

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1. Ukuran Perusahaan

2.1.1.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menurut Seftianne (2011), menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Besar atau kecilnya usaha ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan. Penentuan skala besar kecilnya usaha ditentukan berdasarkan total aset, total penjualan, dan rata rata tingkat penjualan.

Menurut Riyanto (2012:299) perusahaan yang besar dengan sebaran saham perusahaan yang besar akan mempunyai dampak kecil terhadap hilangnya kontrol dari pihak dominan terhadap perusahaan, maka dari itu ukuran perusahaan yang besar cenderung akan lebih berani untuk mengeluarkan saham baru agar memenuhi kebutuhan perusahaan dibanding perusahaan kecil.

Ukuran perusahaan merupakan besar ataupun kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat melalui besarnya ekuitas, penjualan, dan total aktiva perusahaan. Semakin besar total aktiva perusahaan, akan menggambarkan bahwa perusahaan tersebut sudah mencapai tahap kedewasaannya. Perusahaan yang telah mencapai kedewasaan ini menandakan perusahaan tersebut memiliki arus kas yang positif serta diasumsikan memiliki aspek yang menguntungkan dalam periode yang relatif Panjang (I Nyoman dan I Ketut, 2017).

Menurut Harahap (2018:23), ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural (Ln) dari rata-rata total aset perusahaan. Penggunaan total aset berdasarkan pertimbangan bahwa total aset mencerminkan ukuran perusahaan dan diduga

mempengaruhi ketepatan waktu. Rumus dari ukuran perusahaan yaitu sebagai berikut:

Firm Size: Total Aset

Menurut Werner R. Murhadi (2013), ukuran perusahaan diukur menggunakan *Log Natural Total Aset* yang bertujuan agar mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Dengan menggunakan log natural, jumlah aset dengan nilai ratusan miliar bahkan triliun akan disederhanakan, tanpa mengubah proporsi dari jumlah aset yang sesungguhnya. Nilai total aset biasanya bernilai sangat besar dibandingkan dengan variabel keuangan lainnya, maka variabel aset diperhalus menjadi Log Aset atau Ln Total Aset (Ayu dan Ary, 2013).

2.1.1.2 Klasifikasi *Firm Size*

Menurut UU No. 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah adalah sebagai berikut:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, 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 ini.
4. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Kriteria ukuran perusahaan menurut UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 6 adalah:

- 1) Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - a. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- 2) Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
 - a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3) Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 53/POJK.04/2017 kriteria ukuran perusahaan terbagi menjadi perusahaan skala kecil yang memiliki total aset atau istilah lain yang setara, tidak lebih dari Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah). Kemudian perusahaan skala menengah memiliki total aset atau istilah lain yang setara, lebih dari Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah) sampai dengan Rp250.000.000.000,00 (dua ratus lima puluh miliar rupiah) dan perusahaan skala besar memiliki total asset lebih dari Rp250.000.000.000,00 (dua ratus lima puluh miliar rupiah).

Sedangkan menurut Badan Standarisasi Nasional, ukuran perusahaan dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

1. Perusahaan besar. Perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 10 Milyar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki penjualan lebih dari Rp. 50 Milyar/tahun.

2. Perusahaan menengah. Perusahaan menengah adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih Rp. 1-10 Milyar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki hasil penjualan lebih besar dari Rp. 1 Milyar dan kurang dari Rp. 50 Milyar.
3. Perusahaan kecil. Perusahaan kecil adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 Juta tidak termasuk tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjualan minimal Rp. 1 Milyar/tahun.

2.1.1.3 Indikator *Firm Size*

Ukuran perusahaan dapat ditentukan dengan berbagai nilai seperti total aktiva, penjualan, modal, laba dan yang lainnya, nilai tersebut dapat menentukan besar kecilnya perusahaan. Indikator ukuran perusahaan dapat dilakukan menggunakan dua cara, yaitu:

1. Ukuran perusahaan = $\ln$ Total Aset. Aset adalah harta kekayaan atau sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Semakin besar aset yang dimiliki, perusahaan dapat melakukan investasi dengan baik dan memenuhi permintaan produk. Hal ini semakin memperluas pangsa pasar yang dicapai dan akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan.
2. Ukuran perusahaan = $\ln$ Total Penjualan. Penjualan adalah fungsi pemasaran yang sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu mendapatkan laba. Penjualan yang terus meningkat dapat menutup biaya yang keluar pada saat proses produksi. Hal ini laba perusahaan akan meningkat yang kemudian akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

Menurut Setiyadi (2007), ukuran perusahaan juga dapat ditentukan oleh beberapa indikator sebagai berikut:

1. Tenaga kerja, merupakan jumlah pegawai tetap dan honorer yang terdaftar atau bekerja di perusahaan pada suatu saat tertentu.
2. Tingkat penjualan, merupakan volume penjualan suatu perusahaan pada suatu periode tertentu.
3. Total hutang, merupakan jumlah hutang perusahaan pada periode tertentu.
4. Total aset, yang merupakan keseluruhan aktiva yang dimiliki perusahaan pada saat tertentu.

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah total asset. Total asset menurut Dwi Martani (2019) merupakan jumlah semua aset perusahaan, untuk mengetahui total aset perusahaan dapat dilihat dari laporan keuangan yaitu laporan posisi keuangan pada setiap perusahaan.

Sedangkan menurut Juwita et al. (2021) total aset ini mengukur seberapa besar dan kecil suatu perusahaan pada laporan keuangan. Semakin besar total aset menggambarkan kekayaan perusahaan yang besar dan memiliki kinerja yang baik, sehingga akan memberikan daya tarik kepada investor. Semakin banyak investor yang tertarik maka akan semakin meningkat harga saham perusahaan tersebut. Karena ukuran perusahaan itu cerminan dari total aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan (Regi dan Risma, 2017).

2.1.2. *Leverage*

2.1.2.1 *Pengertian Leverage*

Leverage adalah kemampuan perusahaan untuk menggunakan aset atau modal dengan biaya tetap (hutang atau ekuitas) untuk mencapai tujuan perusahaan dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Setelah pengenalan *leverage* ini, diharapkan tingkat aset perusahaan juga akan meningkat.

Menurut I Nyoman dan I Ketut (2017) *leverage* merupakan gambaran atas pemakaian hutang suatu perusahaan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan. Menurut Regi dan Risma (2017) *leverage* menunjukkan besarnya kebutuhan dana perusahaan yaitu dana yang dibiayai oleh utang.

Menurut Agus Zainul Arifin (2018:70) *Leverage* keuangan adalah rasio antara nilai buku seluruh hutang terhadap total aktiva dalam terminologi nilai buku atau hutang dari nilai pasar terhadap nilai total dari suatu perusahaan dalam terminologi nilai pasar.

Sedangkan menurut Hery (2016:162), *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai oleh utang, jadi dapat dikatakan bahwa rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar beban utang yang harus ditanggung perusahaan.

2.1.2.2 *Jenis-jenis Leverage*

1. *Leverage Operasi (Operating Leverage)*

Leverage operasi terjadi setiap kali perusahaan menggunakan aset yang memiliki biaya tetap. Jika perusahaan tidak menggunakan biaya tetap, yaitu semuanya variabel, maka perusahaan menguntungkan. Ketika suatu perusahaan

mengurangi operasinya, biayanya menurun secara proporsional. Selama harga jual lebih tinggi dari biaya variabel, perusahaan mendapat untung. Sebaliknya, jika perusahaan memiliki biaya tetap, maka ada batasan minimal yang harus diproduksi (dan dijual) oleh perusahaan agar tidak mengalami kerugian. Namun, perusahaan memiliki kontrol atas operasi mereka. Meskipun peningkatan *leverage* operasi umumnya meningkatkan risiko perusahaan atau proyek, *leverage* operasi yang lebih besar juga meningkatkan tingkat pengembalian yang diharapkan.

