

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan kegiatan keberlanjutan perusahaan untuk menunjukkan tindakan perusahaan yang menilai, mengelola, dan mengatur tanggung jawab perusahaan dan dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan sosial atau membuat kegiatan bisnis lebih berkelanjutan, memiliki ruang lingkup yang luas dari topik, kegiatan, dan kebijakan lingkungan, sosial, dan tata kelola (Christensen *et al.*, 2021). Sedangkan menurut ISO 26000 (2018), *CSR Disclosure* adalah tanggung jawab dari sebuah organisasi terhadap dampak dari seluruh keputusan dan kegiatan pada masyarakat serta lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan prinsip pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sendiri sudah mulai dijalankan di Indonesia setelah disahkannya Undang-Undang (UU) Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas yang menekankan bahwa setiap perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan segala sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Kemudian hal tersebut dipertegas kembali dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas, yang menyatakan bahwa apabila terdapat perusahaan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan akan dikenai sanksi sesuai

dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Perusahaan yang melakukan pelaksanaan tanggung jawab sosial perlu diungkapkan dan dipertanggungjawabkan dalam laporan keuangan tahunan agar partisipasi perusahaan tersebut dapat diketahui oleh berbagai pihak yang berkepentingan. Selain itu juga untuk mematuhi aturan pemerintah yang berlaku (Dewi dan Khafi, 2018).

Kesadaran atas pentingnya CSR juga dilandasi dari pemikiran bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban ekonomi dan legal kepada pemegang saham (*shareholder*), tapi juga kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*). CSR menunjukkan bahwa tanggung jawab perusahaan harus berdasar pada *triple bottom lines* yaitu tanggung jawab perusahaan pada aspek sosial, lingkungan, dan keuangan (Susanto dan Tjahjono, 2023).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga menjadi perhatian khusus bagi Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Dalam Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor PER-6/MBU/09/2022 tahun (Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor PER-6/MBU/09/2022 Tahun 2022 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor PER-05/MBU/04/2021 Tentang Program Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Badan Usaha Milik Negara, 2022) dalam pasal 23 ayat (1) dijelaskan bahwa Setiap BUMN wajib menyusun laporan keuangan dan pelaksanaan Program TJSL BUMN. Konsep *Corporate Social Responsibility* dalam konteks Badan Usaha Milik Negara ini juga lebih dari sekadar kewajiban hukum. Hal ini merupakan perwujudan komitmen BUMN untuk ikut serta dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat dan keberlanjutan lingkungan (Salwa, 2024).

Dalam pelaksanaan program TJSL sendiri emiten atau perusahaan publik wajib melaporkan dalam laporan keberlanjutan. Berdasarkan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 16 /SEOJK.04/2021 Tentang Bentuk Dan Isi Laporan Tahunan Emiten Atau Perusahaan Publik (2021), terdapat pedoman teknis penyusunan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) bagi emiten dan perusahaan publik sebagai panduan bagi emiten dan perusahaan publik dalam menyusun laporan keberlanjutan yang merupakan pelaksanaan atas POJK Nomor 51/POJK.03/2017 tentang penerapan keuangan berkelanjutan bagi lembaga jasa keuangan, emiten, dan perusahaan publik. Berdasarkan SEOJK tersebut, terdapat bentuk dan isi laporan keberlanjutan yang dapat disusun oleh emiten atau perusahaan publik yang terdiri dari 7 indikator dengan jumlah 50 sub-indikator yang selanjutnya dijadikan metode pengukuran pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam penelitian ini.

