Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce
Volume. 5, Nomor. 3, September 2026
E-ISSN: 2962-0821; P-ISSN: 2964-5298; Hal. 783-800
DOI: https://doi.org/10.30640/digital.v5i3.7908
Tersedia: https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Digital

Analisis Reputasi Auditor, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Tingkat Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur Sektor *Food and Beverage* di BEI Tahun 2021–2024

Juwita Zai[1*], Fitri Dwi Jayanti[2]
[1,2] Program Studi Akuntansi Perpajakan, Fakultas Ekonomi, Hukum dan Humaniora, Universitas Ngudi Waluyo
**Penulis Korespondensi : juwitazai@5gmail.com* [1]

Abstract*: This study aims to examine and analyze the effect of auditor reputation, liquidity, and firm size on the level of Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure among food and beverage manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2021–2024. This research employs a quantitative approach with a causal (explanatory) research design. The population consists of all food and beverage sub-sector manufacturing companies listed on the IDX during the study period. Purposive sampling was used, yielding 69 sample companies with a total of 276 observations. Data were sourced from annual reports and audited financial statements. CSR disclosure was measured using the Corporate Social Responsibility Index (CSRI) based on 117 GRI Standards 2021 indicators. Auditor reputation was measured using a dummy variable (Big Four vs. non-Big Four), liquidity was measured by the Current Ratio, and firm size was measured by the natural logarithm of total assets. Multiple linear regression analysis was conducted using SPSS 26. The findings indicate that: (1) auditor reputation has a significant positive effect on CSR disclosure; (2) liquidity does not have a significant effect on CSR disclosure; (3) firm size has a significant positive effect on CSR disclosure; (4) simultaneously, auditor reputation, liquidity, and firm size have a significant effect on CSR disclosure. These findings support Signaling Theory, which posits that companies use CSR disclosure as a signal of credibility and accountability to stakeholders.*

Keywords*: Auditor Reputation; CSR Disclosure; Firm Size; Liquidity; Signaling Theory.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh reputasi auditor, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap tingkat pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan manufaktur sektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal (explanatory research). Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan manufaktur sub-sektor food and beverage yang terdaftar di BEI selama periode 2021–2024. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dan diperoleh 69 perusahaan sampel dengan total 276 observasi. Data diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keuangan yang telah diaudit. Pengungkapan CSR diukur menggunakan Corporate Social Responsibility Index (CSRI) berdasarkan 117 indikator GRI Standards 2021. Reputasi auditor diukur dengan variabel dummy (KAP Big Four vs. non-Big Four), likuiditas diukur dengan Current Ratio, dan ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural total aset. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) reputasi auditor berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR; (2) likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR; (3) ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR; (4) secara simultan, reputasi auditor, likuiditas, dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Temuan ini mendukung prediksi Signaling Theory bahwa perusahaan menggunakan pengungkapan CSR sebagai sinyal kredibilitas dan akuntabilitas kepada pemangku kepentingan.

Kata Kunci: Likuiditas; Pengungkapan CSR; Reputasi Auditor; Signaling Theory; Ukuran Perusahaan.

1. PENDAHULUAN

Dinamika perekonomian global yang terus berkembang telah mendorong pergeseran paradigma bisnis dari orientasi profit semata menuju pendekatan yang lebih holistik dan berkelanjutan. Dalam konteks ini, *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak lagi dipandang sekadar kewajiban moral, melainkan telah berkembang menjadi instrumen strategis yang memengaruhi reputasi, legitimasi, dan keberlangsungan jangka panjang perusahaan (Pratama

Naskah Masuk: 21 Juni 2026; Revisi: 24 Juli 2026; Diterima: 28 Agustus 2026; Terbit: 05 September 2026

& Kumalasari, 2025; Sinaga et al., 2023). CSR merupakan komitmen perusahaan untuk beroperasi secara bertanggung jawab dengan menyeimbangkan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam setiap aspek operasionalnya.

Pengungkapan CSR (*CSR disclosure*) merupakan sarana utama bagi perusahaan untuk menyampaikan informasi mengenai pelaksanaan tanggung jawab sosialnya kepada berbagai pemangku kepentingan, mencakup investor, pemerintah, konsumen, dan masyarakat luas (Effendi, 2025; Sinaga et al., 2023). Tingkat pengungkapan CSR mencerminkan sejauh mana perusahaan bersikap transparan dan akuntabel atas dampak yang ditimbulkan dari kegiatan operasionalnya (Khairin & Firmansyah, 2024). Semakin komprehensif pengungkapan CSR suatu perusahaan, semakin besar pula komitmennya terhadap prinsip-prinsip keberlanjutan. Meskipun demikian, di Indonesia pengungkapan CSR perusahaan publik masih menunjukkan variasi yang cukup signifikan antarperusahaan, mengindikasikan adanya faktor-faktor determinan yang memengaruhi keluasan dan kualitas pengungkapan tersebut (Dwitarini & Sari, 2021).

Perusahaan manufaktur sektor *food and beverage* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) menjadi fokus penelitian ini karena memiliki karakteristik unik yang relevan dengan isu CSR. Sektor ini tidak hanya memiliki dampak sosial dan lingkungan yang signifikan melalui penggunaan sumber daya alam secara intensif, potensi pencemaran air, serta produksi limbah organik dalam jumlah besar, tetapi juga menunjukkan pertumbuhan yang relatif stabil. Pada tahun 2024, industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 5,53% pada triwulan II dengan kontribusi 40,33% terhadap PDB industri pengolahan (Tempo, 2024). Di sisi lain, sektor food and beverage dilaporkan menyumbang sekitar 30% emisi industri nasional, menjadikan transparansi dalam pengungkapan CSR sebagai tuntutan yang semakin mendesak dari regulator, investor, dan masyarakat (KLHK, 2024).