Menurut Rebin dan Suharyono (2020:92) *Operating leverage* menggambarkan perbandingan biaya tetap dan biaya variabel yang dimiliki perusahaan, karena itu dikatakan *operating leverage* akan menguntungkan apabila *sales revenue* atau penerimaan atas penjualan setelah dikurangi biaya variabel lebih besar dari biaya tetap. Dengan demikian *operating leverage* ditentukan oleh hubungan antara *sales revenue* yang diperoleh perusahaan dengan laba sebelum bunga dan pajak (EBIT).

2. *Leverage Keuangan (Financial Leverage)*

Leverage keuangan adalah perubahan biaya pembiayaan yang lebih kecil (tetap) yang menghasilkan perubahan harga yang besar. Misalnya biaya bunga, biaya pinjaman dan biaya terkait utang lainnya. *Leverage* keuangan mengacu pada penggunaan sekuritas pendapatan tetap, yaitu utang dan saham preferen, dan eksposur keuangan. Selain itu, *financial leverage* juga dapat didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menggunakan biaya keuangan tetap (*fixed financial cost*) untuk meningkatkan pengaruh perubahan laba operasi

terhadap laba per saham (EPS). Penggunaan *leverage* dapat meningkatkan ROE yang diharapkan, tetapi *leverage* juga memperlancar distribusi probabilitas dan meningkatkan kemungkinan kerugian besar, sehingga meningkatkan risiko yang ditanggung oleh pemegang saham.

Financial leverage merupakan penggunaan dana yang disertai dengan beban tetap, *financial leverage* ini ditentukan oleh hubungan antara EBIT dan earning per-share dan besarnya EBIT yang menghasilkan *earning per-share* positif, akan dipengaruhi biaya-biaya yang harus dikeluarkan (seperti, interest, pajak), karena itu semakin besar penggunaan dana dari luar perusahaan yang disertai dengan beban tetap (pinjaman jangka panjang, obligasi) akan mempengaruhi *earning per-share* (Rebin dan Suharyono, 2020:94).

3. *Leverage Total (Total Leverage)*

Kombinasi hutang operasi dan keuangan disebut sebagai *Degree of Combined Leverage Effect*, yang menggambarkan besarnya tingkat perubahan yang terjadi atas laba bersih sesudah pajak (NPAT) atau EPS dengan perubahan tingkat penjualan. Keduanya menciptakan efek *leverage* keseluruhan, yaitu perubahan pendapatan bagi pemegang saham yang mempengaruhi penjualan. Umumnya, total utang dihitung dengan membagi margin pembayaran dengan laba operasi dikurangi bunga.

Ketika *leverage* keuangan digabungkan dengan *leverage* operasi, dampak perubahan pendapatan pada laba per saham semakin meningkat. Kombinasi kedua pengungkit ini meningkatkan diversifikasi dan risiko potensi keuntungan

per saham yang berbeda. Risiko keseluruhan ini meningkat dengan meningkatnya *leverage* keseluruhan dan sebaliknya.

2.1.2.3 Tujuan dan Manfaat *Leverage*

Leverage tidak hanya bermanfaat dan memiliki tujuan bagi perusahaan yang menerima saja, tetapi juga bermanfaat bagi pihak di luar perusahaan yang memiliki hubungan dan kepentingan dengan perusahaan seperti halnya investor. Manfaat dari penggunaan *leverage* dalam perusahaan adalah :

- b. Untuk memungkinkan perusahaan agar mengkhususkan pengaruh suatu *leverage* dalam jumlah penjualan atas laba bagi pemegang saham biasa.
- c. Memungkinkan perusahaan untuk menunjukkan hubungan satu sama lain antara pengaruh operasi dan pengaruh keuangan.

Menurut Kasmir (2019:122) tujuan dari rasio *leverage* bagi perusahaan dan pihak luar perusahaan yaitu:

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya.
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.

Sedangkan manfaat rasio *leverage* yaitu:

1. Untuk menganalisis kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban yang bersifat tetap.
2. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap.
3. Untuk menganalisis seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva.

Walaupun tujuan dan manfaat leverage dapat menguntungkan beberapa pihak, tidak dipungkiri bahwa akan ada dampak yang dialami perusahaan dalam penggunaan *leverage*. Maka dari itu menurut Agus Zainul Arifin (2018:70), dampak penggunaan *leverage* keuangan (hutang), yaitu:

1. Hutang menimbulkan beban bunga yang tetap harus dibayarkan.
2. Beban bunga akan mempengaruhi EAT dan selanjutnya mempengaruhi ROE.
3. Perubahan *leverage* keuangan akan mempengaruhi ROE dan risiko keuangan.

Beberapa hal yang dibahas, antara lain:

- a. Semakin banyak presentase hutang, semakin tinggi tingkat bunga yang disyaratkan oleh kreditur.
- b. Kenaikan *leverage* keuangan sampai batas tertentu umumnya akan meningkatkan ROE dan setelah itu tambahan *leverage* keuangan akan menurunkan ROE.
- c. Kenaikan *leverage* keuangan akan meningkatkan risiko keuangan.
- d. Risiko keuangan dicerminkan oleh DFL, standar deviasi ROE atau Beta perusahaan.

Dampak *leverage* ini dianggap dapat mengancam perusahaan apabila penggunaannya berlebihan, maka penting bagi perusahaan dalam mengelola *leverage* agar perusahaan tidak kesulitan untuk mengembalikan utang.

2.1.3. Profitabilitas

2.1.3.1 Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas dalam kegiatan operasional perusahaan akan terus menjadi komponen penting bagi kelangsungan hidup perusahaan di masa mendatang. Keberhasilan perusahaan tercermin dari daya saing perusahaan di pasar. Setiap bisnis mengharapkan keuntungan yang maksimal. Laba adalah ukuran yang paling penting dari keberhasilan perusahaan. Profitabilitas adalah hasil akhir dari berbagai kebijakan dan keputusan perusahaan.

Profitabilitas menurut Munawir (2014), adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam periode waktu tertentu. Sedangkan menurut Sofyan Syafri Harahap (2018:304), adalah menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang perusahaan, dan lain sebagainya. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan semua modal yang bekerja didalamnya (Sutrisno, 2017:16).

Menurut Kasmir (2019:198) rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan suatu perusahaan untuk menilai kemampuan dalam mencari keuntungan atau laba. Rasio profitabilitas juga dapat memberikan ukuran tingkat efektivitas

manajemen perusahaan, hal tersebut ditunjukkan dari laba yang diperoleh penjualan dan pendapatan investasi.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan besarnya kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba melalui semua kemampuan dan modal yang ada di suatu perusahaan pada periode waktu tertentu.