Badan Pusat Statistik mencatat perekonomian Indonesia terus mengalami pertumbuhan dimana ekonomi triwulan I 2024 sebesar 5,11% (y-on-y), meningkat dibandingkan dengan pertumbuhan pada triwulan sebelumnya sebesar 5,04% (y-on-y) (Badan Pusat Statistik, 2024). Pertumbuhan ekonomi ini tidak terlepas dengan peran BUMN yang terbukti memiliki peran sentral untuk memutar ekonomi dalam situasi krisis akibat pandemi. Terbukti salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk atau TLKM mencatat kinerja keuangan yang positif sepanjang tahun 2023 di tengah tantangan yang ada seperti persaingan bisnis, pasca pandemi, jangkauan infrastruktur, regulasi, hingga kebutuhan akan *partnership* dan investasi. Perseroan membukukan pendapatan konsolidasian sebesar Rp 149,2 triliun atau tumbuh sebesar 1,3% dibanding

periode yang sama tahun lalu. Sementara itu, laba bersih Telkom tumbuh dua digit sebesar 18,3% YoY menjadi Rp 24,6 triliun pada akhir tahun 2023 (Metriani, 2024).

Dengan adanya peningkatan kinerja keuangan tersebut, PT Telkom dapat terus melaksanakan kegiatan tahunan Safari Ramadan dengan menyalurkan bantuan CSR (*corporate sosial responsibility*) senilai total Rp1,8 miliar. Bantuan tersebut diberikan kepada sekolah, madrasah, pesantren, dan sederajat yang berlokasi di sekitar kawasan Telkom Regional. Bantuan tersebut juga merupakan bentuk komitmen Telkom untuk mencapai sasaran *Sustainable Development Goals* (SDGs) serta rasa kepedulian kepada sesama (Dadag, 2024).

PT Adhi Karya Tbk. (ADHI) yang merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara berhasil mencetak laba bersih sebesar Rp55,18 miliar pada 2021. Angka tersebut meroket 130,15% dari periode yang sama tahun sebelumnya yang mencapai Rp23,97 miliar. Peningkatan tersebut sejalan dengan kenaikan pendapatan perseroan. Berdasarkan laporan kinerja keuangan perseroan, pendapatan meningkat 6,49% dari Rp10,82 triliun menjadi Rp11,53 triliun pada 2021 (Annur, 2022). Tidak hanya dengan peningkatan kinerja keuangan, ADHI juga hadir menunjukkan komitmennya terhadap pembangunan berkelanjutan yang bermanfaat bagi masyarakat luas. Melalui Program Bina Lingkungan ADHI telah menyalurkan dana untuk Program TJSL pada tahun 2021 mencapai Rp3.444.701.158. Sementara, untuk total penyaluran dana TJSL lainnya terhitung senilai Rp1.594.701.158. Program TJSL mencakup beberapa pilar esensial dalam kehidupan, seperti sosial, ekonomi, lingkungan, serta hukum dan tata kelola.

Dalam prakteknya tidak sedikit pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) mengalami kendala. Salah satu kasus terbaru yang menjadi sorotan publik yaitu kasus dugaan penyelewengan dana CSR datang dari perusahaan pertambangan yaitu PT Timah Tbk. Kejaksaan Agung menetapkan Sosialita Helena Lim dan Harvey Moeis sebagai tersangka kasus dugaan korupsi tata niaga komoditas timah wilayah Izin Usaha Pertambangan (IUP) PT Timah Tbk tahun 2015-2022. Kabarnya Harvey Moeis diduga menerima uang hasil mega korupsi timah tersebut berkedok dana *corporate social responsibility* (CSR) dari para pengusaha (Wandira, 2024). Dimana uang tersebut berasal dari hasil keuntungan dari para pemilik smelter yang kemudian Harvey menginstruksikan untuk diserahkan kepada dirinya seolah-olah sebagai dana *corporate social responsibility* (CSR) yang difasilitasi oleh Manager PT QSE.

Akibat dari kasus tersebut menyebabkan kerugian ekologis, ekonomi dan pemulihan lingkungan dengan hasil perhitungan oleh ahli lingkungan IPB Bambang Hero Saharjo mencapai Rp 271 triliun dan kerugian keuangan negara yang masih dalam proses perhitungan. Dengan kinerja keuangan memburuk yang dapat dilihat PT Timah mencatatkan rugi tahun berjalan yang diatribusikan kepada pemilik entitas induk Rp 449,69 miliar pada 2023. Padahal di tahun 2022, emiten pelat merah ini mampu mencetak laba bersih Rp 1,04 triliun. Kerugian Timah tersebut sejalan dengan laju pendapatan yang turun dari Rp 12,5 triliun pada 2022 menjadi Rp 8,39 triliun pada tahun 2023 (Olavia, 2024).

