



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 3 (2025) pp: 909-914

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

---

## Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (Csr)*

Rizki Muhammad Zakaria<sup>1</sup>, Ferry Kosadi<sup>2</sup>

<sup>12</sup>Akuntansi, Akuntansi, Universitas Indonesia Membangun

<sup>1</sup>[RizkiMZ@student.inaba.ac.id](mailto:RizkiMZ@student.inaba.ac.id) <sup>2</sup>[ferrykosadi@gmail.com](mailto:ferrykosadi@gmail.com)

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022–2024. CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan pemangku kepentingan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linear berganda dan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan CSR, ukuran perusahaan juga berpengaruh signifikan positif terhadap CSR, sedangkan leverage berpengaruh signifikan secara negatif terhadap pengungkapan CSR. Temuan ini mendukung teori stakeholder dan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan perlu menjaga hubungan baik dengan lingkungan sosial untuk mempertahankan eksistensinya di tengah masyarakat dan pasar.

*Kata kunci:* Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Pengungkapan CSR, Perusahaan Manufaktur

### **1. Pendahuluan**

Dalam beberapa dekade terakhir, konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)* telah menjadi bagian integral dari strategi bisnis yang berkelanjutan. CSR tidak hanya dianggap sebagai kewajiban moral perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, tetapi juga sebagai indikator penting dalam menilai kinerja non-keuangan perusahaan. Di tengah meningkatnya kesadaran publik terhadap isu-isu sosial dan lingkungan, pemangku kepentingan (*stakeholder*) termasuk investor, konsumen, dan pemerintah menuntut transparansi dan tanggung jawab sosial yang lebih tinggi dari perusahaan.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan tanggung jawab sukarela perusahaan dalam memperhatikan aspek sosial dan lingkungan dalam kegiatan bisnisnya, serta sebagai bentuk interaksi dengan para pemangku kepentingan. CSR mencerminkan komitmen perusahaan terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan melibatkan karyawan, keluarga mereka, dan masyarakat sekitar untuk meningkatkan kualitas hidup (Dina dan Abdul, 2021). Konsep CSR tidak hanya menekankan pada keuntungan ekonomi (*single bottom line*), tetapi juga mencakup dimensi sosial dan lingkungan (*triple bottom line*), sehingga perusahaan tidak hanya fokus pada profit, tetapi juga memiliki peran dalam pembangunan sosial ekonomi yang berkelanjutan.

Perusahaan manufaktur sebagai sektor yang erat kaitannya dengan eksploitasi sumber daya alam dan pencemaran lingkungan memiliki tekanan yang lebih besar dalam mengimplementasikan dan mengungkapkan aktivitas CSR. Pengungkapan CSR oleh perusahaan menjadi salah satu bentuk komunikasi kepada publik mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah dilakukan. Namun, tingkat pengungkapan CSR antar perusahaan berbeda-beda, dan perbedaan ini diduga dipengaruhi oleh beberapa faktor internal perusahaan.

Kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* di Indonesia mendapat perhatian besar karena berbagai permasalahan lingkungan dan sosial, seperti polusi, limbah, deforestasi, eksploitasi sumber daya alam, dan penyalahgunaan investasi. Meskipun banyak perusahaan telah melaksanakan CSR, sebagian besar masih dilakukan secara sukarela dan dianggap sebagai beban biaya, bukan sebagai kewajiban strategis. Hasil riset dari Centre for Governance, Institutions, and Organizations Universitas Nasional Singapura (NUS) menunjukkan bahwa kualitas pengungkapan CSR perusahaan di Indonesia masih rendah dibandingkan dengan perusahaan di Singapura dan Thailand (Ramadhan Galleh, 2021).

Beberapa faktor yang diyakini memengaruhi tingkat pengungkapan CSR antara lain adalah profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage*. Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dan diduga memengaruhi kemampuan dan kemauan perusahaan untuk melaksanakan program CSR. Ukuran perusahaan juga dianggap relevan karena perusahaan besar cenderung memiliki sumber daya yang lebih besar serta pengawasan publik yang lebih tinggi. Sementara itu, *leverage* atau tingkat utang perusahaan dapat berpengaruh terhadap keputusan manajerial termasuk dalam pelaporan CSR, karena perusahaan dengan tingkat utang yang tinggi cenderung lebih berhati-hati dalam mengalokasikan dana pada aktivitas non-operasional.

