

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 *Grand Theory*

2.1.1 *Teori Stakeholder*

Menurut Rachmat (2017), teori *stakeholder* oleh R. Edward Freeman Sejak 1984 menyatakan bahwa manajemen dalam organisasi diharapkan untuk melakukan aktivitas yang dianggap penting oleh *stakeholder* perusahaan dan melaporkan aktivitas-aktivitas tersebut. Teori *stakeholder* dalam perusahaan bukanlah entitas yang beroperasi untuk kepentingan sendiri namun juga harus mampu memberikan manfaat bagi para *stakeholder*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* di perusahaan tersebut. Untuk tanggung jawab perusahaan diukur sebagai indikator ekonomi dengan mempertimbangkan faktor-faktor sosial, baik internal maupun eksternal, karena kelangsungan hidup perusahaan tergantung dukungan dari para *stakeholder* (Yanti et al., 2021).

Menurut Muliawati & Hariyati (2021) perusahaan harus memiliki rasa tanggung jawab sosial dalam mempertimbangkan kepentingan dari semua pihak yang terkena dampak atas tindakan maupun kebijakan strategi dari perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan tergantung pada kemampuan suatu perusahaan untuk menyeimbangkan berbagai macam kepentingan yang ada dari para *stakeholder*, terutama yang memiliki kekuatan dalam ketersediaan sumber daya yang digunakan dalam kegiatan operasional suatu perusahaan. Seperti tenaga

kerja, dan produk dari perusahaan. Salah satu pendekatan yang dilakukan untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan adalah dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat menjadi strategi perusahaan untuk memenuhi kepentingan *stakeholder* untuk mendapatkan informasi keuangan dan non keuangan perusahaan terkait dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari adanya aktivitas perusahaan. Semakin baik pengungkapan CSR, maka akan membuat *stakeholder* memberikan dukungan penuh kepada perusahaan dalam segala aktivitas yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan mencapai tujuan (Zain et al., 2021).

2.1.2 Teori Sumber (*Resources-based Theory*)

Menurut Hermawan et al., (2020:7) , teori RBT merujuk pada keunggulan perusahaan dan sumber dayanya, jika sumber daya perusahaan unggul maka perusahaan akan memiliki keunggulan yang kompetitif. Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Wernerfelt (1984) dalam artikelnya yang berjudul “*A Resource-based View of The Firm,*” tetapi pentingnya sumber daya untuk meningkatkan daya saing perusahaan pertama kali disinggung oleh Edith Penrose pada tahun 1959 (Ulum, 2017:22).

Terdapat dua asumsi dalam teori yang dipelopori Wernerfelt (1984) ini, yakni *resource heterogeneity* dan *resource immobility*. *Resource heterogeneity* membahas apakah sebuah perusahaan mempunyai sumber daya yang juga dimiliki perusahaan lain yang menjadi saingannya sehingga sumber daya tersebut tidak dapat menjadi suatu keunggulan dalam bersaing. Sementara itu, *resource*

immobility menyinggung tentang sumber daya yang sulit diperoleh oleh kompetitor karena sulit dalam mendapatkannya atau sumber daya tersebut memiliki biaya yang mahal jika digunakan (Ulum, 2017:23-24).

Berdasarkan asumsi tersebut, agar sumber daya perusahaan benar-benar potensial menciptakan keunggulan daya saing yang berkelanjutan, harus memiliki minimal empat atribut, yakni memiliki nilai, langka, tak dapat ditiru, dan tak ada sumber daya pengganti (Hermawan et al., 2020:8-9).

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1 *Intellectual Capital*

2.2.1.1 Pengertian *Intellectual Capital*

Hermawan et al., (2020:11) berpendapat bahwa *intellectual capital* adalah aset tidak berwujud yang penting di era informasi dan pengetahuan, berupa sumber daya informasi serta pengetahuan yang berguna menumbuhkan daya saing dan meningkatkan kinerja perusahaan. Silalahi, (2021:1) juga mengemukakan bahwa *intellectual capital* merupakan suatu aset tak berwujud berupa pengetahuan dan sumber daya informasi yang berguna untuk meningkatkan daya saing perusahaan serta mampu menumbuhkan kinerja keuangan.

Ulum (2017:6) menyatakan bahwa *intellectual capital* yang dimiliki perusahaan merupakan bentuk modal yang tidak tertulis dalam sistem akuntansi, modal tidak tertulis tersebut dapat diartikan sebagai ekuitas berbasis pengetahuan yang menunjang aset berbasis pengetahuan perusahaan (*knowledge based assets*). Selaras dengan Ulum, Hermawan & Hendrawati (2017:13) juga mengemukakan bahwa *intellectual capital* merupakan pengetahuan, karyawan, teknologi, dan

pelanggan yang perusahaan gunakan untuk menciptakan nilai serta untuk bersaing sehingga mampu menciptakan keunggulan yang kompetitif.

Intellectual capital juga umum dikenal sebagai perbedaan nilai pasar dengan nilai buku perusahaan atau dari *financial capital*-nya. *Intellectual capital* menjadi salah satu *intangible assets* yang penting di era informasi dan pengetahuan. *Intellectual capital* menekankan kombinasi antara modal dan intelektualitas untuk menunjukkan pentingnya pengetahuan (Ulum, 2017:3).

Dari beberapa definisi di atas, dapat ditarik pengertian bahwa *intellectual capital* adalah aset tidak berwujud dan modal tidak tertulis seperti pengetahuan, teknologi, karyawan dan pelanggan yang dimiliki perusahaan untuk menambah nilai dan daya saing perusahaan.

2.2.1.2 Karakteristik *Intellectual Capital*

Menurut Hermawan et al., (2020:13), suatu aset dapat dikatakan sebagai *intellectual capital* jika memenuhi beberapa karakteristik-karakteristik sebagai berikut:

1. Memberikan kekuatan pasar, seperti loyalitas pelanggan, merek dagang, dan bisnis yang berkelanjutan.
2. Menampilkan properti dari hasil pemikiran properti intelektual, seperti hak paten, merek dagang, dan hak cipta.
3. Memberikan kekuatan internal, seperti budaya perusahaan, manajemen, proses bisnis perusahaan, serta kekuatan dari sistem teknologi informasi perusahaan.

4. Aset dihasilkan dari individu yang bekerja dalam perusahaan, meliputi pengetahuannya, kompetensi, dan kemampuan membangun jaringan.

2.2.1.3 Komponen *Intellectual Capital*

International Federation of Accountant (IFAC) mengelompokkan *intellectual capital* menjadi *human capital*, *structural capital* atau disebut juga *organizational capital*, dan *relational capital* atau *customer capital* dengan masing-masing penjelasan menurut Silalahi (2021:4-5) sebagai berikut:

1. *Human Capital*

Komponen ini merupakan komponen yang utama dalam modal intelektual karena merupakan sumber terciptanya ragam inovasi dan improvisasi menggunakan pengetahuan, keterampilan, kompetensi, dan kompensasi yang dimiliki oleh perusahaan. Namun, komponen yang bersifat kolektif ini masih sulit diukur secara tepat. *Human capital* akan meningkat seiring dengan efektivitas penggunaan pengetahuan karyawan oleh perusahaannya. Dengan *human capital*, perusahaan cenderung mampu menghasilkan solusi terbaik dengan memanfaatkan pengetahuan orang-orang yang ada dalam perusahaan. Contoh dari *human capital* yang ada dalam perusahaan adalah pendidikan karyawan, *vocational qualification*, semangat *entrepreneurial*, karyawan yang inovatif, pengalaman, dan lain sebagainya.

Beberapa karakteristik yang dapat diukur dalam komponen modal ini adalah program pelatihan, potensi tiap individu, *mentoring*, *recruitment*, hingga program pembelajaran (Hermawan et al., 2020:13). Selain itu Ulum (2017:86) menjelaskan bahwa komponen *human capital* dapat mempresentasikan *individual knowledge*

stock suatu perusahaan yang mana direpresentasikan oleh karyawannya. *Human capital* adalah kombinasi dari edukasi, pengalaman, sikap, dan *genetic inheritance* tentang kehidupan dan bisnis.

2. *Structural Capital* atau *Organizational Capital*

Komponen *structural capital* berbicara tentang bagaimana kemampuan perusahaan dalam memenuhi proses perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan guna menghasilkan kinerja intelektual dan bisnis yang optimal. Komponen ini terdiri dari berbagai properti intelektual yang dimiliki perusahaan seperti *trademarks*, hak cipta, paten, *design rights*, filosofi manajemen, sistem operasional perusahaan, budaya organisasi, sistem informasi dan jaringan, teknologi yang digunakan, hingga hubungan keuangan. Komponen *structural capital* juga memiliki peran penting karena perusahaan yang tidak memiliki sistem yang baik mengakibatkan proses bisnis perusahaan tidak berjalan secara optimal.

3. *Relational Capital* atau *Customer Capital*

Komponen *customer capital* menjadikan hubungan perusahaan dengan para mitranya yang harmonis sebagai nilai tambahan yang nyata bagi perusahaan. Mitra perusahaan di sini bisa merupakan pemasok, pemerintah, maupun masyarakat. Sehingga komponen ini berasal dari "luar" dan diciptakan oleh perusahaan melalui hubungan yang baik. Seperti *brand*, konsumen, loyalitas konsumen, jaringan distribusi, kesepakatan lisensi, kesepakatan *franchise*, hingga kontrak-kontrak yang mendukung.