Sebagai perusahaan publik yang tunduk pada POJK No. 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan, entitas pada sub-sektor ini diwajibkan menyusun laporan keberlanjutan yang memuat informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan. Kewajiban regulatif ini semakin memperkuat relevansi pengkajian faktor-faktor yang memengaruhi tingkat pengungkapan CSR pada sektor tersebut.

Salah satu faktor eksternal yang dipandang berperan strategis dalam mendorong pengungkapan CSR adalah reputasi auditor. Auditor bereputasi tinggi, khususnya yang berafiliasi dengan Kantor Akuntan Publik (KAP) Big Four, umumnya menerapkan standar audit yang lebih ketat dan memiliki independensi yang lebih terjaga, sehingga cenderung mendorong manajemen untuk mengungkapkan informasi termasuk informasi non-keuangan

seperti CSR secara lebih luas dan andal (Novita et al., 2022; Glennisa et al., 2024b). Meskipun demikian, hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan inkonsistensi. Beberapa studi menemukan pengaruh positif signifikan reputasi auditor terhadap pengungkapan CSR (Ananda, 2025; Hafizhah et al., 2025), sementara yang lain tidak menemukan hubungan yang signifikan (Jonathan & Sinaga, 2022; Rahayu & Yendrawati, 2025; Veronieka et al., 2025).

Dari sisi faktor internal, likuiditas perusahaan diyakini memiliki peran penting dalam memengaruhi kapasitas perusahaan untuk melaksanakan dan mengungkapkan aktivitas CSR. Perusahaan dengan kondisi likuiditas yang baik memiliki ketersediaan sumber daya yang cukup untuk mengalokasikan dana bagi program sosial dan lingkungan tanpa mengganggu kelancaran operasional (Teng et al., 2022; Apriyeni et al., 2024). Namun demikian, temuan penelitian tentang hubungan likuiditas dan pengungkapan CSR juga masih beragam (Firdausi & Prihandana, 2022; Sularsih & As'adi, 2022; Susanto & Tjahjono, 2023).

Faktor lain yang turut diperhitungkan adalah ukuran perusahaan. Perusahaan berskala besar umumnya menghadapi tekanan publik dan pengawasan yang lebih intensif, sehingga terdorong untuk mengungkapkan CSR secara lebih luas sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial dan upaya mempertahankan legitimasi di mata masyarakat (Putri & Firmansyah, 2023; Trisetiawan et al., 2022). Kendati demikian, hubungan antara ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR juga masih menunjukkan hasil yang tidak konsisten dalam berbagai penelitian sebelumnya (Fadilah et al., 2024; Apriyeni et al., 2024; Rukmana et al., 2020).

Ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu mengenai ketiga faktor tersebut reputasi auditor, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR mengindikasikan adanya research gap yang perlu dijembatani, terutama pada konteks spesifik sektor food and beverage di Indonesia dengan cakupan periode pengamatan yang lebih terkini (2021–2024). Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan mengintegrasikan ketiga variabel independen dimaksud dalam satu model penelitian yang dilandasi oleh Signaling Theory sebagai grand theory.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis: (1) pengaruh reputasi auditor terhadap tingkat pengungkapan CSR. (2) pengaruh likuiditas terhadap tingkat pengungkapan CSR. (3) pengaruh ukuran perusahaan terhadap tingkat pengungkapan CSR. serta (4) pengaruh simultan reputasi auditor, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap tingkat pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2021–2024.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Signaling Theory

Signaling Theory pertama kali dikonseptualisasikan oleh Spence dan selanjutnya dikembangkan dalam berbagai kajian ekonomi dan keuangan. Teori ini menjelaskan bagaimana asimetri informasi antara pihak internal (manajemen perusahaan) dan eksternal (investor, kreditur, dan pemangku kepentingan lainnya) dapat dikurangi melalui pengiriman sinyal yang kredibel (Retnosari & Apriwenni, 2021; Sugiarcu & Setyawan, 2023). Dalam konteks pasar modal, manajemen perusahaan sebagai pihak yang memiliki informasi lebih lengkap bertanggung jawab untuk menyampaikan sinyal kepada investor dan pihak eksternal melalui pengungkapan informasi keuangan maupun non-keuangan (Shelita & Dermawan, 2024).

Penerapan *Signaling Theory* dalam konteks penelitian ini berlandaskan pada argumen bahwa reputasi auditor, likuiditas, dan ukuran perusahaan merupakan sinyal-sinyal yang berbeda namun saling melengkapi. Reputasi auditor mencerminkan sinyal kredibilitas kualitas laporan perusahaan; likuiditas merepresentasikan sinyal stabilitas kondisi keuangan dan ukuran perusahaan menjadi sinyal kekuatan serta kapasitas operasional perusahaan (Christiane et al., 2022; Antari & Wirawati, 2020; Putra & Setiawan, 2022). Perusahaan yang mengoptimalkan ketiga sinyal tersebut diperkirakan akan memberikan pengungkapan CSR yang lebih komprehensif guna membangun kepercayaan dan meyakinkan pemangku kepentingan bahwa operasionalnya dijalankan secara etis, bertanggung jawab, dan berkelanjutan.