Profitabilitas merupakan faktor potensial yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Profitabilitas menunjukkan kinerja manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi cenderung lebih efisien dalam memanfaatkan sumber daya, sehingga memiliki kapasitas lebih untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya (Ramadhan Galleh, 2021). Namun, hasil penelitian terkait masih beragam; Ruroh dan Latifah (2018) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan Putri Danduru dkk. (2024) menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan pada pengungkapan CSR.

Ukuran perusahaan merupakan indikator untuk mengklasifikasikan besar kecilnya suatu entitas dan dianggap sebagai salah satu faktor yang memengaruhi pengungkapan CSR. Perusahaan dengan aset yang besar cenderung menghadapi tekanan lebih besar untuk menunjukkan kinerja yang baik, termasuk dalam aspek sosial dan lingkungan. Namun, hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan pandangan: Kartini, Maiyarni, & Tiswiyanti, (2019) menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sementara Putri Danduru dkk., (2024) menyatakan bahwa ukuran perusahaan justru berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR.

*Leverage* digunakan untuk mengukur ketergantungan perusahaan terhadap pendanaan dari pihak eksternal dengan membandingkan utang dengan modal sendiri. *Leverage* juga mencerminkan struktur modal perusahaan dan tingkat risiko gagal bayar. Terkait dengan pengungkapan CSR, hasil penelitian menunjukkan perbedaan pendapat. Putri Danduru dkk., (2024) menemukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, sementara Prakarsa & Astika (2017) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022–2024. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur akuntansi dan membantu para pemangku kepentingan dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi transparansi sosial perusahaan.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2022-2024.

Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022-2024. Sampel yang diambil menggunakan *purposive sampling* dengan tiga kriteria, yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar secara berturut-turut di BEI selama 2022-2024, perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan dan/atau laporan keberlanjutan selama periode 2022-2024, serta perusahaan yang menyajikan data yang dibutuhkan terkait variabel dalam penelitian (profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, dan CSR). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 10 perusahaan dengan menggunakan 3 data pada masing-masing perusahaan.

Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) perusahaan yang tersedia di situs resmi Bursa Efek Indonesia atau situs resmi masing-masing perusahaan. Data dikumpulkan dengan metode dokumentasi, yaitu mengakses dan mengunduh laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan dari *website* resmi untuk kemudian dianalisis sesuai kebutuhan penelitian.

Pengungkapan CSR (Y): Diukur menggunakan indeks pengungkapan CSR berdasarkan *indicator global reporting initiative (GRI)* yang relevan, biasanya dinilai secara *dichotomous* (1 jika diungkapkan, 0 jika tidak), kemudian dihitung menggunakan rumus berikut.

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2128>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

---

$$CSRDI = \frac{\text{jumlah item yang diungkapkan}}{\text{jumlah item yang diwajibkan}} \quad (1)$$

Profitabilitas ( $X_1$ ): Diukur menggunakan rasio *Return on Assets (ROA)*:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \quad (2)$$

Ukuran Perusahaan ( $X_2$ ): Diukur menggunakan logaritma natural dari total aset:

$$Size = \ln(\text{total aset}) \quad (3)$$

*Leverage* ( $X_3$ ): Diukur dengan rasio *Debt to Equity Ratio (DER)*:

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}} \quad (4)$$

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS atau aplikasi statistik lainnya. Model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon \quad (5)$$

Y adalah pengungkapan CSR,  $X_1$  adalah profitabilitas,  $X_2$  adalah ukuran perusahaan,  $X_3$  adalah leverage,  $\alpha$  Adalah konstanta,  $\beta_1$ ,  $\beta_2$ , dan  $\beta_3$  adalah koefisien regresi, dan  $\epsilon$  adalah error term.

Sebelum dilakukan analisis regresi, dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan validitas model, meliputi: Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, serta Uji Autokorelasi (jika data *time series*). Penelitian ini juga menggunakan analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) serta uji hipotesis, seperti Uji Simultan (Uji F) dan Uji Parsial (Uji t).