Tabel 2. 1 Klasifikasi *Intellectual Capital*

<i>Human Capital</i>	<i>Structural Capital</i>	<i>Relational Capital</i>
• Penilaian <i>psychometric</i> • Kompetensi pekerjaan • <i>Entrepreneurial</i> • Jiwa inovatif • Pengetahuan • Pendidikan • <i>Vocational qualification</i> • Kecakapan	<i>Infrastructure assets:</i> • Sistem jaringan • Filosofi manajemen • Budaya perusahaan • Hubungan keuangan • Sistem informasi <i>Intellectual property:</i> • <i>Design rights</i> • <i>Copy right</i> • <i>Patents</i> • <i>Trademarks</i> • <i>Trade secrets</i>	• Brand • Jaringan distribusi • Kolaborasi bisnis • Kesepakatan lisensi • Kontrak yang mendukung • Konsumen • Loyalitas konsumen • Nama perusahaan • <i>Backlog orders</i> • Kesepakatan <i>franchise</i>

Sumber: Wachyu et al., (2020:54)

2.2.1.4 Pengungkapan *Intellectual Capital*

Ulum (2017:235-236) menjelaskan bahwa pengungkapan *intellectual capital* sendiri belum memiliki format baku, tetapi *content analysis* sering kali menjadi pengukur tingkat pengungkapan *intellectual capital* suatu perusahaan dengan prosedur pengodifikasian informasi kuantitatif maupun kualitatif ke dalam kategori yang sebelumnya telah disiapkan. *Content analysis* dibuat dengan menggunakan komponen *intellectual capital* sebagai indikator dalam penilaian.

Menurut Hermawan & Hendrawati (2017:13) terdapat lima alasan perusahaan melakukan pengungkapan atau pelaporan *intellectual capital*, yaitu sebagai berikut:

1. Membantu perusahaan dalam merumuskan strategi bisnis dengan mengidentifikasi dan mengembangkan modal intelektual untuk memperoleh *competitive advantage*.

2. Membawa pada pengembangan indikator-indikator kunci sukses perusahaan yang akan membantu mengevaluasi pencapaian strategi.
3. Membantu mengevaluasi merger dan akuisisi perusahaan, terutama untuk menentukan harga yang dibayar perusahaan pengakuisisi.
4. Pelaporan *intellectual capital nonfinancial* dapat dihubungkan dengan rencana intensif perusahaan.
5. Mengkomunikasikan *intellectual property* yang dimiliki perusahaan kepada *stakeholders* eksternal.

2.2.1.5 Pengukuran *Intellectual Capital*

Menurut Ulum (2017:119), salah satu model pengukuran *intellectual capital* yang populer di berbagai negara adalah *Value Added Intellectual Coefficient* (VAICTM) yang dikembangkan oleh Pulic pada tahun 1997. VAICTM sejatinya mengukur dampak dari pengelolaan *intellectual capital*. Model ini mengasumsikan bahwa perusahaan yang mengelola *intellectual capital* dengan baik akan memiliki dampak yang dapat diukur dengan VAICTM. Hermawan et al., (2020:15) menyebutkan model ini dipengaruhi oleh tiga komponen dasar yakni *Human Capital* (HC), *Structural Capital* (SC), dan *Capital Employee* (CE).

Ulum (2017:121) mengemukakan, langkah pertama dalam model ini adalah mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh nilai tambah atau *value added* (VA) yang dinilai objektif dalam melihat keberhasilan dan kemampuan bisnis perusahaan. Penciptaan nilai atau *value creation* perusahaan dalam model ini dapat dihitung dengan:

$$VA = OP + EC + D + A$$

Keterangan:

OP : *Operating profit* (Laba Operasi)

EC : *Employee cost* (Beban Karyawan)

D : *Depreciation* (Depresiasi)

A : *Amortization* (Amortisasi)

Selanjutnya, perhitungan dilanjutkan dengan VACA, VAHU, dan STVA sebagai faktor yang mempengaruhi *value added*, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. *Value Added of Capital Employed* (VACA)

VACA merupakan indikator untuk *value added* yang diciptakan dari unit *physical capital*. Pulic mengasumsikan jika 1 unit *capital employed* menghasilkan laba yang lebih besar daripada perusahaan lainnya, maka perusahaan tersebut memiliki pemanfaatan *capital employed* yang lebih baik (Silalahi, 2021:6). Formula untuk menghitung VACA menurut Hermawan et al., (2020:25) adalah sebagai berikut:

$$VACA = VA/CE$$

Keterangan:

VA : *Value Added*

CE : *Capital Employed* (Ekuitas dan Laba Bersih)

2. *Value Added Human Capital* (VAHU)

VAHU menggunakan seberapa banyak *value added* yang dihasilkan dengan biaya yang dikeluarkan untuk tenaga kerja (Silalahi, 2021:6). Maka rasio ini

menunjukkan kontribusi dari setiap rupiah yang diinvestasikan dalam *human capital* terhadap nilai tambah perusahaan dengan formula sebagai berikut (Hermawan et al., 2020:25):

$$VAHU = VA/HC$$

Keterangan:

VA : *Value Added*

HC : *Human Capital* (Beban Karyawan)

3. *Structural Capital Value Added* (STVA)

STVA menunjukkan seberapa jauh kontribusi *structural capital* terhadap penciptaan nilai bagi organisasi. STVA mengukur *structural capital* yang dibutuhkan organisasi dalam menciptakan 1 rupiah nilai tambah. Namun STVA bukanlah indikator independen karena besarnya tergantung besaran HC (Silalahi, 2021:7). Hal tersebut tergambar dalam formula STVA dimana *structural capital* didapat dari hasil pengurangan nilai tambah oleh *human capital* sebagai berikut (Hermawan et al., 2020:25):

$$STVA = SC/VA$$

Keterangan:

SC : *Structural Capital* (VA-HC)

VA : *Value Added* (Nilai Tambah)

4. *Value Added Intellectual Capital Coefficient* (VAICTM)

Value Added Intellectual Capital Coefficient (VAICTM) merupakan penjumlahan total dari perhitungan ketiga komponen sebelumnya dengan formula sebagai berikut (Hermawan et al., 2020:25):

$$\text{VAIC}^{\text{TM}} = \text{VACA} + \text{VAHU} + \text{STVA}$$

Ulum (2017:136) dalam penelitiannya mengelompokkan hasil perhitungan VAICTM ke dalam beberapa kategori sebagai berikut:

- a. *Top performers* jika skor VAICTM lebih besar dari 3,00.
- b. *Good performers* jika skor VAICTM antara 2,00 sampai 2,99.
- c. *Common performers* jika skor VAICTM antara 1,5 sampai 1,99.
- d. *Bad performes* jika skor VAICTM lebih kecil dari 1,5.

Dalam penelitian ini, *intellectual capital* akan diukur dengan menggunakan VAICTM yang dikembangkan oleh Pulic, karena memperhitungkan seluruh komponen modal intelektual, yakni *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital* sehingga hasil pengukuran diharapkan lebih menyeluruh dan akurat serta dapat diketahui seberapa kuantitas nilai baru yang dihasilkan oleh masing-masing komponen. Selain itu, indikator VAICTM dinilai mudah karena seluruh datanya tersedia di laporan keuangan perusahaan.

2.2.2 Profitabilitas

2.2.2.1 Pengertian Profitabilitas

Kasmir (2018:196) mengemukakan, profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi.

Menurut Sudana (2015:25), profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimilikinya, seperti aktiva, ekuitas, ataupun penjualan perusahaan.

Harahap (2018:304) menyatakan bahwa profitabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana perusahaan dalam mendapatkan laba melalui semua aktivitasnya, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya.

Profitabilitas dapat digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba dari kegiatan normal perusahaannya. Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan melalui semua sumber daya dan kemampuan yang dimilikinya yaitu berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset, dan penggunaan modal. Penggunaan profitabilitas tidak hanya sebagai ukuran hasil keuangan, tetapi juga sebagai alat untuk mengevaluasi efektivitas kinerja manajemen, dimana kinerja yang baik tercermin dari kemampuan manajemen dalam menghasilkan laba yang maksimal bagi perusahaan (Alexander Thian, 2022:109).

Dari beberapa pengertian profitabilitas di atas, penulis menyimpulkan bahwa pengertian dari profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh laba atau keuntungan yang diinginkan. Profitabilitas dapat mencerminkan efisiensi penggunaan sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba atau keuntungan.

2.2.2.2 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Profitabilitas tidak hanya berguna bagi perusahaan saja, tetapi dapat berguna juga bagi pihak eksternal perusahaan. Menurut Alexander Thian (2022:110) tujuan dan manfaat dari profitabilitas adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengukur laba yang diperoleh perusahaan selama periode tertentu.
2. Untuk membandingkan laba perusahaan pada tahun sekarang dan tahun sebelumnya.
3. Untuk menilai dan mengukur perkembangan laba perusahaan dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai dan mengukur besarnya laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.
5. Untuk menilai dan mengukur besarnya laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas.
6. Untuk menilai dan mengukur besarnya margin laba kotor atas penjualan bersih.
7. Untuk menilai dan mengukur besarnya margin laba operasional atas penjualan bersih.
8. Untuk menilai dan mengukur besarnya margin laba bersih atas penjualan bersih.

