporan keberlanjutan.

Perusahaan yang memiliki keuntungan tinggi untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial lingkungan juga membutuhkan biaya yang besar. Dapat disimpulkan bahwa meskipun *green accounting* perusahaan dapat berdampak pada CSR, dan program CSR tidak dapat dipisahkan dari aspek profitabilitas perusahaan dalam melakukan laporan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan pernyataan tersebut peneliti merumuskan hipotesis ketiga sebagai berikut:

H₃: *Green accounting* mampu memoderasi profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*.

4. *Green Accounting* Memoderasi Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR.

Menurut penelitian Cyhintia & Syofyan (2023) mengatakan bahwa *green accounting* berpengaruh positif terhadap CSR. Permintaan pemangku kepentingan terhadap informasi tentang tanggung jawab sosial meningkat seiring dengan pertumbuhan ukuran perusahaan. Meningkatnya ukuran perusahaan dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan pemangku kepentingan. Jika ukuran perusahaan besar maka semakin luas dan mudah pemangku kepentingan dalam mendapatkan tentang informasi perusahaan karena perusahaan yang memiliki kegiatan operasional tinggi akan memberikan informasi yang akurat. Apabila perusahaan semakin banyak dikenal dan semakin sering memberikan informasi terkait meminimalkan kegiatan yang berdampak negatif bagi lingkungan maka akan semakin banyak juga pemangku kepentingan yang tertarik. Dapat disimpulkan bahwa meskipun *green accounting* perusahaan dapat berdampak pada CSR dan program CSR tidak dapat dipisahkan dari aspek ukuran perusahaan dalam melakukan laporan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka peneliti merumuskan hipotesis keempat sebagai berikut:

H₄: *Green accounting* mampu memoderasi ukuran perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

D. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa peneliti yang berkaitan dengan pengungkapan CSR yang telah diteliti oleh beberapa penelitian, sebagai berikut