2.1.3.2 Jenis-jenis Profitabilitas

Menurut Kasmir (2019:199), terdapat 8 jenis rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas, yaitu:

1. *Gross Profit Margin* (GPM)

GPM merupakan ukuran presentase dari setiap hasil sisa penjualan sesudah perusahaan membayar harga pokok penjualan. Menurut Eli Fidayanti (2022:16-19), rasio ini digunakan untuk mengukur presentase dari laba kotor atas penjualan bersih dan menggambarkan laba kotor yang dapat dicapai dari jurnal penjualan. Menurut Fahmi (2018:80), *Gross Profit Margin* menunjukkan hubungan antara penjualan dan beban pokok penjualan, yang digunakan untuk menilai suatu kemampuan didalam perusahaan untuk mengendalikan biaya operasi atau biaya persediaan barang ataupun meneruskan kenaikan harga melalui dari penjualan kepada konsumen. Rasio ini dapat dihitung melalui rumus:

$$Gross Profit Margin = \frac{Laba Kotor}{Penjualan Bersih} \times 100\%$$

2. *Net Profit Margin* (NPM)

Berbeda dengan *gross profit margin*, rasio ini menghitung persentase dari setiap hasil sisa penjualan sesudah dikurangi semua biaya dan pengeluaran, termasuk bunga dan pajak. Sederhananya, rasio ini mengukur tingkat kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba bersih. Menurut Riyanto (2013:336), *Net Profit Margin* adalah perbandingan antara *net operating income* dengan *net sales*. *Net Profit Margin* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Rasio ini akan menggambarkan penghasilan bersih perusahaan berdasarkan total penjualan bersih. Rasio ini dapat dihitung melalui rumus:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

3. *Return On Asset* (ROA)

Menurut Ariyanti (2014:14), *Return On Asset* merupakan perbandingan antara laba sebelum pajak dengan total aktiva, atau dapat dikatakan perbandingan antara laba bersih dengan total asset. Semakin besar ROA semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan dan semakin baik posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan aset. Begitu juga sebaliknya bila ROA kecil maka tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan akan kecil dan posisi perusahaan akan kurang baik. Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan netto (Eli Fidayanti, 2022:19). Sedangkan menurut Sutrisno (2013:222), ROA adalah ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan semua aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Toto

Prihadi (2020), mengemukakan ROA bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mendaya gunakan aset untuk memperoleh laba dan mengukur hasil total untuk seluruh kreditor dan pemegang saham selaku penyedia sumber dana. Rasio ini dapat dihitung melalui rumus:

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

4. *Return On Equity* (ROE)

ROE merupakan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba bersih berdasarkan ekuitas. Menurut Eli Fidayanti (2022:18-20), hasil pengembalian ekuitas atau ROE merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan bagi seluruh pemegang saham, rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan berapa persen diperoleh laba bersih bila diukur dari modal pemilik. Rasio ini merupakan profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham dan merupakan alat yang paling sering digunakan investor dalam pengambil keputusan investasi (Florian, 2019:13). Rasio ini dapat dihitung melalui rumus:

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\%$$

5. *Earning Per Share* (EPS)

Menurut Eli Fidayanti (2022:18-19), rasio laba per lembar saham atau biasanya disebut dengan rasio nilai buku ialah rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Sedangkan menurut Kasmir (2019:116), *Earning per share* adalah kemampuan

perusahaan untuk mendistribusikan pendapatan yang diperoleh kepada pemegang sahamnya. Semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk mendistribusikan pendapatan kepada pemegang sahamnya, mencerminkan semakin besar keberhasilan usaha yang dilakukannya. EPS merupakan rasio yang menunjukkan berapa besar kemampuan per lembar saham dalam menghasilkan laba (Harahap, 2018:306). Rasio ini dapat dihitung melalui rumus:

$$Earning\ Per\ Share = \frac{Laba\ Bersih}{Jumlah\ Lembar\ Saham\ Beredar}$$

Menurut Wendy L. Pirie et al. (2012), ada 5 jenis rasio profitabilitas, yaitu:

1. *Gross Profit Margin*

GPM menunjukkan persentase pendapatan yang tersedia untuk menutupi biaya operasional dan lainnya serta untuk menghasilkan laba. GPM yang lebih tinggi menunjukkan beberapa kombinasi dari harga produk yang lebih tinggi dan biaya produk yang lebih rendah. Kemampuan untuk menetapkan harga yang lebih tinggi dibatasi oleh persaingan, sehingga laba kotor dipengaruhi oleh (dan biasanya berbanding terbalik dengan) persaingan. Jika suatu produk memiliki keunggulan kompetitif (seperti branding yang unggul, kualitas yang lebih baik, atau teknologi eksklusif), perusahaan lebih mampu menggunakan biaya lebih untuk produk tersebut. Di sisi biaya, GPM yang lebih tinggi juga dapat menunjukkan bahwa perusahaan memiliki keunggulan kompetitif dalam biaya produk.

2. *Operating Profit Margin*

Laba operasional dihitung sebagai laba kotor dikurangi biaya operasional. Jadi, marjin laba usaha yang meningkat lebih cepat dari GPM dapat mengindikasikan perbaikan dalam pengendalian biaya usaha, seperti biaya administrasi. Sebaliknya, marjin laba operasi yang menurun bisa menjadi indikator memburuknya kendali atas biaya operasi.

3. *Earning Before Tax*

EBT dihitung sebagai laba operasi dikurangi bunga, dan EBT adalah rasio pendapatan sebelum pajak terhadap pendapatan. EBT mencerminkan efek pada profitabilitas *leverage*, pendapatan dan beban lainnya (non operasional). Jika EBT perusahaan meningkat terutama sebagai akibat dari peningkatan jumlah pendapatan non operasional, perusahaan harus mengevaluasi apakah peningkatan ini mencerminkan perubahan yang disengaja dalam fokus bisnis perusahaan, maka kemungkinan peningkatan akan berlanjut.

4. *Net Profit Margin*

Laba bersih dihitung sebagai pendapatan dikurangi semua biaya. Laba bersih mencakup komponen berulang dan tidak berulang. Umumnya, laba bersih yang digunakan dalam menghitung NPM disesuaikan dengan item yang tidak berulang untuk memberikan pandangan yang lebih baik tentang potensi profitabilitas masa depan perusahaan.

5. *Return On Asset*

ROA mengukur pengembalian yang diperoleh perusahaan atas asetnya. Semakin tinggi rasionya, semakin banyak pendapatan yang dihasilkan oleh tingkat aset tertentu. Rasio ini dihitung dengan rumus:

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Rata – rata total aset}}$$

Masalah dengan perhitungan ini adalah bahwa laba bersih merupakan pengembalian untuk pemegang ekuitas, karena aset dibiayai oleh pemegang ekuitas dan kreditur.

2.1.3.3 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Selain memiliki tujuan dan manfaat untuk pihak pemilik perusahaan, rasio profitabilitas juga bermanfaat bagi pihak luar perusahaan. Menurut Kasmir (2019), tujuan dan manfaat penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

7. Dan tujuan lainnya

Sementara itu, manfaat yang diperoleh adalah:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Manfaat lainnya.

2.1.4 Corporate Social Responsibility

2.1.4.1 Pengertian Corporate Social Responsibility

Menurut Hendrik Budi Untung (2010:1) CSR adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan.

ISO 26000 (2010) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai tanggung jawab organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, yang diwujudkan melalui perilaku transparan dan etis serta berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan, kesehatan, dan kesejahteraan masyarakat.

Menurut Haerul et al. (2021) CSR adalah sebuah bentuk kontribusi perusahaan bagi masyarakat guna meningkatkan kualitas hidup dan mengatasi berbagai masalah yang ada di masyarakat, kontribusi tersebut bersifat wajib dan mengikat bagi seluruh perseroan dan perusahaan melalui undang-undang.

Sedangkan menurut Totok Mardikanto (2018:92), 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.

CSR merupakan suatu konsep bahwa organisasi, khususnya (namun bukan hanya) perusahaan adalah memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, yang di antaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Euis Rosidah, 2018:224).

CSR secara luas juga dapat didefinisikan sebagai sejauh mana perusahaan terintegrasi pada sebuah kegiatan sosial berbasis sukarela dan lingkungan yang menunjukkan kepedulian dalam operasi berkelanjutan mereka dan berhubungan dengan *stakeholders* (Idowu et al., 2015:8).

Dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah bentuk kontribusi perusahaan sebagai komitmen yang berkelanjutan berupa aspek kepedulian sosial, ekonomi, dan lingkungan yang diperuntukan bagi seluruh pemangku kepentingan perusahaan yang di mana bersifat wajib dan mengikat. Di Indonesia, hal ini diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 yang mengatur

tentang Perseroan Terbatas dan menyatakan bahwa perusahaan wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan akan terdapat sanksi apabila tidak melakukan kewajiban tersebut berupa perusahaan akan dibekukan dan dicabut usahanya sehingga tidak dapat beroperasi kembali berdasarkan UU No. 32 Tahun 2009 Pasal 76 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Hidup.

2.1.4.2 Teori *Triple Bottom Line*

Triple Bottom Line dikemukakan oleh Elkington (1998) dan dikembangkan oleh Abraham (2024) yang berfokus pada kepemimpinan yang bertanggungjawab dalam pembangunan keberlanjutan perusahaan. Menurut Abraham (2024), *Triple Bottom Line* tidak hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan finansial semata, tetapi juga mendorong perusahaan untuk memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat dan menjaga kelestarian lingkungan serta mencerminkan kinerja ekonomi, dampak sosial, dan dampak lingkungan. *Triple Bottom Line* mendorong perusahaan agar menjalankan bisnisnya secara etis dan bertanggung jawab, di mana manfaat dari aktivitas usaha tidak hanya menguntungkan pemegang saham, tetapi juga mengalir kepada berbagai pemangku kepentingan lainnya. *Triple Bottom Line* merupakan unsur penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan dan dapat menjadi tolak ukur perusahaan, dengan tidak hanya memperhatikan sisi ekonomi, namun juga dampak yang ditimbulkan baik positif maupun negatif terhadap sosial dan lingkungan (Ariastini dan Semara, 2019).

a. *Profit* (Keuntungan)

Keuntungan merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha. Keuntungan pada hakikatnya merupakan tambahan pendapatan

yang dapat digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Aktivitas yang dapat meningkatkan profit adalah dengan menambah produktivitas dan melakukan efisiensi biaya, sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan yang kompetitif dan dapat memberikan nilai tambah semaksimal mungkin (Santoso, 2016).

b. *People* (Masyarakat)

Masyarakat menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan dalam melaksanakan kegiatan CSR. Perusahaan bertanggung jawab memberikan dampak dan manfaat positif bagi kehidupan di masyarakat. Menyadari bahwa masyarakat sekitar perusahaan merupakan salah satu *stakeholder* penting bagi perusahaan karena dukungan masyarakat sekitar sangat diperlukan untuk keberadaan, kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan. Perusahaan harus berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat. Selain itu, operasi perusahaan berpotensi dalam memberikan dampak kepada masyarakat sekitar. Maka perusahaan perlu melakukan kegiatan yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat agar dapat diterima dan diakui keberadaannya (Santoso, 2016).

c. *Planet* (Lingkungan)

Perusahaan sangat perlu memperhatikan aspek lingkungan dalam menjalankan aktivitas produksinya, agar masyarakat yang tinggal di sekitar perusahaan tidak merasa dirugikan. Perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan untuk menjaga kelestarian alam tempat perusahaan beroperasi (Yovana dan Kadir, 2020). Lingkungan merupakan sesuatu yang terkait dengan seluruh

bidang kehidupan kita dan perusahaan. Hubungan perusahaan dan lingkungan yaitu jika perusahaan merawat lingkungan maka lingkungan akan bermanfaat bagi perusahaan, begitupun sebaliknya. Oleh karena itu, sudah menjadi kewajiban perusahaan untuk peduli terhadap lingkungan hidup dan berkelanjutan keragaman hayati (Santoso, 2016).

2.1.4.3 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility merupakan praktik bisnis di mana perusahaan mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan operasional mereka, dan berusaha untuk bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan guna memberikan manfaat untuk berbagai pihak.

Menurut Hendrik Budi Untung (2010:6) manfaat CSR bagi perusahaan antara lain:

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.
2. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
3. Mereduksi risiko bisnis perusahaan.
4. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha.
5. Membuka peluang pasar yang lebih luas.
6. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah.
7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator.
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
10. Peluang mendapatkan penghargaan.

Menurut Totok Mardikanto (2018:132) dalam Vania Angraeni (2020) manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi masyarakat: Dengan memperhatikan masyarakat, perusahaan dapat berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat. Manfaat CSR bagi masyarakat yaitu dapat mengembangkan diri dan usahanya sehingga sasaran untuk mencapai kesejahteraan tercapai.
2. Manfaat bagi pemerintah: Melalui CSR, akan tercipta hubungan antara pemerintahan dan perusahaan dalam mengatasi berbagai masalah sosial, seperti kemiskinan, rendahnya kualitas pendidikan, minimnya akses kesehatan dan lain sebagainya.
3. Manfaat bagi perusahaan: Perusahaan yang menerapkan CSR dengan benar akan mendapatkan dampak positif bagi keberlangsungan perusahaan, yaitu:
 - a. Meningkatkan citra perusahaan
 - b. Memperkuat *Brand* perusahaan
 - c. Mengembangkan kerja sama dengan para pemangku kepentingan
 - d. Membedakan perusahaan dengan pesaingnya
 - e. Meningkatkan inovasi dan pembelajaran untuk meningkatkan pengaruh perusahaan
 - f. Membuka akses untuk investasi serta pembiayaan bagi perusahaan
 - g. Meningkatkan harga saham

2.1.4.4 Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility*

Menurut Crowther David (2008:201) prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* terbagi menjadi 3, yaitu:

1. Keberlanjutan (*Sustainability*), prinsip ini menekankan pentingnya perusahaan untuk beroperasi secara bertanggung jawab terhadap lingkungan, masyarakat, ekonomi dan keberlanjutan sumber daya lainnya di masa depan.
2. Transparansi (*Transparency*), prinsip ini menekankan pentingnya perusahaan untuk menjaga keterbukaan dalam kebijakan, praktik, dan keputusan mereka yang mempengaruhi masyarakat dan lingkungan untuk mengurangi kesalahpahaman khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.
3. Akuntabilitas (*Accountability*), prinsip ini menekankan pentingnya perusahaan untuk bertanggung jawab atas dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dari operasi mereka dan melaporkannya secara terbuka.

Menurut *Global Reporting Initiative* (GRI) CSR harus berfokus pada tiga aspek utama yaitu sosial, lingkungan, dan ekonomi. Dari segi sosial, GRI menekankan pengelolaan hubungan dengan karyawan, hak asasi manusia, dan dampak sosial terhadap masyarakat. Dalam aspek lingkungan berfokus pada pengelolaan sumber daya alam. Di sisi ekonomi, GRI mendorong perusahaan untuk menciptakan lapangan kerja dan mendukung perekonomian lokal.

2.2 Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Penulis

Studi empiris (*field research*) atau penelitian lapangan merupakan penelitian yang objeknya mengenai gejala-gejala, peristiwa, dan fenomena yang terjadi di masyarakat, lembaga atau Negara yang bersifat non pustaka dengan melihat fenomena yang terdapat di masyarakat (Nasution, 2016:124). Studi ini adalah studi yang diperoleh dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti lain.

Pada penelitian ini, studi empiris digunakan untuk membandingkan variabel-variabel dari penelitian terdahulu dengan variabel dari penelitian penulis. berikut merupakan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian penulis:

1. Fitriyah (2020) meneliti mengenai Pengaruh *Corporate Governance*, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Terhadap *Corporate Social Responsibility*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *corporate governance*, ukuran perusahaan, *leverage* terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian ini ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR dan *leverage* berpengaruh terhadap CSR.
2. Dwi Citra Hardianti dan Anwar (2020) meneliti mengenai Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage* Dan Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas terhadap *corporate social responsibility* di BEI. Hasil penelitian ini adalah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap CSR sedangkan *leverage* dan Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR.
3. Sari Wulandari dan Hanifa Zulhaimi (2017) meneliti mengenai Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur dan jasa yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian ini adalah Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR.
4. Siti Munsaidah, Rita Andini, dan Agus Supriyanto (2016) meneliti mengenai Analisis Pengaruh *Firm Size*, *Age*, Profitabilitas, *Leverage*, dan *Growth* Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis pengaruh *firm size*, *age*, profitabilitas, *leverage*, *growth* perusahaan terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan *property* dan *real estate* di BEI. Hasil penelitian ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* berpengaruh positif terhadap CSR.