2.2.2.3 Pengukuran Profitabilitas

Menurut Alexander Thian (2022:111) terdapat beberapa cara untuk mengukur profitabilitas, diantaranya:

1. Hasil Pengembalian atas Aset (*Return on Asset*)

Hasil pengembalian atas aset (ROA) adalah rasio yang menunjukkan seberapa efektif aset perusahaan dalam menghasilkan laba bersih. Rasio ini juga digunakan untuk mengevaluasi seberapa jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Semakin tinggi pengembalian atas aset maka akan semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dapat dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Sedangkan jika semakin rendah hasil pengembalian aset, maka akan semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dapat dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung ROA:

$$Return\ on\ Asset = \frac{Laba\ Bersih}{Total\ Aset}$$

2. Hasil Pengembalian atas Ekuitas (*Return on Equity*)

Hasil pengembalian atas ekuitas (ROE) adalah rasio yang menggambarkan sejauh mana ekuitas suatu perusahaan berkontribusi dalam menghasilkan laba bersih. Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas. Semakin tinggi hasil pengembalian atas ekuitas maka akan semakin tinggi pula laba bersih yang dapat dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas. Sedangkan jika semakin rendah hasil pengembalian atas ekuitas, maka akan semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dapat dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung ROE:

$$Return\ on\ Equity = \frac{Laba\ Bersih}{Total\ Ekuitas}$$

3. Margin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

Margin laba kotor (GPM) adalah rasio yang akan digunakan untuk mengukur persentase laba kotor dari penjualan laba bersih perusahaan. Rasio ini dihitung dengan membagi laba kotor dengan penjualan bersih. Laba kotor sendiri didapat dari selisih antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan. Semakin tinggi margin laba kotor, maka semakin besar pula persentase laba kotor yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini bisa disebabkan oleh tingginya harga jual atau rendahnya harga pokok penjualan, begitu pula sebaliknya. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung GPM:

$$Gross\ Profit\ Margin = \frac{Laba\ Kotor}{Penjualan\ Bersih}$$

4. Margin Laba Operasional (*Operating Profit Margin*)

Margin laba operasional (OPM) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur persentase laba operasional dari penjualan bersih suatu perusahaan. Rasio ini dihitung dengan membagi laba operasional dengan penjualan bersih. Laba operasional sendiri didapatkan dengan mengurangi laba kotor dengan beban operasional. Beban operasional dapat terdiri dari beban penjualan, beban umum, dan administrasi. Semakin tinggi margin laba operasional, maka akan semakin besar pula persentase laba operasional yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini bisa disebabkan oleh tingginya laba kotor atau rendahnya beban operasional, begitu juga sebaliknya. Rumus yang digunakan untuk menghitung OPM:

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

5. Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Margin laba bersih (NPM) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur persentase laba bersih dari penjualan bersih suatu perusahaan. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih dengan penjualan bersih. Laba bersih sendiri didapatkan setelah memperhitungkan beban pajak penghasilan. Semakin tinggi margin laba bersih, maka akan semakin besar pula persentase laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini bisa disebabkan oleh tingginya laba sebelum pajak penghasilan. Rumus yang digunakan untuk menghitung NPM:

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

Diantara beberapa pengukuran profitabilitas di atas, penulis memutuskan menggunakan indikator *Return on Assets*. *Return on Asset* dipilih karena memberikan gambaran yang lebih luas tentang kinerja perusahaan karena mempertimbangkan seluruh aset untuk menghasilkan laba dan rasio ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi dan mengatasi inefisiensi pada operasi perusahaan (Alexander Thian, 2022:111).

2.2.3 *Leverage*

2.2.3.1 Pengertian *Leverage*

Leverage adalah kemampuan untuk membayar kewajiban jangka panjang perusahaan. Indikator yang sering digunakan adalah *debt asset ratio* (DAR) yaitu

perbandingan utang jangka panjang perusahaan dibandingkan seluruh aset yang dimiliki perusahaan (Kristanti, 2019:20).

Menurut Harahap (2018:306) *leverage* merupakan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal maupun aset. *Leverage* juga dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal (*equity*) ataupun aset.

Kasmir (2018:151) menyatakan *leverage* menggambarkan sejauh mana perusahaan dibiayai oleh hutangnya melalui aktiva maupun ekuitas. Dengan kata lain berupa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dalam pemenuhan aktiva dan modal.

Leverage merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam mengelola liabilitasnya, dengan menggunakan pengukuran berikut ini: *debt to equity ratio*, *long term debt total capital*, *debt ratio*, *interest coverage*, dan *net worth growth* (Wijaya, 2017:32).

Sudana (2015:23) mengemukakan, *leverage* merupakan suatu kemampuan perusahaan untuk mengetahui berapa besar penggunaan utang dalam pembelanjaan perusahaan yang diukur dengan *debt to equity ratio*, *debt to assets ratio*, *long term debt to equity ratio*.

Berdasarkan beberapa definisi di atas maka penulis menyimpulkan, *leverage* merupakan kemampuan perusahaan dalam membiayai aset yang dimilikinya dengan dana di luar perusahaan (hutang) serta bagaimana perusahaan memenuhi semua kewajibannya. Selain itu, *leverage* digunakan untuk mengetahui penggunaan utang atau pinjaman untuk meningkatkan potensi keuntungan suatu

perusahaan. Dengan kata lain, leverage adalah upaya untuk memperbesar hasil yang diperoleh dengan menggunakan modal yang relatif lebih kecil.

2.2.3.2 Tujuan dan Manfaat *Leverage*

Analisis terhadap rasio *leverage* diperlukan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar utang-utangnya apabila suatu saat perusahaan dilikuidasi atau dibubarkan. Dengan menggunakan rasio *leverage*, perusahaan dapat mengetahui kondisi keuangan dan penggunaan modal, baik yang berasal dari modal sendiri maupun modal dari luar. Menurut Kasmir (2018:153) terdapat beberapa tujuan dan manfaat perusahaan menggunakan *leverage* diantaranya:

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditur).
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman, termasuk bunga).
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.
6. Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang akan segera ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki, dan tujuan lainnya.

Sementara manfaat *leverage* menurut Kasmir (2018:154), yaitu:

1. Untuk menganalisis kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya.
2. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran dan bunga).
3. Untuk menganalisis keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Untuk menganalisis seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.
6. Untuk menganalisis menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menganalisis berapa dana pinjaman yang akan segera ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki, dan tujuan lainnya.

2.2.3.3 Pengukuran *Leverage*

Pada *leverage* terdapat beberapa indikator pengukuran berdasarkan yang dijelaskan oleh Kasmir (2018:155), yaitu sebagai berikut:

1. *Debt to Asset Ratio* (DAR)

Rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Dengan kata lain, rasio ini mengukur seberapa besar aktiva yang dimiliki perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva. Rumus untuk mencari *debt to asset ratio* sebagai berikut:

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}}$$

2. Debt to Equity Ratio (DER)

Rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang. Rumus untuk mencari *debt to equity ratio* sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Ekuitas}}$$

3. Long Term Debt to Equity Ratio (LTDtER)

Rasio yang mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang dengan cara membandingkan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Rumus untuk mencari *long term debt to equity ratio* sebagai berikut:

$$\text{Long Term Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Long Term Debt}}{\text{Equity}}$$

4. Time Interest Earned

Rasio untuk mencari jumlah kali perolehan bunga atau mengukur seberapa besar jaminan keuntungan yang digunakan untuk membayar bunga utang jangka panjang. Rasio ini juga diartikan oleh James C. Van Horne sebagai kemampuan perusahaan untuk membayar biaya bunga. Rumus untuk mencari *time interest earned* sebagai berikut:

$$\text{Time Interest Earned} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Interest Expense}}$$

5. *Fixed Charge Coverage*

Rasio yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan untuk menutup beban tetapnya termasuk pembayaran dividen saham preferen, bunga, angsuran pinjaman, dan sewa. Biaya tetap merupakan biaya bunga ditambah kewajiban sewa tahunan atau jangka panjang. Rumus untuk mencari *fixed charge coverage* sebagai berikut:

$$\text{Fixed Charge Coverage} = \frac{\text{EBT} + \text{Biaya Bunga} + \text{Kewajiban Sewa/Lease}}{\text{Biaya Bunga} + \text{Kewajiban Sewa/Lease}}$$

Dalam penelitian ini penulis memilih untuk menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) karena rasio tersebut dapat digunakan untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang dan membantu perusahaan dalam menilai resiko (Munzir et al., 2023). Menurut Siregar (2017:69) nilai DER dibagi menjadi beberapa kriteria:

Tabel 2. 2 Kriteria DER

Kriteria	Nilai DER
Sangat Baik	<0,75
Baik	0,75-1
Buruk	1-2
Sangat Buruk	>2

Sumber: Siregar (2017:69)

2.2.4 Ukuran Perusahaan (*Firm Size*)

2.2.4.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Hartono, (2015:254) mendefinisikan ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan yang dapat diukur dengan total aktiva atau besar harta perusahaan dengan menggunakan total aktiva. Sependapat dengan Hery (2017:12)

yang mengemukakan ukuran perusahaan merupakan gambaran atas besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dinyatakan melalui total aset ataupun total penjualan bersih.

Menurut Brigham & Houston (2015:4) ukuran perusahaan didefinisikan sebagai ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang dapat diukur melalui nilai total aset, jumlah laba, beban pajak, dan lain sebagainya. Sedangkan menurut Leksono et al., (2019) ukuran perusahaan merupakan ukuran yang menyatakan besar kecilnya perusahaan yang tercermin dari nilai ekuitas, penjualan, atau total aset.