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil
1	Yausi Rara Putri, Willy Sri Yuliandhari (2020)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Sales Growth</i> , dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Perusahaan Indeks Kompas 100 Tahun 2017-2018	Independen: profitabilitas, <i>sales growth</i> , dan ukuran perusahaan Dependen: pengungkapan CSR	Secara simultan yaitu profitabilitas, <i>sales growth</i> dan ukuran perusahaan secara keseluruhan memengaruhi pengungkapan CSR. Secara parsial hanya ukuran perusahaan yang memengaruhi pengungkapan CSR.
2	Hanifa Zulhaimi, Neng Riyanti Nuraprianti (2019)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Dewan Komisaris dan Ukuran Perusahaan terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>	Independen: profitabilitas, ukuran dewan komisaris, dan ukuran perusahaan Dependen: CSR	Profitabilitas memiliki pengaruh positif pada CSRD, ukuran Dewan Komisaris memiliki pengaruh negatif pada CSRD, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada CSRD.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil
3	Dina Gledis Yovana, Abdul Kadir (2020)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, an <i>Leverage</i> terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Independen: ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, leverage Dependen: pengungkapan CSR	Ukuran perusahaan dan leverage berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan CSR. pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR.
4	Dwi Shafamega Azzahra, Bima Cinintya Pratama, Iwan Fakhruddin, Rina Mudjiyanti. (2022)	Pengaruh Penerapan <i>Green Accounting</i> , Karakteristik Komite Audit, Diversitas Kebangsaan Direksi dan Gender Direksi terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> di Perbankan	Independen: <i>green accounting</i> , karakteristik komite audit, diversitas kebangsaan direksi, gender direksi Dependen: pengungkapan CSR	<i>Green accounting</i> , diversitas kebangsaan dan gender direksi berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Berbeda dengan ukuran komite audit, rapat komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil
5	Rosa Fitriana (2019)	Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (Penelitian Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)	Independen: profitabilitas dan ukuran perusahaan Dependen: pengungkapan CSR	Kepemilikan institusional tidak berpengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR. Profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.
6	Ai Desy Indriyani, Willy Sri Yuliandhari (2020)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (Studi Empiris Pada Perusahaan Indeks LQ 45 Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018)	Independen: profitabilitas, ukuran perusahaan, umur perusahaan Dependen: pengungkapan CSR	Profitabilitas, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Secara parsial profitabilitas berpengaruh positif, sedangkan ukuran perusahaan dan umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil
7	Yudi Guntara, Agus Sutarjo, Yuli Adriani (2021)	Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (Studi Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018)	Independen: profitabilitas dan ukuran perusahaan Dependen: pengungkapan CSR	Profitabilitas berpengaruh dan signifikan terhadap pengungkapan CSR, ukuran perusahaan tidak berpengaruh dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.
8	Tita Prastya Puspita, Moh Amin, Hariri (2021)	Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Perusahaan Pertambangan dalam Perspektif Teori Agensi (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2017 2019)	Independen: Ukuran perusahaan, profil perusahaan, dewan komisaris, profitabilitas, <i>leverage</i> Dependen: pengungkapan CSR	Ukuran perusahaan, profil perusahaan, dewan komisaris, berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil
9	Ni Luh Eka Karisma Yanti, I Dewa Made Endiana, I Gusti Ayu Asri Pramesti (2021)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, <i>Leverage</i> dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Independen: ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, kepemilikan institusional, <i>leverage</i> , profitabilitas Dependen: pengungkapan CSR	Ukuran perusahaan, kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Ukuran dewan komisaris, <i>leverage</i> , profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.
10	Heni Triastuti Kurnianingsih (2023)	Pengaruh Profitabilitas dan Size Perusahaan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	Independen: profitabilitas, size perusahaan Dependen: CSR	Profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap pengungkapan CSR. Profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil
11	Alvianita Febri Kemalasari, Rina Ani Sapariyah (2020)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Properti terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (Studi Kasus Pada Perusahaan Properti yang Terdaftar di BEI)	Independen: profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan Dependen: pengungkapan CSR	Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR, leverage berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR.
12	Indy Lutfianti, Anny Widiasmara, Moh. Ubaidillah (2023)	Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Dengan Umur Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi	Independen: ukuran perusahaan dan profitabilitas Dependen: pengungkapan CSR	Ukuran Perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, umur perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil
13	Hilya Syilfania, Parawiyati, Listyowati (2022)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan <i>Leverage</i> terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> Perusahaan Penerima Platinum	Independen: ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i> Dependen: CSR	Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. profitabilitas dan <i>leverage</i> berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.
14	Irine Fauziah, Nur Fadrih Asyik (2019)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Independen: profitabilitas, likuiditas, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris Dependen: pengungkapan CSR	Profitabilitas, <i>leverage</i> dan dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Likuiditas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.
15	Lola Cyhintia, Efrizal Syofyan (2023)	Pengaruh Akuntansi Hijau, Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan Media terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Independen: akuntansi hijau, ukuran perusahaan dan pengungkapan media Dependen: pengungkapan CSR	Akuntansi hijau, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil
16	Katarina Agnes (2023)	<i>The Effect of Green Accounting, Company Size, Profitability, Media Disclosure and Board of Commissioners' Size on Corporate Social Responsibility Disclosure</i>	Independen: akuntansi hijau, ukuran perusahaan, profitabilitas, keterbukaan media dan ukuran dewan komisaris Dependen: pengungkapan CSR	<i>Green accounting</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, ukuran perusahaan, profitabilitas, media pengungkapan, dan ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.
17	Dwi Retno Anggraini, Justita Dura (2021)	<i>The Effect of Tax Aggressiveness, Firm Size and Profitability on Corporate Social Responsibility Disclosure in Mining Companies</i>	Independen: agresivitas pajak, ukuran perusahaan dan profitabilitas Dependen: pengungkapan CSR	Agresivitas pajak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap Pengungkapan CSR.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil
18	Endang Mardiaty, Laila Fitriyah, Lutfia Nurlaili (2023)	<i>Effect of Company Profitability, size, and Growth on Corporate Social Responsibility Disclosure in Food and Beverage Sector Companies</i>	Independen: profitabilitas, ukuran dan pertumbuhan perusahaan Dependen: Pengungkapan CSR	Profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
19	Khairunnisa, Dewi Kusmayanti (2023)	<i>The Influence of Profitability, Leverage, Green Accounting and Type of Industry on Corporate Social Responsibility Disclosure</i>	Independen: profitabilitas, leverage, akuntansi hijau dan jenis industry Dependen: Pengungkapan CSr	Profitabilitas dan tipe industri memiliki pengaruh negatif secara parsial, leverage dan akuntansi lingkungan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
20	Shabira Nurulizzah Sahida, Puji Lestari Warsidi (2021)	<i>The Effect of Profitability, Liquidity and Company Size on Corporate Social Responsibility Disclosure</i>	Independen: profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan Dependen: Pengungkapan CSR	Profitabilitas dan likuiditas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.