5. Heni Triastuti Kurnianingsih (2013) meneliti mengenai Pengaruh Profitabilitas dan *Size* Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dan *size* perusahaan terhadap corporate social responsibility di BEI. Hasil penelitian ini adalah profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan positif terhadap CSR.
6. A.A Wela Yulia Putra dan Ida Bagus Badjra (2015) meneliti mengenai Pengaruh *Leverage*, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *leverage*, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap Profitabilitas di BEI. Hasil penelitian ini adalah *leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.
7. A. Kadim dan Nardi Sunardi (2019) meneliti mengenai Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Terhadap *Leverage* Implikasi Terhadap Nilai Perusahaan *Cosmetics and Household* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan terhadap *leverage*. Hasil penelitian ini adalah profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap *leverage*.
8. Habibatul Hidayati dan Gina Septiana (2021) meneliti mengenai Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Volatilitas Laba Terhadap *Leverage* Pada Perusahaan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh likuiditas, ukuran perusahaan dan volatilitas laba terhadap *leverage* di BEI. Hasil penelitian ini adalah ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *leverage*.
9. Rirind Lahmi Febria dan Halmawati (2014) meneliti mengenai Pengaruh *Leverage* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas (Studi Empiris Pada Perusahaan Properti dan *Real Estate* yang Terdaftar di BEI Tahun 2009-2012). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas di BEI. Hasil penelitian ini adalah

leverage berpengaruh signifikan positif terhadap profitabilitas sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

10. Annisa Zuhro Sulaeman, Heni Mulyani, Leni Yuliyanti (2022) meneliti mengenai. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap *corporate social responsibility* di BEI. Hasil penelitian ini adalah profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.
11. Chalarce Totanan, Nurlaela Mapparessa, Muliati, Yuldi Mile (2022) meneliti mengenai Pengaruh Tanggung Jawab Lingkungan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggung jawab lingkungan, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* di BEI. Hasil penelitian ini adalah profitabilitas, ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR.
12. Nur Isra Laili dan Riesna Apramilda (2023) meneliti mengenai Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Kasus Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2015-2019). Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di BEI. Hasil penelitian ini adalah ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR sedangkan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
13. Raudhah Almas Barlinti dan Muhammad Abdul Aris (2023) meneliti mengenai Analisis Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan

Volume Penjualan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Volume Penjualan terhadap *Corporate Social Responsibility* di BEI. Hasil penelitian ini adalah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap CSR sedangkan *leverage* tidak berpengaruh terhadap CSR

14. Ni Made Ayu Dewi Pradnyaswari dan I Made Dana (2022) meneliti mengenai. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui Likuiditas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* Terhadap Profitabilitas di BEI. Hasil penelitian ini adalah ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas sedangkan *leverage* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Profitabilitas.
15. M Jamal Abdul Nasir (2021) meneliti mengenai Pengaruh *Leverage*, Pertumbuhan Penjualan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui *Leverage*, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas di BEI. Hasil penelitian ini adalah *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.
16. Edo Fani Ardiansyah (2017) meneliti mengenai Pengaruh *Leverage*, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui *Leverage*, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas di BEI. Hasil penelitian ini adalah *leverage* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap profitabilitas sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.
17. Ellysa Fransisca dan Indra Widjaja (2019) meneliti mengenai Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas. Hasil penelitian ini adalah *leverage* berpengaruh signifikan

terhadap profitabilitas sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

18. I Ketut Alit Sukadana dan Nyoman Triaryati (2018) meneliti mengenai Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Dan *Leverage* Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan *Food And Beverage* BEI. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* Terhadap Profitabilitas di BEI. Hasil penelitian ini adalah *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap profitabilitas.
19. Enny Arita dan Rishendri Mukhtar (2019) meneliti mengenai Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* Dan Likuiditas Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2014–2018. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui Profitabilitas, *Leverage* dan Likuiditas Terhadap *Corporate Social Responsibility* di BEI. Hasil penelitian ini adalah profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR sedangkan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR.
20. Linda Pratiwi dan Kun Ismawati (2019) meneliti mengenai Analisis Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, *Leverage* Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di BEI. Hasil penelitian ini adalah ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap CSR sedangkan *leverage* tidak berpengaruh terhadap CSR.
21. Rindu Kurnia Putri, Zulbahridar, Pipin Kurnia (2017) meneliti mengenai Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, Dan Basis Kepemilikan Terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun

- 2012-2014. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, dan Basis Kepemilikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di BEI. Hasil penelitian ini adalah Ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* berpengaruh terhadap CSR.
22. Indah Ayu Felany (2018) meneliti mengenai Pengaruh Perputaran Modal Kerja, *Leverage* Dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui Perputaran Modal Kerja, *Leverage* dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas di BEI. Hasil penelitian ini adalah *leverage* berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas.
23. Ni Kadek Ayu Giri Yanti dan I Gusti Ayu Nyoman Budiasih (2016) meneliti mengenai Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* Dan Ukuran Perusahaan Pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui Profitabilitas, *Leverage* Dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di BEI. Hasil penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR.
24. Putu Ayu Cahya Dewi dan Ida Bagus Panji Sedana (2019) meneliti mengenai Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di BEI. Hasil penelitian ini adalah profitabilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR, ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR sedangkan *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.
25. Yulita M. Gunde, Sri Murni, Mirah H. Rogi (2017) meneliti mengenai Analisis Pengaruh *Leverage* Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Sub Industri *Food and Beverages* Yang Terdaftar Di Bei (Periode 2012-2015). Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui *Leverage*

Terhadap Profitabilitas di BEI. Hasil penelitian ini adalah *leverage* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu
dengan Penelitian Penulis

No.	Penulis, Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil	Sumber
1.	Fitriyah (2020). “Pengaruh <i>Corporate Governance</i> , Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar tahun 2014-2017 di Bursa Efek Indonesia)”	• Variabel Independen Ukuran Perusahaan • Variabel Independen <i>Leverage</i> • Variabel Dependen <i>Corporate Social Responsibility</i>	• Variabel Independen <i>Corporate Governance</i> • Tahun Penelitian	Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR. Sedangkan, <i>leverage</i> berpengaruh terhadap CSR.	<i>Indonesia Accounting Journal</i> , 2(2). Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang
2.	Dwi Citra Hardianti dan Anwar (2020). “Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> Dan Profitabilitas Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> ”	• Variabel Independen Ukuran Perusahaan • Variabel Independen <i>Leverage</i> • Variabel Independen Profitabilitas • Variabel Dependen <i>Corporate Social Responsibility</i>	• Pengukuran Profitabilitas menggunakan <i>Return on Equity</i> (ROE) • Tahun Penelitian	Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap CSR. Sedangkan <i>leverage</i> dan Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR.	Jurnal Akuntansi dan Ekonomi, 5(1). ISSN: 2541-0180. Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Kediri
3.	Sari Wulandari dan Hanifa Zuhaimi (2017). “Pengaruh Profitabilitas terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Perusahaan Manufaktur dan Jasa yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”	• Variabel Independen Profitabilitas • Variabel Dependen <i>Corporate Social Responsibility</i>	• Subjek penelitian perusahaan Manufaktur dan Jasa • Tahun Penelitian	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR.	Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan, 5(1). ISSN: 2541-061X (Online). Universitas Pendidikan Indonesia
4.	Siti Munsaidah, Rita Andini, dan Agus Supriyanto (2016). “Analisis Pengaruh <i>Firm Size</i> , <i>Age</i> , Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan <i>Growth</i>	• Variabel Independen Ukuran Perusahaan	• Variabel Independen <i>Firm Age</i> • Variabel Independen	Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap CSR.	<i>Journal of Accounting</i> , 2(2). Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis

	Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Pada Perusahaan <i>Property</i> dan <i>Real Estate</i> yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2014”	• Variabel Independen Profitabilitas • Variabel Independen <i>Leverage</i> • Variabel Dependen <i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Growth</i> Perusahaan • Subjek Penelitian Perusahaan <i>Property</i> dan <i>Real Estate</i> • Tahun Penelitian		
5.	Heni Triastuti Kurnianingsih (2013). “Pengaruh Profitabilitas dan Size Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> ”	• Variabel Independen Profitabilitas • Variabel Independen Ukuran Perusahaan • Variabel Dependen <i>Corporate Social Responsibility</i>	• Subjek Penelitian perusahaan perbankan • Tahun Penelitian	Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan positif terhadap CSR.	Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis, 13(1). Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
6.	A.A Wela Yulia Putra dan Ida Bagus Badjra (2015). “Pengaruh <i>Leverage</i> , Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas”	• Variabel Independen <i>Leverage</i> • Variabel Independen Ukuran Perusahaan	• Variabel Independen Pertumbuhan Penjualan • Variabel Dependen Profitabilitas • Subjek Penelitian perusahaan Industri Makanan dan Minuman • Tahun Penelitian	<i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.	E-Jurnal Manajemen Unud, 4(7). ISSN: 2302-8912. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana
7.	A. Kadim dan Nardi Sunardi (2019). “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Leverage</i> Implikasi Terhadap Nilai Perusahaan <i>Cosmetics and Household</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia”	• Variabel Independen Profitabilitas • Variabel Independen Ukuran Perusahaan	• Variabel Dependen <i>Leverage</i> • Subjek Penelitian Perusahaan <i>Cosmetics and Household</i> • Tahun Penelitian	Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Leverage</i> .	Jurnal Sekuritas, 3(1). ISSN: 2581-2777 (Online). Universitas Pamulang
8.	Habibatul Hidayati dan Gina Septiana (2021). “Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan	• Variabel Independen Ukuran Perusahaan	• Variabel Independen Likuiditas • Variabel Independen	Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan	Jurnal EKUITAS, 3(2). ISSN: 2685-869X (Online).

	Volatilitas Laba Terhadap <i>Leverage</i> Pada Perusahaan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”	• Subjek Penelitian Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Volatilitas Laba Variabel Dependen <i>Leverage</i> • Tahun Penelitian	terhadap <i>Leverage</i> .	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP
9.	Rirind Lahmi Febria dan Halmawati (2014). “Pengaruh <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas (Studi Empiris Pada Perusahaan Properti dan <i>Real Estate</i> yang Terdaftar di BEI Tahun 2009-2012)”	• Variabel Independen <i>Leverage</i> • Variabel Independen Ukuran Perusahaan	• Variabel Dependen Profitabilitas • Subjek Penelitian Perusahaan Properti dan <i>Real Estate</i> • Tahun Penelitian	<i>Leverage</i> berpengaruh signifikan positif terhadap Profitabilitas sedangkan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas.	Jurnal WRA, 2(1). Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
10.	Annisa Sulaeman, Zuhro Mulyani, Heni Yuliyanti, Leni (2022). “Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> ”	• Variabel Independen Profitabilitas • Variabel Independen <i>Leverage</i> • Variabel Independen Ukuran Perusahaan • Variabel Dependen <i>Corporate Social Responsibility</i>	• Subjek Penelitian Perusahaan subsektor perkebunan • Tahun Penelitian	Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR sedangkan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.	Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan, 10(1), 61-70.
11.	Chalarce Totanan, Nurlaela Mapparessa, Muliati, Yuldi Mile (2022). “Pengaruh Tanggung Jawab Lingkungan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan <i>Leverage</i> Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> ”	• Variabel Independen Profitabilitas • Variabel Independen Ukuran Perusahaan • Variabel Independen <i>Leverage</i> • Variabel Dependen <i>Corporate</i>	• Variabel Independen Tanggung Jawab Lingkungan • Tahun Penelitian	Profitabilitas, Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Pengungkapan CSR, sedangkan <i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan	<i>Accounting Profession Journal (APAJI)</i> , ISSN: 2686-0058. 4(2), 12-32.

	Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia”	<i>Social Responsibility</i> • Subjek Penelitian Perusahaan Manufaktur		terhadap Pengungkapan CSR.	
12.	Nur Isra Laili, Riesna Apramilda (2023). “Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (Studi Kasus Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2015-2019)”	• Variabel Independen Ukuran Perusahaan • Variabel Independen <i>Leverage</i> • Variabel Independen Profitabilitas • Variabel Dependen <i>Corporate Social Responsibility</i>	• Subjek Penelitian Perusahaan Pertambangan • Tahun Penelitian	Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR sedangkan <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.	<i>Realible Accounting Journal</i> , ISSN: 2807-1158. 2(2), 27-38.
13.	Raudhah Almas Barlinti, Muhammad Abdul Aris (2023). “Analisis Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan Volume Penjualan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> ”	• Variabel Independen Ukuran Perusahaan • Variabel Independen <i>Leverage</i> • Variabel Dependen <i>Corporate Social Responsibility</i> • Subjek Penelitian Perusahaan Manufaktur	• Variabel Independen Kinerja Keuangan • Tahun Penelitian	Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap CSR sedangkan <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap CSR.	Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen, ISSN: 2716-0807. 4(3), 235-247.
14.	Ni Made Ayu Dewi Pradnyaswari, I Made Dana (2022). “Pengaruh Likuiditas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Dan <i>Leverage</i> Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif”	• Variabel Independen Ukuran Perusahaan • Variabel Independen <i>Leverage</i>	• Variabel Independen Likuiditas • Variabel Independen Struktur Modal • Variabel Dependen Profitabilitas • Subjek Penelitian Perusahaan Subsektor Otomotif	Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas sedangkan <i>Leverage</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Profitabilitas.	<i>Doctoral dissertation</i> , 11(3). ISSN: 2302-8912. Universitas Udayana.

			• Tahun Penelitian		
15.	M Jamal Abdul Nasir (2021). “Pengaruh <i>Leverage</i> , Pertumbuhan Penjualan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas”	• Variabel Independen <i>Leverage</i> • Variabel Independen Ukuran Perusahaan	• Variabel Independen Pertumbuhan Penjualan • Variabel Dependen Profitabilitas • Subjek Penelitian Perusahaan Rokok • Tahun Penelitian	<i>Leverage</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Profitabilitas sedangkan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas.	Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi, 18(2), 261-286.
16.	Edo Fani Ardiansyah (2017). “Pengaruh <i>Leverage</i> , Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”	• Variabel Independen <i>Leverage</i> • Variabel Independen Ukuran Perusahaan	• Variabel Independen Likuiditas • Variabel Dependen Profitabilitas • Subjek Penelitian Perusahaan Pertambangan • Tahun Penelitian	<i>Leverage</i> berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Profitabilitas sedangkan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas.	<i>Doctoral dissertation</i> , STIE PERBANAS Surabaya.
17.	Ellysa Fransisca dan Indra Widjaja (2019). “Pengaruh <i>Leverage</i> , Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur”	• Variabel Independen <i>Leverage</i> • Variabel Independen Ukuran Perusahaan • Subjek Penelitian Perusahaan Manufaktur	• Variabel Independen Likuiditas • Variabel Independen Pertumbuhan Penjualan • Variabel Dependen Profitabilitas • Tahun Penelitian	<i>Leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas sedangkan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas.	Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan, 1(2), 199-206.
18.	I Ketut Alit Sukadana, Nyoman Triaryati (2018). “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Dan <i>Leverage</i> Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan <i>Food And Beverage</i> BEI”	• Variabel Independen Ukuran Perusahaan • Variabel Independen <i>Leverage</i>	• Variabel Independen Pertumbuhan Penjualan • Subjek Penelitian Perusahaan Makanan Dan Minuman • Tahun Penelitian	<i>Leverage</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap Profitabilitas sedangkan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan	<i>Doctoral dissertation</i> , 7(11). ISSN: 2302-8912. Universitas Udayana.