Dari beberapa pengertian di atas, dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan ditentukan oleh total aset, total ekuitas, total penjualan, nilai pasar saham, dan faktor lain yang mempengaruhi besar atau kecilnya ukuran suatu perusahaan.

2.2.4.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Menurut UU RI No. 20 Tahun 2008, ukuran perusahaan diklasifikasikan menjadi 4 yaitu perusahaan dengan skala mikro, kecil, menengah, dan besar. Berikut klasifikasi ukuran perusahaan menurut UU RI No. 20 Tahun 2008:

1. Perusahaan Mikro

Perusahaan mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang. Perusahaan mikro memiliki kekayaan bersih maksimal Rp 50.000.000,00 (tidak termasuk tanah dan bangunan) dan penjualan tahunannya maksimal Rp 300.000.000,00.

2. Perusahaan Kecil

Perusahaan kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang. Perusahaan kecil memiliki kekayaan bersih Rp 50.000.000,00 sampai Rp 500.000.000,00 (tidak termasuk tanah dan bangunan) dan penjualan tahunannya Rp 300.000.000,00 sampai Rp 2.500.000.000,00.

3. Perusahaan Menengah

Perusahaan menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki sendiri, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang. Perusahaan menengah memiliki kekayaan bersih Rp 500.000.000,00 sampai Rp 10.000.000.000,00 (tidak termasuk tanah dan bangunan) dan penjualan tahunannya Rp 2.500.000.000,00 sampai Rp 50.000.000.000,00.

4. Perusahaan Besar

Perusahaan besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunannya lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta,

usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia. Perusahaan besar memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 10.000.000.000,00 (tidak termasuk tanah dan bangunan) dan penjualan tahunannya lebih dari Rp 50.000.000.000,00.

Tabel 2. 3 Kriteria Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kekayaan Bersih	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	>50 juta – 500 juta	> 300 juta – 2,5 miliar
Usaha Menengah	>500 juta – 10 miliar	>2,5 miliar – 50 miliar
Usaha Besar	>10 miliar	>50 miliar

Sumber: Leksono et al., (2019)

2.2.4.3 Pengukuran Ukuran Perusahaan

Menurut Hartono (2015:282) ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil suatu perusahaan menurut berbagai cara diantaranya dengan total aset, nilai pasar saham dan lain-lain.

Rumus untuk ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Total Aset}$$

Total aset terdiri dari aset lancar, aset tetap dan aset tidak berwujud. Aset lancar yaitu aset yang mudah dikonversikan menjadi uang dan memiliki masa manfaat satu tahun seperti kas, piutang dagang, perlengkapan kantor, persediaan barang dagang. Sedangkan aset tetap adalah aset yang tidak mudah dikonversi dan memiliki masa manfaat lebih dari satu tahun seperti tanah, bangunan, mesin, dan peralatan. Untuk aset tidak berwujud yaitu aset yang tidak ada fisiknya seperti *good will*, hak paten, hak cipta, hak sewa, merek dagang, dan lain-lainnya. Total aset dipilih untuk pengukuran ukuran perusahaan karena dapat mencerminkan sumber

daya yang dimiliki perusahaan untuk operasinya. Total aset dianggap lebih stabil dibandingkan dengan total penjualan yang mudah berfluktuasi karena dipengaruhi oleh kondisi pasar.

2.2.5 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

2.2.5.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Menurut Mardikanto (2018:92) *Corporate Social Responsibility* didefinisikan sebagai berikut:

“*Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah sebuah konsep dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis dan di dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan secara sukarela yang mengarah pada keberhasilan bisnis yang berkelanjutan”.

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap para pemangku kepentingan dalam semua aspek operasi perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Pratama, 2020:94). *Corporate Social Responsibility (CSR)* sangat berkaitan dengan pembangunan berkelanjutan, dimana keputusan yang diambil oleh perusahaan tidak hanya berfokus pada tingkat perolehan laba tetapi juga harus mempertimbangkan dampak sosial dan dampak lingkungan yang timbul dari keputusan perusahaan, baik itu jangka pendek maupun jangka panjang (Rosidah & Almunawwaroh, 2021:220).

Menurut Kholis (2020), *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan salah satu wujud partisipasi dunia usaha dalam pembangunan berkelanjutan untuk

mengembangkan program kepedulian perusahaan kepada masyarakat sekitar melalui penciptaan dan pemeliharaan keseimbangan antara mencetak keuntungan, fungsi-fungsi sosial dan pemeliharaan lingkungan hidup.

Rosidah & Almunawwaroh (2021:224) memberikan penjelasan tentang CSR, yaitu:

“Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, di antaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan”.

Menurut Jumadiah et al., (2018:7), *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Dari berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan untuk mendorong pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan meningkatkan kualitas hidup karyawan, komunitas, masyarakat, dan juga lingkungan yang bertujuan untuk menyeimbangkan aspek ekonomi, sosial dan lingkungan sebagai salah satu bentuk komitmen dan tanggung jawab perusahaan atas dampak sosial dan lingkungan dari setiap kegiatan bisnis yang dilakukan.

2.2.5.2 Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Saefullah & Sule (2019:66), manfaat dari tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR) adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi Perusahaan

Manfaat bagi perusahaan dari adanya tanggung jawab sosial adalah perusahaan akan mendapatkan citra positif dari masyarakat akan adanya perusahaan. Bagi masyarakat, kegiatan perusahaan dalam jangka panjang dianggap memberikan kontribusi positif, karena selain membantu perekonomian masyarakat, perusahaan juga dianggap membantu masyarakat dalam mewujudkan keadaan yang lebih baik di masa yang akan datang. Perusahaan tidak hanya dianggap menawarkan produk untuk dibeli oleh masyarakat, tetapi juga dianggap menawarkan sesuatu yang akan membawa perbaikan bagi masyarakat.

2. Manfaat bagi Masyarakat

Selain beberapa kepentingan masyarakat yang diperhatikan oleh perusahaan, masyarakat juga mendapatkan pandangan baru mengenai hubungan antara perusahaan dan masyarakat yang sering dipahami sebagai hubungan produsen-konsumen. Masyarakat memiliki pandangan baru bahwa hubungan antara masyarakat dan perusahaan perlu diarahkan untuk melakukan kerja sama yang saling menguntungkan kedua belah pihak. Hubungan masyarakat dan perusahaan tidak lagi dianggap sebagai hubungan antara pihak yang mengeksploitasi dan pihak yang tereksploitasi, tetapi hubungan kemitraan dalam membangun lingkungan yang lebih baik. Tidak hanya sektor perekonomian, tetapi juga dalam sektor sosial, pembangunan, dan lain-lain.

3. Manfaat bagi Pemerintah

Sebagai pihak yang mendapat legitimasi untuk mengubah tatanan masyarakat kearah yang lebih baik, pemerintah akan mendapatkan mitra dalam mewujudkan tatanan masyarakat tersebut. Sebagian tugas pemerintah dapat dijalankan oleh masyarakat, dalam hal ini perusahaan atau organisasi bisnis.

2.2.5.3 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan seringkali memberikan dampak baik secara langsung maupun tidak langsung bagi lingkungan di sekitar operasional perusahaan untuk meminimalisir berbagai dampak yang terjadi atas berdirinya perusahaan. Saat ini, berbagai perusahaan, mayoritas perusahaan multinasional baik yang bergerak di sektor manufaktur, sektor jasa, sektor ekstraktif, dan sektor genetika telah mengumumkan laporan tata kelola perusahaan beserta dampak yang ditimbulkan perusahaan terhadap ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam sustainability report dengan menggunakan kerangka *sustainability report* yang dikembangkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) (Jumadiah et al., 2018:34).

Menurut Rosidah & Almunawwaroh (2021:2026) menjelaskan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada laporan tahunan perusahaan merupakan laporan aktivitas tanggung jawab sosial yang telah dilakukan perusahaan yang berkaitan dengan perhatian terhadap masalah dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Standar pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia merujuk pada standar yang diterapkan GRI (*Global Reporting Initiative*). Standar GRI dipilih karena lebih memfokuskan pada standar pengungkapan sebagai kinerja ekonomi,

sosial dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas dan pemanfaatan *sustainability reporting* (Rosidah & Almunawwaroh, 2021:2020)

Rumus pengukuran pengungkapan CSR menurut Nurlaela (2019:21) adalah sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan:

$CSRI_j$: *Corporate Social Responsibility Indeks* Perusahaan j

$\sum X_{ij}$: Total angka atau skor yang diperoleh oleh masing-masing perusahaan, dengan menggunakan metode dummy variabel: 1 jika item diungkapkan; dan 0 jika item tidak diungkapkan.

N_j : Jumlah kriteria pengungkapan CSR untuk perusahaan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan indikator GRI Standar 2021 versi G2, yang membagi pengungkapannya dalam 117 item pengungkapan. Terlampir.