Beberapa penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan hasil yang beragam. Faktor – faktor yang dapat mempengaruhi

pengungkapan CSR antara lain profitabilitas, ukuran perusahaan dan kepemilikan publik (Pramesti dan Budiasih, 2020), profitabilitas dan likuiditas (Pertiwi Lolo dan Yuliandhari, 2020) dan (Marulitua, 2021), *leverage* (Yanti *et al.*, 2021), (Firdausi dan Prihandana, 2022), dan (Christiawan dan Andayani, 2023), serta ukuran dewan komisaris, dan kepemilikan institusional (Susanto dan Mulyani, 2023). Berdasarkan fenomena dan penelitian terdahulu menunjukkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) banyak dipengaruhi oleh kinerja keuangan perusahaan. Kinerja keuangan adalah kemampuan perusahaan untuk mengelola dan mengendalikan sumber dayanya (IAI, 2017). Kinerja keuangan dapat dicerminkan melalui rasio keuangan perusahaan.

Rasio keuangan pertama yang mempengaruhi pengungkapan CSR dalam penelitian ini adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan rasio keuangan yang dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Menurut Marulitua (2021), profitabilitas adalah salah satu faktor yang mendorong manajemen melakukan pengungkapan CSR. Profitabilitas termasuk salah satu faktor pengungkapan CSR karena pelaksanaan aktivitas sosial sangat tergantung dari kesadaran manajemen perusahaan dari kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Hal ini memberikan gambaran bahwa perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi akan memperhatikan masalah sosial dengan melakukan pengungkapan CSR. Hal ini dikarenakan perusahaan memiliki cadangan dana yang cukup untuk pelaksanaan CSR dan perusahaan menganggap bahwa pengungkapan CSR dapat meningkatkan reputasi perusahaan. Ungkapan tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Pramesti dan Budiasih (2020), Indriyani dan Yuliandhari (2020), Marulitua (2021), serta

Christiawan dan Andayani (2023), yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Namun, berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Prasetio dan Paramitha (2020), yang menyatakan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Rasio keuangan kedua yang mempengaruhi pengungkapan CSR dalam penelitian ini adalah likuiditas. Likuiditas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Menurut Sijum dan Rustia (2021), likuiditas yang tinggi pada suatu perusahaan berarti perusahaan memiliki kemampuan untuk memenuhi kewajibannya. Sehingga perusahaan akan memiliki kemampuan untuk melakukan pengungkapan kegiatan sosial yang lebih luas. Dalam penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Marulitua (2021), Tua (2021), Sijum dan Rustia (2021), dan Teng *et al.* (2022), menyatakan likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Namun, berbanding terbalik dengan hasil penelitian Firdausi dan Prihandana (2022), yang menyatakan likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Rasio keuangan ketiga yang mempengaruhi pengungkapan CSR dalam penelitian adalah *leverage*. Menurut Susanto dan Mulyani (2023), *leverage* merupakan rasio yang mengukur seberapa besar pembiayaan perusahaan bergantung pada utang. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal tersebut lebih tinggi. Oleh karena itu, perusahaan dengan *leverage* yang tinggi mempunyai kewajiban pengungkapan yang lebih luas dibandingkan perusahaan dengan *leverage* yang rendah (Salsadilla *et al.*, 2024). Dalam penelitian Ramadhani dan Maresti (2021), Yanti *et al.* (2021), Firdausi dan Prihandana (2022)

serta Susanto dan Mulyani (2023), mengungkapkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Namun, berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sitompul dan Utara (2021), yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu di atas, menunjukkan hasil yang tidak konsisten antara penelitian yang satu dengan yang lainnya. Hasil tersebut memunculkan dugaan bahwa adanya pengaruh tidak langsung antara variabel profitabilitas, likuiditas, dan *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sehingga mendorong peneliti untuk menguji kembali variabel tersebut dengan menambahkan variabel lain berupa variabel moderasi. Variabel moderasi adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat dan memperlemah) hubungan antara variabel independen dengan variabel dependennya (Sugiyono, 2020).