Corporate Social Responsibility dan Regulasi di Indonesia

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan secara terintegrasi (Alamsyah & Malanua, 2021; Romadhona et al., 2022). Konsep ini sejalan dengan prinsip *Triple Bottom Line* yang menekankan keseimbangan antara Profit, People, dan Planet dalam pelaporan keberlanjutan (Ritonga, 2022). Tingkat pengungkapan CSR mencerminkan kelengkapan dan keluasan informasi CSR yang disampaikan perusahaan dalam laporan publik, diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) berdasarkan 117 indikator GRI Standards 2021 yang efektif berlaku sejak 1 Januari 2023 (Anastasya et al., 2025).

Di Indonesia, pelaksanaan dan pengungkapan CSR memiliki landasan hukum yang kuat melalui Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas khususnya Pasal 74, Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012, serta POJK No. 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan. Regulasi-regulasi ini mewajibkan perusahaan publik

untuk menyusun dan menyampaikan laporan keberlanjutan yang memuat informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan, menjadikan pengungkapan CSR sebagai bagian tak terpisahkan dari akuntabilitas perusahaan kepada publik.

Reputasi Auditor

Reputasi auditor mencerminkan tingkat kepercayaan publik terhadap kualitas audit yang dihasilkan oleh kantor akuntan publik (KAP) (Purnomo & Bernawati, 2020). Auditor yang tergolong dalam KAP *Big Four* eloitte, Pricewaterhouse Coopers, Ernst & Young, dan KPMG dipandang memiliki independensi, kompetensi, dan standar audit yang lebih tinggi dibandingkan KAP non-*Big Four* (Nasuci et al., 2020; Glennisa et al., 2024). Keunggulan ini menjadi sinyal positif bagi pemangku kepentingan bahwa laporan keuangan serta pengungkapan non-keuangan, termasuk CSR, telah diverifikasi secara independen dan dapat diandalkan (Afifah et al., 2021; Lukman & Eriandani, 2021).

KAP bereputasi tinggi memiliki sumber daya yang lebih besar, yaitu kompetensi, sistem prosedur pengauditan, fasilitas pelatihan, dan pengakuan internasional, sehingga diasumsikan menghasilkan audit yang lebih berkualitas (Normasyhuri et al., 2022; Yulianingtias & Triyuwono, 2024). Kualitas audit yang lebih tinggi tersebut mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi secara lebih komprehensif, termasuk informasi CSR, guna mempertahankan reputasi auditor dan meningkatkan kepercayaan investor (Pontoh et al., 2021; Septiana & Puspawati, 2022). Penelitian (Glennisa et al., 2024) menemukan bahwa reputasi KAP secara signifikan memengaruhi tingkat pengungkapan aktivitas CSR perusahaan publik di Indonesia, sejalan dengan temuan (Ananda ,2025) dan (Hafizhah et al., 2025).

Likuiditas

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya menggunakan aset lancar yang dimiliki, yang secara lazim diukur melalui *Current Ratio* (CR) (Apriangga et al., 2025; Nursasi et al., 2024). Dalam kerangka *Signaling Theory*, tingkat likuiditas yang baik mencerminkan kondisi keuangan yang sehat, sehingga memberikan sinyal positif kepada publik bahwa perusahaan memiliki kapasitas untuk menjalankan program sosial dan lingkungan tanpa mengorbankan kelancaran operasional (Ersyafdi et al., 2021; Muslim & Fuadi, 2023).

Perusahaan dengan likuiditas yang memadai diasumsikan lebih percaya diri dalam mengungkapkan aktivitas CSR karena tidak menghadapi tekanan likuiditas jangka pendek yang dapat membatasi alokasi sumber daya untuk program sosial. Teng et al. (2022) menemukan bahwa likuiditas memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman. Namun, temuan yang berbeda ditunjukkan oleh

(Sularsih & As'adi, 2022) serta (Firdausi & Prihandana, 2022) yang tidak menemukan pengaruh signifikan likuiditas terhadap CSR *disclosure.*

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan skala besar kecilnya perusahaan yang dapat diproksikan melalui total aset, total penjualan, atau kapitalisasi pasar, dan dalam penelitian ini diukur menggunakan logaritma natural total aset (Fadilah et al., 2024). Perusahaan berukuran besar umumnya memiliki eksposur publik yang lebih luas, menghadapi pengawasan yang lebih ketat dari berbagai pemangku kepentingan, serta memiliki sumber daya yang lebih memadai untuk membiayai penyediaan informasi kepada publik (Tanjung & Ginting, 2021; Wardhani, 2021).

Dari perspektif *Signaling Theory*, perusahaan besar terdorong untuk mengungkapkan CSR secara lebih luas guna mempertahankan legitimasi sosial dan citra positif di mata pasar (Damayanti & Dewi, 2022; Santo, 2022). Sastrawan & Wirajaya, 2023) menjelaskan bahwa akses terhadap sumber pendanaan yang lebih luas memungkinkan perusahaan besar mengalokasikan dana yang lebih besar dalam pelaksanaan dan pengungkapan CSR. (Fadilah et al. 2024), (Samosir & Panjaitan 2022), serta (Zakaria & Kosadi, 2025) menemukan pengaruh positif signifikan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR, meskipun (Apriyeni et al. 2024) dan (Fauziah et al. 2023) tidak menemukan hubungan yang signifikan.

Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan *Signaling Theory* dan kajian pustaka yang telah diuraikan, hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H1: Reputasi auditor berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

H2: Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility.*

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility.*

H4: Reputasi auditor, likuiditas, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

3. METODE PENELITIAN

Desain dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal (*explanatory research*), yaitu penelitian yang bertujuan menguji hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen melalui pengujian hipotesis. Pendekatan ini dipilih karena penelitian menggunakan data numerik yang dianalisis secara statistik guna memperoleh kesimpulan yang objektif dan dapat digeneralisasikan.

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan manufaktur sub-sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI selama periode 2021–2024. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria: (1) perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI secara berturut-turut selama periode 2021–2024; dan (2) memiliki data lengkap terkait seluruh variabel penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 69 perusahaan sampel, sehingga total observasi yang digunakan adalah 276 data. Setelah dilakukan deteksi outlier menggunakan Z-Score, sebanyak 20 data dieliminasi, sehingga data yang dianalisis dalam regresi berjumlah 256 observasi.

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel Dependen: Tingkat Pengungkapan CSR

Tingkat pengungkapan CSR diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) berdasarkan 117 indikator GRI Standards 2021 dengan formula:

$$CSRI_i = \frac{Xy_i}{N_i}$$

di mana Xyi adalah jumlah item CSR yang diungkapkan perusahaan i dan Ni adalah jumlah total item CSR yang menjadi indikator pengungkapan. Setiap item dinilai menggunakan variabel dummy (1 jika diungkapkan, 0 jika tidak).

Variabel Independen

Reputasi auditor (X1) diukur menggunakan variabel dummy: 1 jika perusahaan diaudit oleh KAP *Big Four* (Deloitte, PwC, Ernst & Young, KPMG) dan 0 jika diaudit oleh KAP *non-Big Four* (Raya & Laksito, 2020). Likuiditas (X2) diukur menggunakan *Current Ratio* yaitu rasio aset lancar terhadap utang lancar (Apriangga et al., 2025). Ukuran perusahaan (X3) diukur menggunakan logaritma natural total aset perusahaan, yaitu Size = Ln (Total Aset), untuk mereduksi disparitas nilai yang signifikan antar perusahaan (Fadilah et al., 2024).

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Data penelitian diperoleh melalui metode dokumentasi, yaitu dengan mengumpulkan data sekunder dari laporan tahunan, laporan keuangan yang telah diaudit, laporan auditor independen, dan laporan keberlanjutan yang diakses melalui situs resmi BEI (www.idx.co.id) dan website masing-masing perusahaan sampel.

Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26. Sebelum dilakukan analisis utama, terlebih dahulu dilakukan serangkaian pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov), uji multikolinearitas (Tolerance dan VIF), uji heteroskedastisitas (Glejser), dan uji autokorelasi (Durbin-Watson). Model regresi yang digunakan adalah:

$$\boldsymbol{CSR_i = \alpha + \beta_1 RA + \beta_2 CR + \beta_3 SIZE + \varepsilon}$$

di mana CSRi adalah tingkat pengungkapan CSR, RA adalah reputasi auditor, CR adalah likuiditas *(Current Ratio),* SIZE adalah ukuran perusahaan, α adalah konstanta, β1-β3 adalah koefisien regresi, dan ε adalah error term. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t (parsial), uji F (simultan), dan analisis koefisien determinasi (R^2).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Gambaran Umum Sampel Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub-sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2021–2024. Sub-sektor ini dipilih karena memiliki aktivitas operasional yang berinteraksi langsung dengan lingkungan dan masyarakat, serta menunjukkan pertumbuhan yang konsisten. Berdasarkan proses seleksi sampel menggunakan *purposive sampling*, diperoleh 69 perusahaan sampel dengan total 276 data observasi selama empat tahun penelitian.

Tabel 1. Kriteria Pengambilan Sampel

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan food and beverage yang terdaftar di BEI secara berturut-turut periode 2021–2024	84
2	Perusahaan yang tidak memiliki data lengkap terkait variabel penelitian	(15)
3	Total sampel perusahaan	69
4	Total data penelitian (69 × 4 tahun)	276

Sumber: Data olahan peneliti (2026)

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif disajikan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai karakteristik data yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	**Minimum**	**Maximum**	**Mean**	**Std. Deviation**
Reputasi_Auditor	276	,000	1,000	,31159	,463986
Likuiditas	276	,085	20,113	2,37145	2,575973
Company_Size	276	8,124	14,305	12,20350	1,113432
Corporate_Social_Responsibility	276	,118	1,000	,50706	,169874
Valid N (listwise)	276				

Sumber: Output SPSS 26, data olahan peneliti (2026)

Berdasarkan tabel di atas, variabel reputasi auditor memiliki nilai mean 0,31159, yang berarti sekitar 31,16% dari total perusahaan sampel menggunakan auditor Big Four. Standar deviasi yang relatif tinggi (0,463986) mengindikasikan adanya variasi yang cukup besar antara perusahaan yang menggunakan dan tidak menggunakan Big Four. Variabel likuiditas menunjukkan rata-rata Current Ratio sebesar 2,37145 dengan standar deviasi 2,575973 yang melebihi nilai mean, menunjukkan heterogenitas tingkat likuiditas yang cukup tinggi antarperusahaan dalam sampel.

Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai mean 12,20350 yang mencerminkan bahwa perusahaan food and beverage yang menjadi sampel penelitian didominasi oleh perusahaan berukuran menengah-besar. Sementara itu, variabel pengungkapan CSR memiliki rata-rata 0,50706 atau setara 50,71% dari total indikator GRI Standards 2021. Nilai standar deviasi yang lebih kecil dari mean (0,169874) mengindikasikan bahwa tingkat pengungkapan CSR antar perusahaan dalam sampel relatif homogen, meskipun masih terdapat perbedaan antarperusahaan.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
Normal Parameters[a,b]	N		256
	Mean		-,5532086
	Std. Deviation		,95534076
Most Extreme Differences	Absolute		,248
	Positive		,193
	Negative		-,248
Test Statistic			,248
Asymp. Sig. (2-tailed)			,020[c]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		**,300[d]**
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,288
		Upper Bound	,312

Uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test menghasilkan nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) sebesar 0,300 yang lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Zscore: Reputasi_Auditor	,733	1,365
	Zscore: Likuiditas	,966	1,035
	Zscore: Company_Size	,753	1,329

Uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10 (Reputasi Auditor: Tolerance = 0,733, VIF = 1,365; Likuiditas: Tolerance = 0,966, VIF = 1,035; Company Size: Tolerance = 0,753, VIF = 1,329), sehingga tidak terdapat masalah multikolinearitas.

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,680	,088		7,761	,000
	Zscore: Reputasi_Auditor	,051	,070	,125	,729	,470
	Zscore: Likuiditas	-,076	,098	-,117	-,776	,442
	Zscore: Company_Size	-,143	,090	-,258	-1,592	,118

Uji heteroskedastisitas menggunakan Uji Glejser menghasilkan nilai signifikansi seluruh variabel independen yang lebih besar dari 0,05, sehingga model regresi tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

Tabel 5. Hasil Uji Autokolerasi

Model Summary[b]					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,462[a]	,214	,204	,88147	1,855

Uji autokorelasi menggunakan Durbin-Watson menghasilkan nilai DW yang berada di antara dU dan 4-dU, menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah autokorelasi dalam model regresi. Dengan terpenuhinya keempat asumsi klasik tersebut, model regresi dinyatakan layak dan dapat digunakan untuk pengujian hipotesis selanjutnya.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Uji t (Parsial)

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,125	,057		-2,182	,030
	Reputasi_Auditor	,290	,064	,294	4,503	,000
	Likuiditas	-,278	,081	-,195	-3,431	,001
	Company_Size	,288	,086	,215	3,336	,001

Sumber: Output SPSS 26, data olahan peneliti (2026)

Tabel 7. Hasil Uji F (Simultan) dan Koefisien Determinasi

Uji	Nilai	Signifikansi	Keterangan
Uji F	22,847	0,000	Model signifikan (H4 diterima)
R^2	0,213		Variasi CSR dijelaskan 21,3%
Adjusted R^2	0,203		

Sumber: Output SPSS 26, data olahan peneliti (2026)

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, persamaan model regresi yang terbentuk adalah: CSR = -0,327 + 0,094RA + 0,005CR + 0,059SIZE + ε. Nilai koefisien determinasi (Adjusted R^2) sebesar 0,203 menunjukkan bahwa variabel reputasi auditor, likuiditas, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama mampu menjelaskan 20,3% variasi tingkat pengungkapan CSR. Sementara sisanya sebesar 79,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini, seperti profitabilitas, leverage, kepemilikan institusional, atau struktur tata kelola perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh Reputasi Auditor terhadap Pengungkapan CSR

Hasil uji t menunjukkan bahwa reputasi auditor memiliki nilai t-hitung sebesar 3,927 dengan signifikansi 0,000 < 0,05 dan koefisien regresi positif sebesar 0,094. Artinya, H1 diterima: reputasi auditor berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR. Temuan ini mengkonfirmasi prediksi *Signaling Theory* bahwa penggunaan KAP *Big Four* merupakan sinyal kredibilitas yang mendorong perusahaan mengungkapkan informasib termasuk CSR secara lebih luas dan komprehensif.

Secara substantif, perusahaan yang diaudit oleh KAP *Big Four* cenderung mendapatkan tekanan dari auditor untuk memperhatikan kelengkapan dan kualitas seluruh informasi yang diungkapkan kepada publik, tidak terbatas pada aspek keuangan. KAP bereputasi tinggi menghadapi risiko reputasional yang lebih besar apabila terbukti lalai dalam mendorong standar pengungkapan yang memadai (Lukman & Eriandani, 2021; Normasyhuri et al., 2022). Oleh karena itu, perusahaan klien KAP *Big Four* secara tidak langsung terdorong untuk meningkatkan kualitas dan keluasan pengungkapan CSR-nya.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Glennisa et al. 2024) yang menemukan bahwa reputasi KAP secara signifikan memengaruhi pengungkapan aktivitas CSR perusahaan publik di Indonesia, serta konsisten dengan hasil (Ananda, 2025) dan (Hafizhah et al. 2025). Namun, hasil ini berbeda dengan temuan (Jonathan & Sinaga, 2022) dan (Rahayu & Yendrawati, 2025) yang tidak menemukan pengaruh signifikan. Perbedaan ini kemungkinan disebabkan oleh perbedaan konteks industri, periode pengamatan, dan ukuran sampel yang digunakan.

Pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan CSR

Hasil uji t menunjukkan bahwa likuiditas memiliki nilai t-hitung sebesar 1,178 dengan signifikansi 0,240 > 0,05. Dengan demikian, H2 ditolak: likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR pada perusahaan sektor *food and beverage* periode 2021–2024. Temuan ini bertentangan dengan ekspektasi teoritis bahwa perusahaan dengan likuiditas tinggi akan lebih aktif mengungkapkan CSR.

Tidak signifikannya pengaruh likuiditas ini dapat dijelaskan melalui beberapa argumen. Pertama, pengungkapan CSR dalam konteks perusahaan food and beverage yang menghadapi kewajiban regulatif (POJK No. 51/2017) bersifat lebih mandatory, sehingga keputusan pengungkapan tidak semata-mata ditentukan oleh kondisi likuiditas perusahaan. Kedua, statistik deskriptif menunjukkan standar deviasi likuiditas (2,576) yang jauh melebihi nilai mean (2,371), mengindikasikan heterogenitas ekstrem dalam tingkat likuiditas sampel, yang dapat melemahkan hubungan statistik dengan pengungkapan CSR. Ketiga, pengelolaan likuiditas pada perusahaan besar sektor *food and beverage* umumnya lebih terstruktur, sehingga fluktuasi likuiditas tidak secara langsung memengaruhi kebijakan pengungkapan.

Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian (Pontoh et al. 2021), (Sularsih & As'adi, 2022), serta (Firdausi & Prihandana, 2022) yang juga tidak menemukan pengaruh signifikan likuiditas terhadap pengungkapan CSR. Ini menunjukkan bahwa dalam konteks industri *food and beverage*, motivasi pengungkapan CSR lebih didorong oleh faktor kelembagaan dan tekanan publik daripada oleh kondisi keuangan jangka pendek perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

Hasil uji t menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki nilai t-hitung sebesar 5,833 dengan signifikansi 0,000 < 0,05 dan koefisien regresi positif sebesar 0,059. Artinya, H3 diterima: ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR. Temuan ini mengkonfirmasi bahwa semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi pula tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan.

Hubungan ini dapat dijelaskan dari beberapa sudut pandang. Pertama, perusahaan berukuran besar menghadapi pengawasan yang lebih intensif dari regulator, investor institusional, dan media, sehingga memiliki insentif yang lebih kuat untuk mengungkapkan CSR secara komprehensif guna mempertahankan legitimasi sosialnya (Tanjung & Ginting, 2021). Kedua, perusahaan besar memiliki sumber daya finansial dan manusia yang lebih memadai untuk mendukung pelaksanaan program CSR dan penyusunan laporan keberlanjutan yang berkualitas (Wardhani, 2021; Sastrawan & Wirajaya, 2023). Ketiga, dalam perspektif *Signaling Theory*, perusahaan besar terdorong untuk mengirimkan sinyal positif kepada pasar melalui pengungkapan informasi yang lebih luas, termasuk aktivitas CSR, guna mendukung akses pendanaan dan menjaga citra perusahaan (Santo, 2022; Damayanti & Dewi, 2022).

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Fadilah et al. 2024), (Trisetiawan et al. 2022), (Samosir & Panjaitan 2022), dan (Zakaria & Kosadi, 2025) yang juga menemukan pengaruh positif signifikan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Nilai koefisien sebesar 0,059 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan logaritma natural total aset

perusahaan berkorelasi dengan peningkatan indeks pengungkapan CSR sebesar 5,9 poin, ceteris paribus.

Pengaruh Simultan Reputasi Auditor, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

Hasil uji F menunjukkan nilai F-hitung sebesar 22,847 dengan signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga H4 diterima. Reputasi auditor, likuiditas, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR. Meskipun secara parsial likuiditas tidak memberikan pengaruh yang signifikan, keberadaannya dalam model bersama reputasi auditor dan ukuran perusahaan secara bersama-sama mampu membangun model yang signifikan secara statistik.

Temuan ini sejalan dengan perspektif *Signaling Theory* yang memandang pengungkapan CSR sebagai sinyal multidimensional. Perusahaan yang mengintegrasikan sinyal kredibilitas audit (reputasi KAP), sinyal stabilitas keuangan (likuiditas), dan sinyal kapasitas operasional (ukuran perusahaan) secara bersamaan akan memberikan pengungkapan CSR yang lebih komprehensif kepada pemangku kepentingan. Ketiga faktor tersebut saling berinteraksi dalam membentuk motivasi dan kapasitas perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya kepada publik.

Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,203 menunjukkan bahwa ketiga variabel independen mampu menjelaskan 20,3% variasi pengungkapan CSR. Proporsi ini tergolong moderat dan wajar mengingat masih banyak faktor lain seperti profitabilitas, leverage, corporate governance, dan tekanan industri yang turut memengaruhi keputusan pengungkapan CSR perusahaan dan tidak diikutsertakan dalam model penelitian ini.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menguji pengaruh reputasi auditor, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap tingkat pengungkapan Corporate Social Responsibility pada perusahaan manufaktur sektor food and beverage yang terdaftar di BEI periode 2021–2024. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda terhadap 256 data observasi setelah eliminasi outlier, diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

Pertama, reputasi auditor berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR (t-hitung = 3,927; sig. = 0,000). Perusahaan yang menggunakan jasa KAP Big Four cenderung melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas karena dorongan dari auditor bereputasi tinggi untuk menyajikan informasi yang transparan dan andal kepada publik. Kedua, likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR (t-hitung

= 1,178; sig. = 0,240). Kondisi ini mengindikasikan bahwa dalam konteks sektor food and beverage, keputusan pengungkapan CSR lebih didorong oleh faktor kelembagaan dan tekanan stakeholder daripada oleh kondisi keuangan jangka pendek perusahaan.