2.2.6 Pengukuran Rasio

Semua rasio yang telah dijelaskan di atas akan lebih bermakna apabila terdapat standar pengukuran, seperti perusahaan sejenis yang terbaik atau rata-rata industri. Dengan kata lain, apakah rasio perusahaan yang diteliti berada di atas atau di bawah rata-rata industri. Prinsipnya, jika rasio perusahaan yang sedang diteliti lebih tinggi dari rata-rata industri maka perusahaan dapat dianggap baik khususnya apabila rasio tersebut menunjukkan tentang hasil berupa laba maupun posisi aktiva dalam perusahaan. Sebaliknya, apabila rasio tersebut menunjukkan tentang posisi

biaya dan utang yang lebih tinggi dari rata-rata industri, maka perusahaan sedang dalam keadaan yang kurang baik (Siregar,2017:69).

Menurut Kasmir (2018), terdapat beberapa standar industri untuk tiap jenis rasio diantaranya adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 4 Rata-rata Standar Industri

No	Jenis-Jenis Rasio		Rata-rata Industri
1	Rasio Likuiditas		
	a	<i>Current Ratio</i>	2 kali
	b	<i>Quick Ratio</i>	1,5 kali
	c	<i>Cash Ratio</i>	50%
	d	<i>Cash Turn Over</i>	10%
	e	<i>Inventory to Net Working Capital</i>	12%
2	Rasio Solvabilitas		
	a	<i>Debt to Equity Ratio</i>	90%
	b	<i>Times Interest Earned</i>	10 kali
	c	<i>Fixed Charge Coverage</i>	10 kali
	d	<i>Long Term Debt to Equity Ratio</i>	10 kali
	e	<i>Debt to Total Asset</i>	35%
3	Rasio Aktivitas		
	a	<i>Receivable Turn Over</i>	15 kali
	b	<i>Inventory Turn Over</i>	20 kali
	c	<i>Working Capital Turn Over</i>	6 kali
	d	<i>Days of Receivable</i>	60 hari
	e	<i>Days of Inventory</i>	19 hari
	f	<i>Total Asset Turn Over</i>	2 kali
	g	<i>Fixed Asset Turn Over</i>	5 kali
4	Rasio Profitabilitas		
	a	<i>Gross Profit Margin</i>	30%
	b	<i>Net Profit Margin</i>	20%
	c	<i>Return on Equity</i>	40%
	d	<i>Return on Asset</i>	30%
	e	<i>Return on Investment</i>	30%

2.2.7 Kajian Empiris

Referensi dan bukti pendukung yang digunakan oleh penulis dalam melakukan penelitian ini berasal dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan, yaitu sebagai berikut:

1. N. Y. Siregar & Safitri (2019), “Pengaruh Pengungkapan *Enterprise Risk Management*, *Intellectual Capital*, Nilai Perusahaan, dan *Sustainability Report* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2017”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai perusahaan dan *sustainability report* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan pengungkapan *enterprise risk management* dan *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
2. Bestari et al., (2022), “Pengaruh *Intellectual Capital* dan Kepemilikan Publik Terhadap pengungkapan CSR pada Bank yang ada di Otorisasi Jasa Keuangan Periode 2017-2019”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *intellectual capital* dan kepemilikan publik berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.
3. Septiana et al., (2021), “Pengaruh *Intellectual Capital* dan *Return Saham* berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2018”. Hasil penelitian ini menunjukkan *intellectual capital* dan *return saham* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

4. Danduru et al., (2024), “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2020”. Hasil penelitian ini menunjukkan profitabilitas (ROA) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR, *leverage* (DER) berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, ukuran perusahaan (TA) berpengaruh dan signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan secara simultan profitabilitas (ROA), *leverage* (DER), dan ukuran perusahaan (TA) berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.
5. Bestari et al., (2022), “Pengaruh *Intellectual Capital* dan Kepemilikan Publik terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Otorisasi Jasa Keuangan periode 2017-2019”. Hasil penelitian ini menunjukkan *Intellectual Capital* maupun kepemilikan publik tidak memiliki dampak signifikan terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.
6. Dianti (2019), “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan yang Terdaftar pada Indeks SRI-Kehati Tahun 2013-2017”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan secara parsial profitabilitas dan *leverage* memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR, dan ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

7. Asrorudin et al., (2023), “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2021”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas yang diukur dengan ROA berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan likuiditas yang diukur dengan CR dan *leverage* yang diukur dengan DER secara parsial berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, dan ukuran perusahaan yang diukur dengan Ln Asset secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
8. Khanifah et al., (2021), “Pengaruh *Leverage*, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan Kepemilikan Institusional sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2018”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap CSR, likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, dan kepemilikan institusional tidak mampu memoderasi variabel *leverage*, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
9. Aruan et al., (2024), “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Aneka Industri di BEI tahun 2019-2022”. Hasil pada

penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan perusahaan secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan profitabilitas, *leverage*, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran dewan komisaris secara simultan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR dan ukuran dewan komisaris secara parsial memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

10. Malisa et al., (2022), “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI periode 2016-2020”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas yang diukur dengan ROA berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR, *leverage* yang diukur dengan DER berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR, dan ukuran perusahaan yang diukur dengan *logaritma natural* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR.
11. Asada Tjondro et al., (2024), “Pengaruh Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023”. Hasil dari penelitian ini adalah profitabilitas yang diukur dengan ROA berdampak positif tetapi tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR, serupa dengan *leverage* yang diukur dengan DER tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR tetapi memiliki dampak positif.

12. Pratiwi & Ismawati (2019), “Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014”. Penelitian ini menghasilkan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*, sedangkan *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, dan secara simultan tipe perusahaan, ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
13. Sitompul (2021), “ Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, dan Jumlah Anggota Komisaris terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2020”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial ukuran perusahaan dan *leverage* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan secara parsial profitabilitas dan jumlah anggota komisari berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR, dan secara simultan ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan jumlah anggota komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
14. Isra Laili & Apramilda (2023), “Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019”. Hasil dari penelitian ini adalah ukuran perusahaan berpengaruh

secara signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, dan secara simultan ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas berpengaruh dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

15. Putra & Setiawan (2022), “Analisis Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2020”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan secara parsial profitabilitas dan *leverage* tidak berdampak pada pengungkapan CSR, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.
16. Yusuf Afrizal (2024), “Pengaruh Dewan Komisaris, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2017-2021”. Hasil dari penelitian ini adalah ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap pengungkapan CSR, ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR, dan *leverage* tidak berpengaruh dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.

17. Yanti et al., (2021), “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2017-2019”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial ukuran perusahaan dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan ukuran dewan komisaris, *leverage*, dan profitabilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
18. Afifah & Immanuela (2021), “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, dan *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan *Consumer Goods* yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2018”. Hasil dari penelitian ini adalah ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan ukuran dewan komisaris dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
19. Saragih & Sembiring (2019), “Pengaruh *Corporate Governance*, Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2017. Hasil penelitian ini yaitu *corporate governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR,

leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, dan ukuran perusahaan juga tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

20. Valentino & Setiawan (2024), “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2020-2022”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, *leverage*, dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan umur perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
21. Silaban et al., (2022), “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, *Risk Minimization*, dan *Media Exposure* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan *Property and Real Estate* yang Listing di BEI Tahun 2017-2020”. Hasil dari penelitian ini adalah secara parsial profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, *risk minimization*, dan *media exposure* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
22. Abbas et al., (2019), “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Kepemilikan Saham Publik terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2014-2017”. Hasil dari penelitian ini adalah

secara parsial profitabilita, ukuran perusahaan, *leverage*, dan kepemilikan saham publik memiliki pengaruh terhadap *corporate saocial responsibility*.

23. Viriany (2019), “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Manufaktur yang *Go Public* dan Terdaftar di BEI Periode Tahun 2015-2017”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, *leverage*, dan likuiditas secara parsial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).
24. Wendy Teofilus (2020), “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan yang masuk dalam Indeks LQ45 yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2017”. Hasil dari penelitian ini adalah ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR, *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengunngkapan CSR.
25. Romadhona & Wibowo (2020), “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas, Likuiditas, dan Kepemilikan Institusional terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social*

responsibility, sedangkan kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Selain itu dalam penelitian ini juga menghasilkan bahwa secara parsial *leverage*, profitabilitas, dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Tabel 2. 5 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu yang Relevan dengan Rencana Penelitian