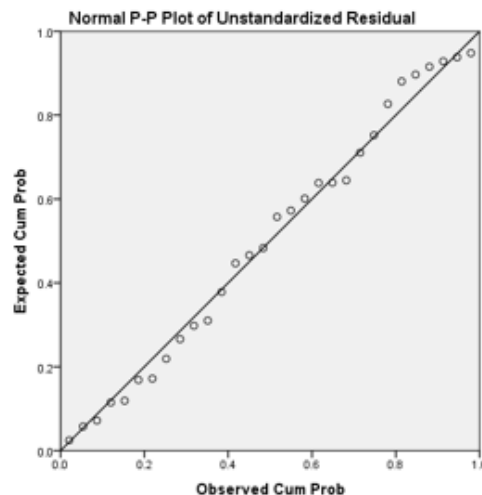
### 3. Hasil dan Diskusi

Tujuan uji normalitas adalah untuk memeriksa apakah suatu kumpulan data terdistribusi secara normal atau tidak. Data hasil uji normalitas akan terlihat dalam Tabel 1 dan Gambar 1 dibawah ini.

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas dengan Uji *Kolmogrov-Smirnov*

	<i>Unstandardized Residual</i>
N	30
<i>Kolmogrov-Smirnov Z</i>	0,06281739
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,200

Sumber: Olah Data SPSS



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas

Dari Tabel 1 didapatkan hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* nilai signifikansi sebesar 0,2. Nilai signifikansi  $\alpha$  (0,05) lebih kecil dari nilai signifikansi hitung (0,2), sehingga dapat disimpulkan berdasarkan nilai signifikansi data tersebut data berdistribusi normal. Selain itu, berdasarkan Gambar 1 dapat disimpulkan bahwa titik data cenderung mengikuti dan mendekati garis diagonal normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2128>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Dalam penelitian ini, multikolinearitas diuji menggunakan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kriteria yang digunakan adalah: *tolerance* > 0,10, dan VIF < 10, yang menunjukkan tidak adanya gejala multikolinearitas. Hasil uji ini disajikan dalam Tabel 2 sebagai berikut.

Tabel 2 Hasil Uji Multikolenearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Profitabilitas	0,457	2,186
Ukuran_Perusahaan	0,952	1,051
Leverage	0,463	2,160

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan Tabel 2, seluruh variabel memiliki nilai *tolerance* > 0,1 dan VIF < 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat korelasi antar variabel independen, sehingga model regresi linier berganda dalam penelitian ini bebas dari gejala multikolinearitas, khususnya dalam menjelaskan variabel dependen pengungkapan CSR.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual antar pengamatan dalam model regresi berganda. Dalam penelitian ini, deteksi heteroskedastisitas dilakukan dengan uji Glejser, yaitu meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel bebas. Model dikatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi masing-masing variabel bebas > 0,05. Hasil pengujian ini disajikan pada Tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3 Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Uji Glejser

Model	t	Sig.
1 (Constant)	4,066	0,000
Profitabilitas	-0,177	0,861
Ukuran_Perusahaan	-1,295	0,207
Leverage	-1,007	0,323

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan Tabel 3 di atas signifikansi setiap variabel lebih dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan.

Autokorelasi dalam model regresi dapat menyebabkan hasil prediksi menjadi tidak akurat atau menyimpang. Oleh karena itu, penting untuk menguji keberadaan autokorelasi, yang mengukur hubungan antara data pada periode saat ini (tahun t) dan periode sebelumnya (tahun t-1). Pengujian ini dilakukan menggunakan Durbin-Watson test. Suatu model dianggap bebas dari autokorelasi apabila nilai Durbin-Watson (DW) berada dalam rentang  $du < DW < 4 - du$ . Hasil pengujian ini biasanya disajikan dalam bentuk tabel, seperti yang terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4 Hasil Uji Autokorelasi dengan Durbin-Watson

Model	Durbin-Watson
1	2,210

Sumber: Olah Data SPSS

Pengujian autokorelasi pada model regresi dilakukan menggunakan Durbin-Watson test dengan jumlah variabel independen (k) sebanyak 3 dan jumlah data (N) sebanyak 30. Berdasarkan tabel Durbin-Watson untuk k = 1 dan N = 40, diperoleh nilai batas bawah (dL) sebesar 1,2138 dan batas atas (dU) sebesar 1,6498. Nilai Durbin-Watson yang diperoleh dari hasil pengujian adalah sebesar 2,210. Karena nilai tersebut berada dalam rentang  $dU < DW < 4 - dU$  ( $1,6498 < 2,210 < 2,3502$ ), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung gejala autokorelasi.