Penambahan variabel moderasi bertujuan untuk memperkuat hubungan antara variabel-variabel independen yang akan diuji oleh peneliti. Namun tidak dapat dipungkiri jika variabel yang dipilih oleh peneliti sebagai variabel moderasi dapat memperlemah pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Variabel moderasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah Ukuran Perusahaan. Ukuran perusahaan dipilih karena memenuhi kriteria variabel moderasi yaitu variabel ini lebih banyak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR (Vioneta, 2020).

Ukuran perusahaan merupakan pengukuran besar atau kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan melihat total aset atau total penjualan (Aziz *et al.*, 2021). Ukuran perusahaan juga dianggap mampu mempengaruhi luas pengungkapan CSR. Hal ini dikarenakan perusahaan yang berukuran lebih besar memiliki aktivitas yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat. Sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Pramesti dan Budiasih (2020), Aziz *et al.* (2021), Oviliana *et al.* (2021), serta Prasetya dan Sari (2022), bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini berarti pertanggungjawaban sosial dipengaruhi oleh ukuran perusahaan dimana perusahaan yang besar cenderung akan mengungkapkan pertanggungjawaban sosial yang lebih luas. Namun, hasil penelitian tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Rukmana *et al.* (2020), yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan ungkapan di atas, penulis berasumsi bahwa ukuran perusahaan dapat memperkuat hubungan pengaruh profitabilitas dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini dikarenakan, semakin besar perusahaan memperoleh keuntungan, maka akan memberikan keleluasaan kepada manajemen perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR sebagai strategi menjaga hubungan baik dengan *stakeholder* lainnya (Pramesti dan Budiasih, 2020). Maka dari itu, perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang baik akan mengungkapkan informasi lebih rinci terkait tanggung jawab sosialnya dan dengan ukuran perusahaan yang besar perusahaan akan terus termotivasi melakukan

kegiatan CSR karena memiliki keleluasaan dalam mengungkapkan sekaligus melakukan pembiayaan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Sama halnya dengan likuiditas, Ketika tingkat likuiditas perusahaan tinggi artinya perusahaan mampu membayar kewajiban jangka pendeknya dengan baik. Hal ini memungkinkan perusahaan dapat meningkatkan ukuran perusahaan juga karena perusahaan akan mampu meningkatkan aset yang dimiliki karena telah mampu melunasi kewajiban jangka pendeknya. Hal ini juga dapat membuat perusahaan mengingat kewajibannya dalam melakukan kegiatan sosialnya, Sehingga luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan bertambah sejalan dengan meningkatnya tingkat likuiditas. Sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Tua (2021), yang menyatakan likuiditas yang tinggi menunjukkan kekuatan perusahaan dari segi kemampuan untuk memenuhi hutang lancar yang dimiliki sehingga hal ini dapat meningkatkan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan.

Begitu pula dengan *leverage*, Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang rendah artinya perusahaan tidak menggunakan banyak hutang dalam mendanai atau membeli aset perusahaan dan sebaliknya perusahaan dengan *leverage* yang tinggi artinya sebagian besar aset yang dimiliki perusahaan berasal dari hutang. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. Hal ini disebabkan perusahaan dengan *leverage* tinggi memiliki tekanan yang lebih besar dari bank, kreditur, dan investor sehingga perusahaan berupaya untuk melonggarkan tekanan ini dengan melakukan pengungkapan kegiatan sosial perusahaan. Dengan tingkat *leverage* yang tinggi

juga memungkinkan perusahaan dapat meningkatkan ukuran perusahaannya karena perusahaan memiliki pendanaan yang lebih besar sehingga dapat memperluas aset yang dimiliki perusahaan. Hal ini sejalan dengan yang mengungkapkan perusahaan dengan *leverage* yang tinggi akan melakukan pengungkapan CSR untuk menghilangkan keraguan dari kreditur atas hak-hak mereka yang harus dibayarkan oleh perusahaan karena rasio *leverage* mencerminkan struktur modal perusahaan (Firdausi dan Prihandana, 2022).