No	Peneliti, Tahun, Tempat	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	N. Y. Siregar & Safitri (2019), Perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2013-2017.	• Variabel <i>Intellectual Capital</i> • Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> • Tempat Penelitian	• Variabel <i>Enterprise Risk Management</i> • Variabel Nilai Perusahaan • Tidak ada variabel profitabilitas, <i>leverage</i>, dan ukuran perusahaan.	<i>Intellectual capital</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> . Terdapat pengaruh antara nilai perusahaan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> .	Jurnal Bisnis Darmajaya, Vol. 05, No. 02, Juli 2019. ISSN: 2407-1560
2	Bestari et al., (2022), Bank yang terdaftar di OJK tahun 2017-2019.	• Variabel <i>Intellectual Capital</i> • Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i>	• Variabel Kepemilikan Publik • Tidak ada variabel profitabilitas, <i>leverage</i>, dan ukuran perusahaan • Tempat Penelitian	<i>Intellectual capital</i> dan kepemilikan publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.	Jurnal Manajemen , Vol. 16, No. 02, November 2022.
3	Septiana et al., (2021), Perusahaan manufaktur yang terdaftar	• Variabel <i>Intellectual Capital</i> • Variabel <i>Corporate</i>	• Variabel <i>Return Saham</i> • Tidak ada variabel profitabilitas,	<i>Intellectual capital</i> dan <i>return saham</i> berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.	Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen -Akuntansi,

	di BEI tahun 2018.	<i>Social Responsibility</i>	<i>leverage</i> , dan ukuran perusahaan • Tempat Penelitian		Vol. 17, No. 01, April 2021. p-ISSN: 1693-1378 e-ISSN: 2598-9952
4	Danduru et al., (2024), Perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di be tahun 2016-2020	• Variabel Profitabilitas • Variabel <i>Leverage</i> • Variabel Ukuran Perusahaan • Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i>	• Tidak terdapat variabel <i>Intellectual Capital</i> • Tempat Penelitian	Profitabilitas dan secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. <i>Leverage</i> secara parsial berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan berpengaruh dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Profitabilitas, <i>leverage</i> , dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.	Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi (MEA), Vol. 08, No. 02, 2024. P-ISSN: 2541-5255 E-ISSN: 2621-5306
5	Putra & Setiawan (2022), Perusahaan perbankan yang terdaftar di OJK periode 2017-2019.	• Variabel <i>Intellectual Capital</i> • Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i>	• Variabel Kepemilikan Publik • Tidak terdapat Variabel Profitabilitas, <i>Laverage</i>, dan Ukuran Perusahaan • Tempat penelitian	<i>Intellectual Capital</i> dan Kepemilikan Publik tidak memiliki dampak terhadap pengungkapan CSR.	Jurnal Manajemen, Vol 14, No. 2, 2022. P-ISSN: 1978-6573 E-ISSN: 2477-3010
6	Dianti (2019), Perusahaan yang terdaftar pada indeks	• Variabel Profitabilitas	• Tidak terdapat variabel	Profitabilitas, <i>leverage</i> , dan ukuran perusahaan secara simultan	Jurnal Akuntansi, Audit, dan Sistem

	SRI-Kehati Tahun 2013-2017.	• Variabel <i>Leverage</i> • Variabel Ukuran Perusahaan • Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i>	• <i>Intellectual Capital</i> • Tempat penelitian	berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Secara parsial profitabilitas dan <i>leverage</i> berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.	Informasi Akuntansi, Vol. 03, No. 02, Agustus 2019. ISSN 2550-0732 E-ISSN 2655-8319
7	Asrorudin et al., (2023), Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2021.	• Variabel Profitabilitas • Variabel <i>Leverage</i> • Variabel Ukuran Perusahaan • Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i>	• Tidak terdapat variabel <i>Intellectual Capital</i> • Tempat penelitian	Profitabilitas yang diukur dengan ROA berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Likuiditas yang diukur dengan CR dan <i>leverage</i> yang diukur dengan DER secara parsial berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan yang diukur dengan Ln secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.	Journal of Student Development Informatics Management (JoSDIM), Volme 3, Nomor 2, Oktober 2023. e-ISSN: 2774-8219
8	Khanifah et al., (2021), Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2015-2018.	• Variabel <i>Leverage</i> • Variabel Ukuran Perusahaan • Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i>	• Variabel Likuiditas • Variabel Kepemilikan Institusional • Tidak terdapat variabel <i>Intellectual Capital</i>	<i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR Likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.	Jurnal Riset Akuntansi dan Perbankan, Vol 15, No 1, Februari 2021. ISSN 2088-5008

			• Tempat penelitian	Ukuran perusahaan menunjukkan pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.	E-ISSN 2722p-4104
9	Aruan et al., (2024), Perusahaan aneka industri di BEI tahun 2019-2022.	• Variabel Profitabilitas • Variabel <i>Leverage</i> • Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i>	• Variabel Pertumbuhan Perusahaan • Variabel Ukuran Dewan Komisaris • Tidak terdapat variabel <i>Intellectual Capital</i> • Tempat penelitian	Profitabilitas, <i>leverage</i> , dan pertumbuhan perusahaan secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.	Jurnal Bisnis dan Akuntansi Strategis, Vol. 6, No 3, Juli 2024
10	Malisa et al., (2022), Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2020.	• Variabel Profitabilitas • Variabel <i>Leverage</i> • Variabel Ukuran Perusahaan • Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i>	• Tidak terdapat variabel <i>Intellectual Capital</i> • Tempat peneliti	Profitabilitas, <i>leverage</i> , dan ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR.	Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA), Vol. 4, No. 3, Agustus 2022, Hal 611-624 e-ISSN: 2656-3649
11	Asada Tjondro et al., (2024), Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023.	• Variabel Profitabilitas • Variabel <i>Leverage</i> • Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> • Tempat Penelitian	• Tidak terdapat variabel <i>Intellectual Capital</i>, <i>Leverage</i>, dan Ukuran Perusahaan	Profitabilitas yang diukur dengan ROA dan <i>leverage</i> yang diukur dengan DER secara parsial berdampak positif tetapi tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR	Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (Jebma), Volume: 04, Nomor

					02, Juli 2024 E-ISSN: 2797-7161
12	Pratiwi & Ismawati (2019), Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014.	• Variabel ukuran perusahaan • Variabel <i>Leverage</i> • Variabel Profitabilitas • Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i>	• Variabel tipe industri • Tidak terdapat variabel <i>Intellectual Capital</i> • Tempat penelitian	Ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Tipe perusahaan. Ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.	Surakarta Accounting Review (SAREV), Vol 1, NO. 1, Juni 2019
13	Sitompul (2021), Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020.	• Variabel Ukuran Perusahaan • Variabel Profitabilitas • Variabel <i>Leverage</i> • Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i>	• Variabel Jumlah Anggota Dewan Komisaris • Tidak terdapat variabel <i>Intellectual Capital</i> • Tempat Penelitian	Secara parsial ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR. Secara parsial profitabilitas dan jumlah anggota dewan komisaris berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR. Secara simultan ukuran perusahaan, profitabilita, <i>leverage</i> , dan jumlah anggota komisaris berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR.	Sintaksis: Jurnal Ilmiah Pendidikan, Vol. 1, No. 3, Oktober 2021 P-ISSN: 2775-5606 E-ISSN: 2775-6483

14	Isra Laili & Apramilda (2023), Perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2015-2019.	• Variabel Ukuran Perusahaan • Variabel <i>Leverage</i> • Variabel Profitabilitas • Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> • Tempat penelitian	• Tidak terdapat variabel <i>Intellectual Capital</i>	Secara parsial ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan, <i>leverage</i>, dan profitabilitas berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.	REALIBLE ACCOUNTING JOURNAL, Vol. 2, No. 2, Februari 2023 e-ISSN 2807-1558 p-ISSN 2808-0807
15	Putra & Setiawan (2022), Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020.	• Variabel Profitabilitas • Variabel <i>Leverage</i> • Variabel Ukuran Perusahaan • Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> • Tempat penelitian	• Tidak terdapat variabel <i>Intellectual Capital</i>	Secara parsial profitabilitas dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.	Jurnal Eksplorasi Akuntansi, Vol. 4, No. 3, Juli 2022
16	Yusuf Afrizal (2024), Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021	• Variabel Ukuran Perusahaan • Variabel Profitabilitas • Variabel <i>Leverage</i> • Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i>	• Variabel Ukuran Dewan Komisaris • Tidak terdapat variabel <i>Intellectual Capital</i> • Tempat penelitian	Ukuran perusahaan dan profitabilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR.	<i>Management Studies and Entrepreneurship Journal</i> , Vol. 5, No.1, 2024 ISSN: 1034-1043

17	Yanti et al., (2021), Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019.	• Variabel Ukuran Perusahaan • Variabel <i>Leverage</i> • Variabel Profitabilitas • Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> • Tempat penelitian	• Variabel Dewan Komisaris • Variabel Kepemilikan Institusional • Tidak terdapat variabel <i>Intellectual Capital</i>	Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. <i>Leverage</i> dan profitabilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.	JURNAL KHARISM A, Vol. 3, No. 1, Februari 2021 E-ISSN 2716-2710
18	Afifah & Immanuela (2021), Perusahaan <i>consumer goods</i> yang terdaftar di BEI periode 2015-2018.	• Variabel Ukuran Perusahaan • Variabel Profitabilitas • Variabel <i>Leverage</i> • Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i>	• Variabel Ukuran Dewan Komisaris • Tidak terdapat variabel <i>Intellectual Capital</i> • Tempat penelitian	Ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.	Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi, Vol. 09, No. 02, Agustus 2021 e-ISSN: 2338-6576
19	Saragih & Sembiring (2019), Perusahaan industri dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2016-2017.	• Variabel Profitabilitas • Variabel <i>Leverage</i> • Variabel Ukuran Perusahaan • Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i>	• Variabel <i>Corporate Governance</i> • Tidak terdapat variabel <i>Intellectual Capital</i> • Tempat Penelitian	Profitabilitas, <i>leverage</i> , dan ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.	Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan, Vol. 5, No. 2, September 2019 ISSN: 2443-1079
20	Valentino & Setiawan (2024), Perusahaan Perbankan di BEI periode 2020-2022.	• Variabel Ukuran Perusahaan • Variabel Profitabilitas • Variabel <i>Leverage</i> • Variabel <i>Corporate</i>	• Variabel Umur Perusahaan • Variabel Pertumbuhan Perusahaan • Tidak terdapat variabel <i>Intellectual Capital</i>	Ukuran Perusahaan, <i>leverage</i> dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Umur perusahaan dan profitabilitas	Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis, Vol. 15, No. 2, Mei 2024 ISSN: 2089-1989 e-ISSN: 2656-3649