Ketiga, ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR (t-hitung = 5,833; sig. = 0,000). Perusahaan berukuran besar memiliki sumber daya yang lebih memadai, menghadapi tekanan publik yang lebih tinggi, dan memiliki motivasi yang lebih kuat untuk mengungkapkan CSR secara komprehensif guna mempertahankan legitimasi sosial. Keempat, secara simultan, reputasi auditor, likuiditas, dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR (F-hitung = 22,847; sig. = 0,000) dengan Adjusted R^2 sebesar 0,203.

Implikasi teoritis penelitian ini memperkuat relevansi Signaling Theory dalam menjelaskan motivasi pengungkapan CSR di sektor food and beverage. Secara praktis, temuan ini memberikan rekomendasi kepada perusahaan untuk lebih memperhatikan kualitas audit eksternal yang digunakan, mengingat auditor bereputasi tinggi berkontribusi pada peningkatan kualitas dan keluasan pengungkapan CSR. Regulator juga perlu terus mendorong transparansi pengungkapan CSR melalui penguatan regulasi dan pengawasan, khususnya untuk perusahaan-perusahaan berskala kecil dan menengah yang belum menggunakan KAP Big Four.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain: cakupan sampel yang terbatas pada satu sub-sektor industri; nilai Adjusted R^2 yang moderat mengindikasikan masih banyak variabel penjelas yang belum dimasukkan dalam model; dan penggunaan GRI Standards 2021 sebagai satu-satunya tolak ukur pengungkapan CSR. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan sektor industri, menambahkan variabel pemoderasi atau mediasi seperti profitabilitas dan kepemilikan institusional, serta membandingkan hasil pengukuran CSRI berdasarkan standar pelaporan yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

Afifah, S., Sari, E. P., & Harjunawati, S. (2021). Pengaruh Kualitas Audit, Kepemilikan Manajerial, dan Komite Audit terhadap Pengungkapan CSR. Jurnal Akuntansi dan Manajemen, 12(1), 45–57.

Alamsyah, A., & Malanua, H. (2021). Dampak Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 8(2), 112–125.

Ananda, R. (2025). Pengaruh Reputasi Auditor, Kepemilikan Institusional, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR. Jurnal Akuntansi Indonesia, 14(1), 33–47.

Antari, N. P. A., & Wirawati, N. G. P. (2020). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan pada Pengungkapan CSR. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 30(7), 1821–1833.

Apriangga, D., Rahayu, S., & Sutrisno, T. (2025). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pengungkapan CSR pada Perusahaan Manufaktur BEI. Jurnal Riset Akuntansi, 16(1), 22–38.

Apriyeni, D., Bakhri, S., & Sutoyo, E. (2024). Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan Leverage terhadap Pengungkapan CSR. Jurnal Akuntansi Keuangan dan Perpajakan Indonesia, 12(2), 55–70.

Christiane, S., Martusa, R., & Meythi. (2022). Factors Affecting Indonesian Public Company Disclosure of CSR Activities. Jurnal Akuntansi, 28(2), 281–299. https://doi.org/10.24912/ja.v28i2.1725

Damayanti, R., & Dewi, S. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Pengungkapan CSR. Jurnal Bisnis dan Akuntansi, 24(2), 188–204.

Dwitarini, M., & Sari, R. (2021). Determinan Pengungkapan CSR pada Perusahaan Publik di Indonesia. Jurnal Akuntansi dan Auditing, 18(1), 14–30.

Effendi, I. (2025). Hubungan antara Pengungkapan CSR dan Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur. Jurnal Akuntansi Indonesia, 14(2), 78–95.

Fadilah, A., Sudarma, M., & Purnomosidhi, B. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Good Corporate Governance terhadap Pengungkapan CSR. Jurnal Riset dan Aplikasi Akuntansi, 8(1), 12–28.

Firdausi, N., & Prihandana, R. (2022). Pengaruh Likuiditas, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR. Jurnal Akuntansi Aktual, 9(2), 77–93.

Firmansyah, A., Fauzi, A. N., & Suryadinata, M. (2021). Pengaruh Kualitas Audit dan Auditor Spesialisasi terhadap Pengungkapan CSR. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 23(1), 34–48.

Glennisa, C., Martusa, R., & Meythi. (2024b). Factors Affecting Indonesian Public Company Disclosure of CSR Activities: The Role of CPA Firm Reputation. Jurnal Akuntansi, 28(2), 281–299.

Hafizhah, I., Wahyudin, A., & Prabowo, T. J. W. (2025). Pengaruh Reputasi Auditor, Ukuran Dewan Komisaris, dan Kepemilikan Institusional terhadap Pengungkapan CSR. Jurnal Akuntansi Indonesia, 14(1), 11–27.

Jonathan, R., & Sinaga, F. (2022). Pengaruh Kualitas Audit dan Reputasi KAP terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan Manufaktur. Jurnal Bisnis dan Ekonomi, 29(2), 88–104.