Dalam sudut pandang Islam, *Corporate social responsibility* merupakan praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis secara Islami. Bisnis Islami adalah merupakan serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan penggunaan hartanya karena berdasarkan halal dan haram. Dimana para pelaku usaha dituntut mempunyai kesadaran mengenai etika dan moral. Dengan melakukan pengungkapan CSR pelaku usaha atau perusahaan dapat menjaga etika dan hubungan sosial yang baik kepada konsumen sehingga tidak mengancam keberlanjutan sebuah perusahaan (Rizal, 2020). Dalam pandangan Islam, Allah Swt. menyukai umatnya yang berbuat kebaikan. Sebagaimana dalam Quran surat Al-Qasas ayat 84 yang berbunyi:

مَنْ جَاءَ بِالْحَسَنَةِ فَلَهُ خَيْرٌ مِّنْهَا وَمَنْ جَاءَ بِالسَّيِّئَةِ فَلَا يُجْزَى الَّذِينَ عَمِلُوا السَّيِّئَاتِ إِلَّا مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ

Artinya : “Siapa yang datang dengan (membawa) kebaikan, baginya (pahala) yang lebih baik daripada kebajikannya itu. Siapa yang datang dengan (membawa) kejahatan, maka orang-orang yang telah mengerjakan kejahatan itu hanya diberi balasan (seimbang) dengan apa yang selalu mereka kerjakan” (QS. Al-Qasas: 84).

Berdasarkan latar belakang di atas, Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antara variabel Profitabilitas, Likuiditas dan *Leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan Ukuran Perusahaan sebagai variabel moderasinya. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI SERTA TINJAUANNYA DARI SUDUT PANDANG ISLAM (Studi Empiris Pada Perusahaan BUMN Sektor Non Keuangan Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2019 – 2023)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)?
2. Apakah Likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)?
3. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)?
4. Apakah Ukuran Perusahaan mampu memoderasi hubungan antara Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)?
5. Apakah Ukuran Perusahaan mampu memoderasi hubungan antara Likuiditas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)?

6. Apakah Ukuran Perusahaan mampu memoderasi hubungan antara *Leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)?
7. Bagaimana pengaruh profitabilitas, likuiditas, *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi dalam sudut pandang Islam?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka terdapat tujuan penelitian yang ingin dicapai, antara lain :

1. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
2. Untuk mengetahui pengaruh Likuiditas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
3. Untuk mengetahui pengaruh *Leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
4. Untuk mengetahui apakah Ukuran Perusahaan mampu memoderasi hubungan antara Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
5. Untuk mengetahui apakah Ukuran Perusahaan mampu memoderasi hubungan antara Likuiditas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
6. Untuk mengetahui apakah Ukuran Perusahaan mampu memoderasi hubungan antara *Leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

7. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, likuiditas, *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi dalam sudut pandang Islam.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat, baik manfaat secara teoritis maupun manfaat secara praktis. Adapun manfaat yang diharapkan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Pengembangan Ilmu

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan evaluasi dari teori yang sudah ada dengan keadaan yang sebenarnya di lapangan dan memberikan kontribusi pada perkembangan teori akuntansi serta menambah informasi serta pengetahuan kepada pihak akademisi.

b. Bagi Peneliti Lainnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar perluasan penelitian terutama yang berhubungan dengan pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan *Leverage* yang dikaitkan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk memperhatikan kebijakan yang diambil dalam melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

b. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan terkait kewajiban perusahaan dalam melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sehingga membantu investor untuk pengambilan keputusan investasi pada perusahaan yang memikirkan dampak lingkungan pada masyarakat sekitar.

c. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi selanjutnya dan dapat memberikan informasi pengetahuan kepada pihak akademisi terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).