		<i>Social Responsibility</i>	• Tempat penelitian	tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.	
21	Silaban et al., (2022), Perusahaan <i>property and real estate</i> yang listing di BEI tahun 2017-2020.	• Variabel Profitabilitas • Variabel <i>Leverage</i> • Variabel Ukuran Perusahaan • Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i>	• Variabel <i>Risk Minimization</i> • Variabel <i>Media Exposure</i> • Tidak terdapat variabel <i>Intellectual Capital</i> • Tempat penelitian	Secara parsial profitabilitas, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan, <i>risk minimization</i> , dan <i>media exposure</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> .	Jurnal Ekonomi Trisakti, Vol. 2, No. 2, Oktober 2022 e-ISSN 2339-0840
22	Abbas et al., (2019), Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2014-2017.	• Variabel Profitabilitas • Variabel Ukuran Perusahaan • Variabel <i>Leverage</i> • Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i>	• Variabel Kepemilikan Saham Publik • Tidak terdapat variabel <i>Intellectual Capital</i> • Tempat penelitian	Secara parsial profitabilitas, ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , dan kepemilikan saham publik memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.	<i>COMPETITIVE Jurnal Akuntansi dan Keuangan</i> , Vol. 3, No. 1, 2019
23	Viriany (2019), Perusahaan manufaktur yang <i>go public</i> dan terdaftar di BEI tahun 2015-2017.	• Variabel Profitabilitas • Variabel <i>Leverage</i> • Variabel Ukuran Perusahaan • Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i>	• Variabel Likuiditas • Tidak terdapat variabel <i>Intellectual Capital</i> • Tempat penelitian	Secara parsial profitabilitas, <i>leverage</i> , dan likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.	Jurnal Paradigma Akuntansi, Vol. 1, No. 3, 2019
24	Wendy Teofilus (2020), Perusahaan yang masuk dalam Indeks LQ45 yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada	• Variabel Ukuran Perusahaan • Variabel Profitabilitas • Variabel <i>Leverage</i> • Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i>	• Tidak terdapat variabel <i>Intellectual Capital</i> • Tempat penelitian	Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Pertumbuhan perusahaan dan	Jurnal Manajemen dan Akuntansi, Vol. 21, No.1, 2020. e-ISSN 2747-1187

	tahun 2014-2017.			profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.	
25	Romadhona & Wibowo (2020), Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018.	• Variabel Ukuran Perusahaan • Variabel Profitabilitas • Variabel <i>Leverage</i> • Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i>	• Variabel Likuiditas • Variabel Kepemilikan Institusional • Tidak terdapat variabel <i>Intellectual Capital</i> • Tempat penelitian	Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Secara parsial <i>leverage</i> dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.	Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, Vol 9, No. 2, Februari 2020 e-ISSN: 2460-0585
Sintia Rohmaningsih (2024) 213403060 Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> , Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (Survei pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023)					

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual mengenai hubungan antara teori dengan faktor-faktor yang diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Dalam penelitian ini, *Intellectual Capital* diwakili oleh *Value Added Intellectual Capital Coefficient* (VAICTM), Profitabilitas diwakili oleh *Return on Assets* (ROA), *Leverage* diwakili oleh *Debt to Equity Ratio* (DER), dan Ukuran Perusahaan diwakili oleh Total Aset.

Value Added Intellectual Capital Coefficient (VAICTM), *Return on Assets* (ROA), *Debt to Equity Ratio* (DER), dan *Firm Size* merupakan suatu indikator dari variabel independen yang akan dikaitkan dengan *Corporate Social Responsibility Indeks* Perusahaan (CSRI) yang merupakan indikator dari variabel dependen. Oleh sebab itu, hal tersebut bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *intellectual capital*, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, dengan melakukan survey pada

Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2023.

Menurut Jumadiah et al., (2018:7), *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dengan kata lain, CSR merupakan salah satu wujud partisipasi dunia usaha dalam pembangunan berkelanjutan untuk mengembangkan program kepedulian perusahaan kepada masyarakat sekitar melalui penciptaan dan pemeliharaan keseimbangan antara mencetak keuntungan, fungsi-fungsi sosial dan pemeliharaan lingkungan hidup (Kholis, 2020).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menjadi aspek penting bagi suatu perusahaan, terutama perusahaan pertambangan. Kegiatan operasional perusahaan pertambangan sangat rentan terhadap masalah lingkungan seperti kerusakan ekosistem, pencemaran tanah dan air, dan hilangnya keanekaragaman hayati. Selain itu, penerapan tata kelola perusahaan di perusahaan pertambangan masih belum optimal dan belum diimplementasikan dengan baik. Oleh sebab itu perusahaan harus melakukan pengungkapan CSR untuk menjaga hubungan baik dengan masyarakat dan lingkungan yang akan menjamin keberlangsungan kegiatan operasional perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia masih terbilang rendah yang menyebabkan kualitas pengungkapan CSR juga rendah. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Luthan (2023) menunjukkan bahwa Malaysia menjadi negara dengan kualitas pengungkapan CSR paling tinggi

dengan nilai 38%, sementara Thailand dan Singapura berada pada angka 26% dan 18%. Untuk Indonesia sendiri memiliki tingkat pengungkapan CSR sebesar 10%, Philipina 5%, dan Vietnam 2%.

Teori yang mendukung penelitian ini adalah teori *stakeholder*. Menurut Yanti et al., (2021) menjelaskan bahwa teori *stakeholder* oleh Freeman sejak 1984 menyatakan bahwa manajemen dalam organisasi diharapkan untuk melakukan aktivitas yang dianggap penting oleh *stakeholder* perusahaan dan melaporkan aktivitas-aktivitas tersebut. Teori *stakeholder* dalam perusahaan bukanlah entitas yang beroperasi untuk kepentingan sendiri namun juga harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*.

Menurut Muliawati & Hariyati (2021) perusahaan harus memiliki rasa tanggung jawab sosial dalam mempertimbangkan kepentingan dari semua pihak yang terkena dampak atas tindakan maupun kebijakan strategi dari perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan tergantung pada kemampuan suatu perusahaan untuk menyeimbangkan berbagai macam kepentingan yang ada dari para *stakeholder*, terutama yang memiliki kekuatan dalam ketersediaan sumber daya yang digunakan dalam kegiatan operasional suatu perusahaan. Seperti tenaga kerja, dan produk dari perusahaan. Salah satu pendekatan yang dilakukan untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan adalah dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berdasarkan *Corporate Social Responsibility Indeks* Perusahaan (CSRI) menggambarkan perhitungan perbandingan jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan dengan jumlah total

item yang harus diungkapkan perusahaan dengan mengikuti standar GRI (Gumanti¹ et al., 2019). CSRI dapat menunjukkan seberapa besar perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosialnya terhadap berbagai pemangku kepentingan termasuk masyarakat dan lingkungannya.

Intellectual Capital dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Menurut Silalahi, (2021:1) mengemukakan bahwa *intellectual capital* merupakan suatu aset tak berwujud berupa pengetahuan dan sumber daya informasi yang berguna untuk meningkatkan daya saing perusahaan serta mampu menumbuhkan kinerja keuangan. Dalam *Resources Based Theory*, teori RBT merujuk pada keunggulan perusahaan dan sumber dayanya, di mana jika sumber daya perusahaan unggul maka perusahaan akan memiliki keunggulan yang kompetitif (Hermawan et al., 2020:7). Hubungan *intellectual capital* dengan kinerja keuangan memiliki tingkat yang akurat, maka seharusnya *intellectual capital* juga dapat memiliki hubungan terhadap pengungkapan CSR. Modal intelektual menurut teori ini berpotensi memberikan keuntungan yang signifikan bagi perusahaan (Bestari et al., 2022).

Menurut Werastuti et al., (2023) perusahaan harus menyadari betapa pentingnya mengelola *intellectual capital* yang dimiliki, apabila kinerja *intellectual capital* dapat dilakukan secara maksimal maka perusahaan akan memiliki suatu nilai tambah yang dapat memberikan suatu karakteristik. *Intellectual capital* yang dimiliki perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* untuk menciptakan program berkelanjutan yang inovatif dan relevan. *Structural capital* merupakan salah satu bagian dari *intellectual capital*, dengan

adanya *structural capital* perusahaan dapat mengelola data CSR secara sistematis sekaligus menghasilkan laporan yang akurat dan transparan untuk para pemangku kepentingan.

Alat analisis yang digunakan untuk mengukur *intellectual capital* adalah *Value Added Intellectual Coefficient* (VAICTM). VAICTM sejatinya mengukur dampak dari pengelolaan *intellectual capital*. Model ini mengasumsikan bahwa perusahaan yang mengelola *intellectual capital* dengan baik akan memiliki dampak yang dapat diukur dengan VAICTM (Hermawan et al., 2020:15).

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan *Value Added Intellectual Coefficient* (VAICTM) alat untuk mengukur modal intelektual yang dimiliki suatu perusahaan untuk menumbuhkan daya saing dan meningkatkan kinerja perusahaan. Perusahaan dengan *Intellectual Capital* memiliki pengetahuan mendalam mengenai isu-isu sosial dan lingkungan yang dapat digunakan untuk mengembangkan program CSR yang lebih efektif dan relevan.