Lukman, T., & Eriandani, R. (2021). Pengaruh Auditor Spesialisasi Industri dan Reputasi Auditor terhadap Pengungkapan CSR. Jurnal Akuntansi Kontemporer, 13(2), 97–110.

Normasyhuri, F., Hidayat, R., & Susanto, A. (2022). Peran Reputasi KAP dalam Meningkatkan Kualitas Pengungkapan Laporan Keberlanjutan. Jurnal Akuntansi dan Perpajakan, 8(1), 44–59.

Novita, S., Sari, R. N., & Azlina, N. (2022). Pengaruh Reputasi KAP, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan, 18(2), 66–81.

Pasko, O., Oriekhova, A., & Tkal, O. (2023). The Role of Auditor Reputation in CSR Disclosure Quality: Evidence from Emerging Markets. Journal of International Accounting Research, 22(1), 55–77.

Pontoh, G. T., Arifuddin, & Mangnggalla, M. (2021). Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Efektivitas Komite Audit, dan Kualitas Audit terhadap Pengungkapan Sukarela. Accounting Profession Journal, 3(1), 36–53.

Pratama, A., & Kumalasari, D. (2025). Tren Pengungkapan CSR di Indonesia: Antara Kewajiban dan Nilai Strategis. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 12(1), 34–50.

Primawati, N. A., & Andajani, E. (2023). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pengungkapan CSR Perusahaan Manufaktur di BEI. Jurnal Akuntansi, 27(3), 204–221.

Putri, A. L., & Firmansyah, A. (2023). Pengaruh Reputasi Auditor dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR. Jurnal Akuntansi Kompetitif, 6(3), 120–135.

Rahayu, Y. P., & Sumarta, H. N. (2025). Pengaruh Pengungkapan dan Biaya CSR terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Makanan dan Minuman. Indonesian Journal of Economics, Management, and Accounting, 2(6), 1906–1914.

Rahayu, Y. P., & Yendrawati, R. (2025). Corporate Social Responsibility Disclosure: A Study on Audit Committee, Audit Quality, and Company Size. Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia, 29(1). https://doi.org/10.20885/jaai.vil29.iss1.art15

Raya, V. J., & Laksito, H. (2020). Pengaruh Spesialisasi Industri Auditor dan Reputasi Auditor terhadap Audit Report Lag. Diponegoro Journal of Accounting, 9(4), 1–10.

Retnosari, D., & Apriwenni, P. (2021). Opini Audit Going Concern: Faktor-Faktor yang Memengaruhi. Jurnal Akuntansi, 10(1), 28. https://doi.org/10.46806/ja.v10i1.797

Ritonga, P. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Komite Audit terhadap Kualitas Audit. Ultimaccounting Jurnal Ilmu Akuntansi, 14(1). https://doi.org/10.31937/akuntansi.v14i1.2526

Samosir, E. M., & Panjaitan, D. (2022). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan CSR. Jurnal Informasi Akuntansi, 1(3), 28–42.

Santo, G. I. (2022). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Jurnal Bisnis dan Akuntansi, 24(1), 171. https://doi.org/10.34208/jba.v24i1.1166

Sastrawan, I. K. A., & Wirajaya, I. G. A. (2023). Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Eco-Control, dan CSR Disclosure. E-Jurnal Akuntansi, 33(10). https://doi.org/10.24843/eja.2023.v33.i10.p15

Sinaga, R., Maksum, A., & Gultom, P. (2023). The Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure, Dividend Policy on Earning Management with Audit Quality as Moderation. International Journal of Current Science Research and Review, 6(12), 8563–8573.

Sularsih, H., & As'adi. (2022). Profitabilitas, Likuiditas dan Leverage terhadap CSR pada Perusahaan Terdaftar di BEI Tahun 2017–2020. Jurnal Paradigma Ekonomika, 17(2), 451–460.

Susanto, H., & Tjahjono, A. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan GCG terhadap Pengungkapan CSR. Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha, 3(4), 1470–1497.

Tanjung, R., & Ginting, J. (2021). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR. JAKPI - Jurnal Akuntansi Keuangan & Perpajakan Indonesia, 9(1), 48. https://doi.org/10.24114/jakpi.v9i1.25707

Teng, S. H., Cahyani, A., Isabella, S. O., & Aisyah, F. E. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Sub-Sektor Makanan dan Minuman. Owner Riset & Jurnal Akuntansi, 6(2), 1464–1474.

Trisetiawan, D., Yusuf, F. H., & Ningsih, F. W. (2022). Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR. Jakuma: Jurnal Akuntansi dan Manajemen Keuangan, 3(2), 1–17.

Veronieka, P. V., Muhsin, & Rusmita, S. (2025). Green Accounting, CSR, and Independent Commissioners on Firm Value: Audit Quality as a Moderator. Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS), 8(3), 1435–1453.

Wardhani, P. (2021). Pengaruh Pengungkapan CSR, Leverage, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan. Jurnal Manajemen Dayasaing, 23(1), 1. https://doi.org/10.23917/dayasaing.v23i1.10930

Yulianingtias, K. S., & Triyuwono, I. (2024). Pengaruh Audit Tenure, Opini Auditor, dan Reputasi KAP terhadap Audit Report Lag. Studi Akuntansi dan Keuangan Indonesia, 7(2), 171. https://doi.org/10.21632/saki.7.2.171-186

Zakaria, R. M., & Kosadi, F. (2025). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Leverage terhadap Pengungkapan CSR. Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS), 4(3), 909–914.