				terhadap Profitabilitas.	
19.	Enny Arita, Rishendri Mukhtar (2019). “Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> Dan Likuiditas Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2014–2018”	• Variabel Independen Profitabilitas • Variabel Independen <i>Leverage</i> • Variabel Dependen <i>Corporate Social Responsibility</i>	• Variabel Independen Likuiditas • Subjek Penelitian Perusahaan Makanan Dan Minuman • Tahun Penelitian	Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR sedangkan <i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR.	Menara Ilmu: Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah, ISSN: 2528-7613, 13(10).
20.	Linda Pratiwi, Kun Ismawati (2019). “Analisis Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014”	• Variabel Independen Ukuran Perusahaan • Variabel Independen <i>Leverage</i> • Variabel Independen Profitabilitas • Variabel Dependen <i>Corporate Social Responsibility</i> • Subjek Penelitian Perusahaan Manufaktur	• Variabel Independen Tipe Industri • Tahun Penelitian	Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas berpengaruh terhadap CSR sedangkan <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap CSR.	<i>Surakarta Accounting Review</i> , 1(1), 16-25.
21.	Rindu Kurnia Putri, Zulbahridar, Pipin Kurnia (2017). “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Likuiditas, Dan Basis Kepemilikan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2012-2014”	• Variabel Independen Ukuran Perusahaan • Variabel Independen Profitabilitas • Variabel Independen <i>Leverage</i> • Variabel Dependen <i>Corporate Social Responsibility</i>	• Variabel Independen Likuiditas • Variabel Independen Basis Kepemilikan • Subjek Penelitian Perusahaan Pertambangan • Tahun Penelitian	Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan <i>Leverage</i> berpengaruh terhadap CSR.	<i>Doctoral dissertation</i> , 4(1), Universitas Riau.
22.	Indah Ayu Felany (2018). “Pengaruh Perputaran Modal	• Variabel Independen <i>Leverage</i>	• Variabel Independen	<i>Leverage</i> berpengaruh	Jurnal administrasi bisnis (JAB),

	Kerja, <i>Leverage</i> Dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas”		Perputaran Modal Kerja	signifikan terhadap CSR.	58(2), 119-128.
		• Variabel Independen Likuiditas • Variabel Dependen Profitabilitas • Subjek Penelitian Perusahaan Makanan Dan Minuman • Tahun Penelitian			
23.	Ni Kadek Ayu Giri Yanti, I Gusti Ayu Nyoman Budiasih (2016). “Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> Dan Ukuran Perusahaan Pada Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> ”	• Variabel Independen Profitabilitas • Variabel Independen <i>Leverage</i> • Variabel Independen Ukuran Perusahaan • Variabel Dependen <i>Corporate Social Responsibility</i>	• Subjek Penelitian Perusahaan Pertambangan • Tahun Penelitian	Profitabilitas, <i>Leverage</i> Dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR	E-Jurnal Akuntansi, ISSN: 1752-1779. 17(3), Universitas Udayana.
24.	Putu Ayu Cahya Dewi, Ida Bagus Panji Sedana (2019). “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan <i>Leverage</i> Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> ”	• Variabel Independen Profitabilitas • Variabel Independen Ukuran Perusahaan • Variabel Independen <i>Leverage</i> • Variabel Dependen <i>Corporate Social Responsibility</i>	• Subjek Penelitian Perusahaan Industri Dasar dan Kimia • Tahun Penelitian	Profitabilitas perpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR, Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR sedangkan <i>Leverage</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.	<i>Doctoral dissertation</i> , ISSN: 2302-8912. 8(11), Universitas Udayana.

25.	Yulita M. Gunde, Sri Murni, Mirah H. Rogi (2017). “Analisis Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Sub Industri <i>Food and Beverages</i> Yang Terdaftar Di Bei (Periode 2012-2015)”	• Variabel Independen <i>Leverage</i>	• Variabel Dependen Profitabilitas • Subjek Penelitian Perusahaan Makanan Dan Minuman • Tahun Penelitian	<i>Leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas.	Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, ISSN 2303-1174, 5(3).
-----	---	---	--	---	---

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang: “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Dan Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility* (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Tahun 2023)”. Perusahaan yang dijadikan sampel adalah perusahaan di sektor Industri Barang Konsumsi yang dimana memproduksi barang-barang kebutuhan masyarakat sehingga sangat erat kaitannya dengan konsumen.

Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya adalah pada subjek dan fokus permasalahan yang akan diteliti oleh penulis. Subjek penelitian dapat berbeda-beda karena banyaknya sasaran subjek yang diteliti, sedangkan pada fokus penelitian dapat dibedakan berdasarkan indikator, data, dan objek yang menjadi pembahasan khusus setiap penelitian dan membedakannya dengan penelitian yang sudah ada.

2.3 Kerangka Pemikiran

Ukuran perusahaan adalah skala ukuran yang mengindikasikan seberapa besar atau kecilnya suatu perusahaan berdasarkan total aset yang dimilikinya. Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar/kecilnya perusahaan

atau besarnya skala perusahaan, ukuran perusahaan dapat diukur oleh total aktiva (aset) perusahaan. (Riyanto, 2012:313)

Untuk menentukan ukuran perusahaan dapat dihitung dengan logaritma natural dari total aset melalui rumus $\text{Ln} \times \text{Total Aset}$. Pada penelitian ini ukuran perusahaan diukur menggunakan total aset dengan satuan miliar atau triliun rupiah. Menurut Ida et al. (2020) besarnya ukuran perusahaan dapat dinyatakan dalam total aset, total penjualan dan kapitalisasi pasar. Perusahaan yang memiliki total aset, penjualan dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu.

Leverage adalah penggunaan utang atau dana pinjaman dari pihak eksternal perusahaan untuk menjalankan kegiatan operasional perusahaan. Menurut Ida et al. (2020) *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh perusahaan menggunakan total utang (utang jangka panjang dan utang jangka pendek) dibandingkan dengan total ekuitas pada perusahaan. Artinya jumlah utang lebih besar digunakan perusahaan untuk membiayai kegiatan usahanya dibandingkan dengan menggunakan modal sendiri. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi akan sangat bergantung kepada kreditur untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah yaitu perusahaan yang lebih banyak membiayai asetnya melalui modal sendiri.

Pada penelitian ini, *leverage* diukur dengan menggunakan *debt to equity ratio* (DER). Hasil pengukuran dari rasio DER menggambarkan seberapa besar perusahaan membiayai modal sendiri dengan utang, semakin besar rasio DER maka semakin sedikit modal sendiri yang digunakan dibanding dengan utang. DER dapat dihitung dengan rumus $\text{DER} = \text{Total Utang} / \text{Ekuitas}$.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan semua modal yang bekerja didalamnya (Sutrisno, 2017:16). Menurut Kasmir (2019:198) rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan suatu perusahaan untuk menilai kemampuan dalam mencari keuntungan atau laba. Rasio profitabilitas juga dapat memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen perusahaan, hal tersebut ditunjukkan dari laba yang diperoleh penjualan dan pendapatan investasi.

Pada penelitian ini, profitabilitas diukur dengan *return on asset* (ROA). Karena hasil dari pengukuran tersebut dapat membantu untuk memahami seberapa efektif perusahaan menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba dan memberikan informasi tentang kesehatan keuangan dan efisiensi operasional perusahaan.