Penelitian terdahulu yang mendukung teori di atas yaitu penelitian yang dilakukan oleh Bestari et al., (2022) yang menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan pendapat lainnya N. Y. Siregar & Safitri (2019) menyatakan *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Faktor lain yang dianggap dapat mempengaruhi pengungkapan CSR adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, yang diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan asetnya secara produktif dengan

membandingkan antara laba yang diperoleh dalam satu periode dengan jumlah aset atau jumlah ekuitas perusahaan (Kasmir, 2018:33). Pada teori *stakeholder* dijelaskan bahwa dalam perusahaan manajer memiliki kewajiban untuk bertindak demi kebaikan para *stakeholder*, semakin tinggi keuntungan sebuah perusahaan, maka akan semakin tinggi tekanan perusahaan untuk mempublikasikan laporan tanggung jawab sosial mereka. Perusahaan yang memiliki profit tinggi selalu berusaha meningkatkan tanggung jawab sosialnya untuk menjaga kepercayaan para *stakeholder* dengan tujuan meningkatkan citra dan reputasi perusahaan (Prabantama & Parasetya, 2022).

Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki laba yang cukup setelah dikurangi dengan biaya yang ditimbulkan oleh perusahaan. Menurut Rachman et al., (2017) laba tinggi yang dimiliki oleh suatu perusahaan dapat digunakan untuk kegiatan di luar operasional perusahaan termasuk program sosial dan lingkungan tanpa mengganggu stabilitas keuangan perusahaan. Perusahaan yang memiliki laba tinggi tentunya memiliki lebih banyak dana untuk menjalankan program CSR yang lebih besar sehingga perusahaan dikenal sebagai perusahaan yang memiliki kontribusi terhadap lingkungan, memberdayakan masyarakat sekitar, dan memperjuangkan kesetaraan gender.

Alat analisis yang digunakan untuk mengukur profitabilitas salah satunya adalah *Return on Asset* (ROA). *Return on Asset* (ROA) adalah rasio yang menunjukkan seberapa efektif aset perusahaan dalam menghasilkan laba bersih. Semakin tinggi pengembalian atas aset maka akan semakin tinggi pula jumlah laba

bersih yang dapat dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset (Alexander Thian, 2022:111).

Penelitian terdahulu yang mendukung teori di atas, yaitu penelitian Dianti (2019), Asrorudin et al., (2023), Malisa et al., (2022), Asada Tjondro et al., (2024), Pratiwi & Ismawati (2019), Sitompul (2021), Isra Laili & Apramilda (2023), Yusuf Afrizal (2024), Yanti et al., (2021), menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responnsibility*. Sedangkan pendapat lainnya Viriany (2019), Valentino & Setiawan (2024), Putra & Setiawan (2022), Asada Tjondro et al., (2024), Aruan et al., (2024) menyatakan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Faktor selanjutnya yang dianggap dapat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah *leverage*. Menurut Kasmir (2018:151) menyatakan *leverage* menggambarkan sejauh mana perusahaan dibiayai oleh hutangnya melalui aktiva maupun ekuitas. Dengan kata lain berupa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dalam pemenuhan aktiva dan modal. Menurut teori *stakeholder* semakin besar utang perusahaan maka semakin sedikit biaya dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi lebih fokus untuk menjaga hubungannya dengan kreditur untuk menjaga stabilitas keuangan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung mengesampingkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* rendah (Fauziah, 2019).

Menurut Adiyadnya (2022) perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi seringkali mendapatkan tekanan untuk memaksimalkan profitabilitas demi jalannya aktivitas operasional perusahaan. Akibatnya, perusahaan lebih memprioritaskan peningkatan keuntungan jangka pendek, seperti menekan biaya, daripada melakukan program CSR.

Alat analisis yang digunakan untuk mengukur *leverage* salah satunya *Debt to Equity Ratio* (DER). *Debt to equity ratio* (DER) didefinisikan sebagai rasio yang digunakan untuk menilai liabilitas dengan ekuitas, bertujuan untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan liabilitas (Kasmir, 2018:155).

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *debt to equity ratio* merupakan ukuran yang digunakan dalam suatu laporan keuangan antara liabilitas yang dimiliki oleh suatu perusahaan dengan modal sendiri. Apabila semakin tinggi *debt to equity ratio*, maka jumlah utang lebih tinggi dibandingkan dengan jumlah modal, dan jika semakin rendah *debt to equity ratio* maka jumlah modal lebih tinggi dibandingkan dengan jumlah utang.

Penelitian terdahulu yang mendukung teori di atas adalah penelitian yang dilakukan oleh Danduru et al., (2024), Asrorudin et al., (2023), Khanifah et al., (2021), Pratiwi & Ismawati (2019), Isra Laili & Apramilda (2023), menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan penelitian yang dilakukan Malisa et al., (2022), Asada Tjondro et al., (2024), Yanti

et al., (2021), Valentino & Setiawan (2024), menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Faktor berikutnya yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR adalah ukuran perusahaan. Menurut Hery (2017:12) ukuran perusahaan merupakan gambaran atas besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dinyatakan melalui total aset ataupun total penjualan bersih. Menurut Fauziah (2019:6) berdasarkan pada teori *stakeholder* semakin besar suatu perusahaan maka semakin banyak pihak-pihak yang menjadi bagian dari *stakeholder* perusahaan, sehingga semakin luas pula jangkauan pertanggung jawaban sosial perusahaan. Perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas operasional perusahaan yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat dan *stakeholder* lainnya.

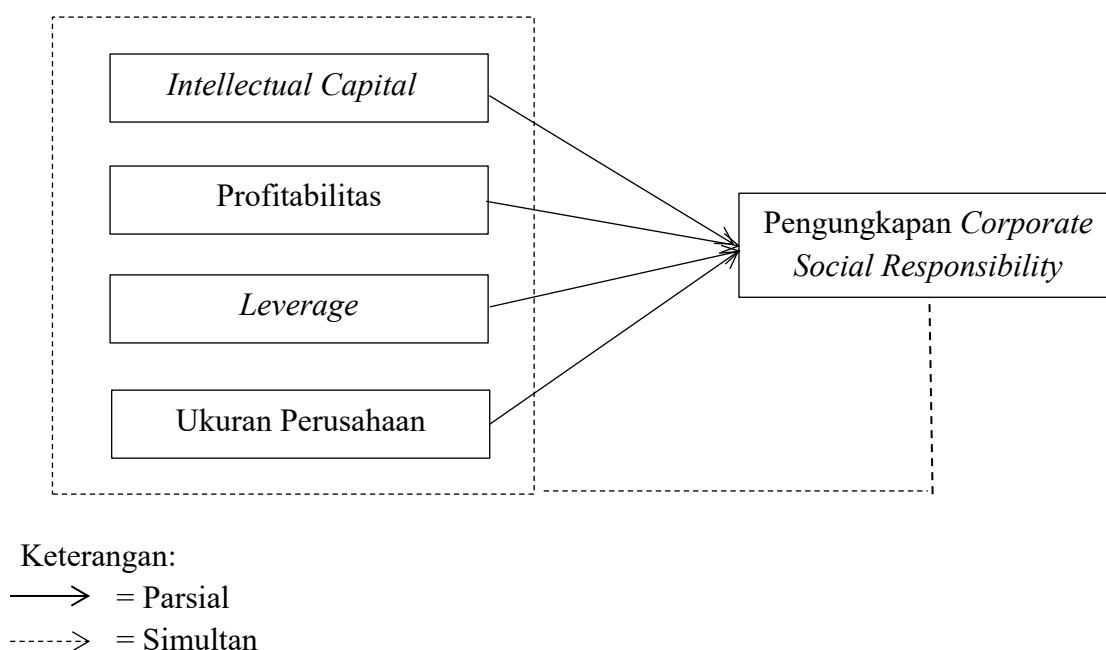
Menurut Wati (2019) perusahaan besar dianggap memiliki kemampuan sumber daya finansial, sumber daya manusia, dan teknologi yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan kecil sehingga publik seringkali memperhatikan perusahaan besar. Sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan besar tersebut dapat digunakan untuk melaksanakan program CSR dan menyusun laporan yang mendetail yang dibutuhkan oleh publik. Aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan besar juga lebih kompleks sehingga rentan menimbulkan isu sosial dan lingkungan. Oleh sebab itu perusahaan besar cenderung melaksanakan dan mengungkapkan informasi CSR untuk menangani dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas perusahaan.

Ukuran perusahaan sering kali diukur menggunakan total aset yang dimiliki. Total aset mencerminkan kapasitas perusahaan dalam mengelola sumber daya dan

beroperasi secara efektif. Oleh sebab itu, ukuran perusahaan dapat diukur dengan meninjau dengan total aset yang dimiliki oleh perusahaan (Hartono, 2015).

Beberapa penelitian terdahulu yang sejalan dengan teori tersebut adalah penelitian yang dilakukan oleh Wendy Teofilus (2020), Romadhona & Wibowo (2020), Viriany (2019), Valentino & Setiawan (2024), Afifah & Immanuela (2021), Yusuf Afrizal (2024), menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Silaban et al., (2022), Dianti (2019), dan Sitompul (2021) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan teori dan hasil analisis penelitian-penelitian terdahulu mengenai keterkaitan variabel independen *Intellectual Capital*, Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan dalam mempengaruhi variabel dependen Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, maka penulis dapat menggambarkan kerangka penelitian sebagai berikut.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian ini telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2020).

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan, tinjauan teori, penelitian terdahulu, dan kerangka teoritis, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. *Intellectual capital*, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2021-2023.
2. *Intellectual capital*, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2021-2023.