Keterkaitan antara ukuran perusahaan dengan *leverage* yaitu ukuran perusahaan diklasifikasikan berdasarkan total aset yang dimiliki suatu perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula total aset yang dimiliki di mana perusahaan tersebut berarti lebih banyak membiayai asetnya dengan utang karena memiliki akses yang lebih besar untuk mendapatkan sumber pendanaan dari berbagai sumber, sehingga akan lebih mudah untuk memperoleh pinjaman dari kreditur. Besarnya rasio *leverage* atau utang yang didapatkan, akan membiayai kegiatan operasional perusahaan. Semakin besar dana yang dikelola, maka akan semakin besar pula kesempatan perusahaan untuk mendapatkan profitnya dan menambah total aset. Hal ini dapat menjadi acuan untuk mengukur atau

mengidentifikasi besar atau kecilnya ukuran suatu perusahaan melalui total aset perusahaan. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Kadim dan Sunardi (2019), Hidayati dan Septiana (2021) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif atau signifikan terhadap *leverage*.

Keterkaitan antara *leverage* dengan profitabilitas adalah apabila rasio *leverage* semakin besar maka profitabilitas juga akan besar. Dikarenakan utang merupakan sumber dari aset perusahaan yang digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan. Dengan membiayai aset perusahaan dalam bentuk investasi, laba yang diterima akan semakin besar. Sehingga keuntungan untuk pemilik modal pun juga semakin besar karena aset perusahaan digunakan untuk menghasilkan laba. Profitabilitas suatu perusahaan juga menjadi hal yang diperhatikan kreditur apakah perusahaan tersebut mampu atau tidak menghasilkan laba, yang pada akhirnya mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk membayar kembali hutang-hutangnya. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rirind dan Halmawati (2014), Yulistia et al. (2017) yang menemukan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan positif terhadap profitabilitas. Sedangkan dalam penelitian Fransisca dan Widjaja (2019), Sari dan Abundanti (2014) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas.

Keterkaitan antara ukuran perusahaan dengan profitabilitas adalah total aset sebagai indikator ukuran perusahaan harus dikelola dan dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya sehingga akan menghasilkan laba bagi perusahaan. Perusahaan yang skalanya besar berarti memiliki potensi untuk menghasilkan laba yang lebih tinggi karena didukung oleh aset yang besar. Profitabilitas secara tidak langsung

dapat berkontribusi pada aset perusahaan. Ketika perusahaan menghasilkan laba, perusahaan dapat menggunakan laba itu untuk berinvestasi dalam aset. Selain dengan bertambahnya aset, perusahaan mungkin dapat menarik investor yang dapat menyediakan dana tambahan untuk memperoleh aset atau memperluas perusahaan. Sehingga akan berpengaruh pada ukuran perusahaan yang diproksikan dengan total aset. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Purba dan Yadnya (2015), Rifai et al (2015) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap profitabilitas.

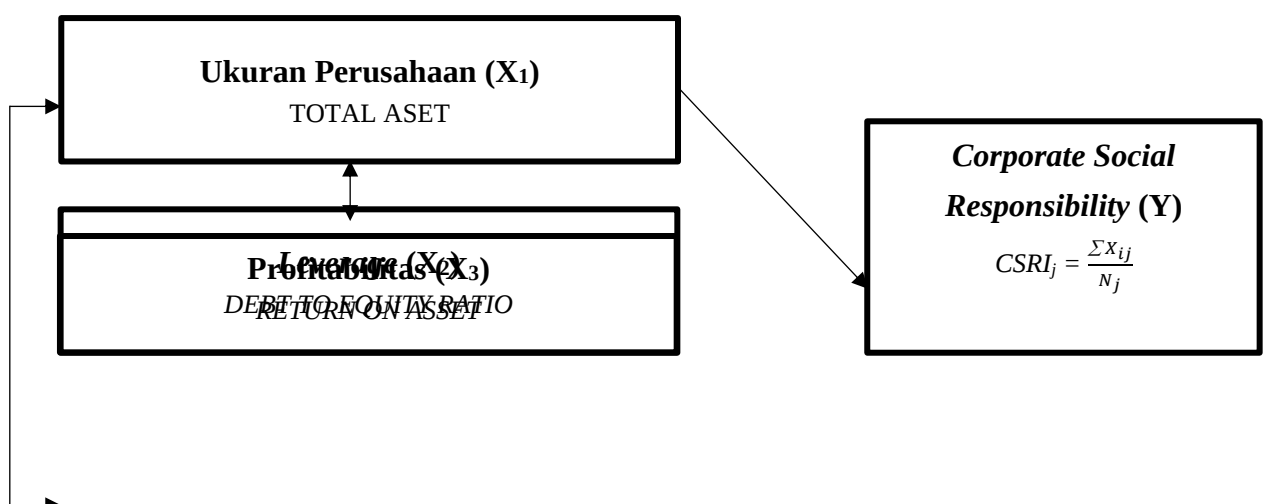
Keterkaitan antara ukuran perusahaan dengan *corporate social responsibility* yaitu semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin banyak pihak-pihak yang menjadi bagian dari pemangku kepentingan perusahaan, sehingga kegiatan CSR akan semakin banyak dan luas jangkauan nya untuk memberikan manfaat atau kesejahteraan kepada masyarakat. Hal tersebut juga dapat menguntungkan perusahaan karena citranya akan dipandang baik oleh masyarakat. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Hardianti dan Anwar (2020), Yovana dan Kadir (2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*.

Keterkaitan antara *leverage* dengan *corporate social responsibility* yaitu semakin besar tingkat *leverage* maka akan semakin kecil biaya anggaran untuk melakukan kegiatan CSR. Biasanya, perusahaan dengan rasio *leverage* tinggi hanya mementingkan utang yang didapat dengan mudah kemudian mampu dengan mudah pula melunasinya, sehingga perusahaan dengan rasio *leverage* tinggi cenderung mengesampingkan kegiatan CSR dibandingkan dengan perusahaan yang rasio

leverage nya rendah. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ida et al. (2020) yang menemukan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

Keterkaitan antara profitabilitas dengan *corporate social responsibility* yaitu ketika perusahaan memperoleh keuntungannya, terdapat dampak negatif yang ditanggung masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu perusahaan wajib bertanggungjawab atas dampak negatif yang dihasilkan dengan cara mengembalikan keuntungan yang diperoleh untuk kesejahteraan masyarakat dan para pihak pemangku kepentingan. Sehingga perusahaan secara sukarela memberikan sebagian keuntungannya untuk melakukan program CSR. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Hanifa (2017), Dina dan Abdul (2020) yang menemukan bahwa ada pengaruh antara profitabilitas dengan *corporate social responsibility*.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka berikut ini adalah gambar kerangka pemikiran dalam penelitian ini yang menjelaskan variabel X yaitu Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* yang saling berkaitan terhadap *Corporate Social Responsibility*.



Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya harus uji secara empiris. Hipotesis menyatakan hubungan apa yang kita cari atau ingin kita pelajari. Hipotesis adalah keterangan sementara dari hubungan fenomena-fenomena yang kompleks (Sugiyono, 2021:81). Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka terbentuk hipotesis yang diantaranya:

H₁: Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Tahun 2023

H₂: Terdapat hubungan Ukuran Perusahaan dengan *Leverage* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Tahun 2023

H₃: Terdapat hubungan *Leverage* dengan Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Tahun 2023

H₄: Terdapat hubungan Ukuran Perusahaan dengan Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Tahun 2023

- H₅: Ukuran Perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Tahun 2023
- H₆: *Leverage* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Tahun 2023
- H₇: Profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Tahun 2023