Setelah model regresi dinyatakan memenuhi asumsi klasik, maka model tersebut layak digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Pengujian hipotesis dilakukan melalui analisis regresi linear berganda, dan hasil pengolahan data menggunakan SPSS disajikan dalam Tabel 5 di bawah ini.

Tabel 5 Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	0,190	0,042
Profitabilitas	0,518	0,065
Ukuran_Perusahaan	0,022	0,005
Leverage	-0,043	0,013

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut.

$$Y = 0,190 + 0,518X_1 + 0,022X_2 - 0,043X_3$$

Nilai konstanta sebesar 0,190 menunjukkan bahwa jika variabel profitabilitas ( $X_1$ ), ukuran perusahaan ( $X_2$ ), dan *leverage* ( $X_3$ ) dianggap konstan, maka rata-rata nilai *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebesar 0,190. Koefisien regresi untuk variabel profitabilitas ( $X_1$ ) sebesar 0,518, yang berarti setiap peningkatan profitabilitas sebesar 1% akan meningkatkan nilai CSR sebesar 0,518. Selanjutnya, koefisien regresi untuk variabel ukuran perusahaan ( $X_2$ ) sebesar 0,022, menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan ukuran perusahaan akan meningkatkan CSR sebesar 0,022. Sementara itu, koefisien regresi untuk variabel *leverage* ( $X_3$ ) sebesar -0,043, yang berarti setiap peningkatan *Leverage* sebesar satu satuan justru akan menurunkan nilai CSR sebesar 0,043.

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas, yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage*, memengaruhi CSR. Hasil uji analisis koefisien determinasi disajikan dalam Tabel 6 berikut.

Tabel 6 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,904	0,817	0,6634255

Sumber: Olah Data SPSS

Dari hasil perhitungan didapatkan bahwa nilai *R Square* ( $R^2$ ) adalah 0,817 atau 81,7%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 81,7% CSR dipengaruhi oleh variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage*. Sementara sisanya, yaitu sebesar 18,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Uji kelayakan model regresi dilakukan untuk menilai apakah seluruh variabel bebas, yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage*, secara simultan berpengaruh signifikan dalam memprediksi pengungkapan CSR. Uji ini dikenal sebagai uji F dan hasilnya disajikan dalam Tabel 7 di bawah ini.

Tabel 7 Hasil Uji Signifikansi Simultan (*f-test*) pada Tabel *Anova*

Model	F	Sig.
1 <i>Regression</i>	38,568	0,000
<i>Residual</i>		
<i>Total</i>		

Sumber: Olah Data SPSS

Dari hasil uji ANOVA didapatkan bahwa nilai F tabel (df 1: 3, df 2: 26) lebih kecil dari nilai f hitung ( $2,975 < 38,568$ ) serta nilai sig hitung  $< \text{sig } \alpha$  ( $0,000 < 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas ( $X_1$ ), ukuran perusahaan ( $X_2$ ), dan *leverage* ( $X_3$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap CSR ( $Y$ ).

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Penentuan diterima atau tidaknya hipotesis dilakukan dengan melihat nilai signifikansi, di mana penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 0,050. Hasil pengujian terhadap pengaruh masing-masing variabel independen dapat dilihat dan dijabarkan berdasarkan Tabel 8 di bawah ini.

Tabel 8 Hasil Uji Signifikansi Parsial (*t-test*)

Model	t	Sig.
1 ( <i>Constant</i> )	4,497	0,000
Profitabilitas	7,948	0,000
Ukuran_Perusahaan	4,542	0,000
<i>Leverage</i>	-3,321	0,003

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil uji t yang ditampilkan pada Tabel 8, diketahui bahwa semua variabel independen dalam model regresi memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (pengungkapan CSR). Variabel profitabilitas ( $X_1$ ) memiliki nilai t hitung sebesar 7,948 dengan signifikansi 0,000 (lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  dan lebih besar dari t tabel (2,04841)), sehingga disimpulkan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Variabel ukuran perusahaan ( $X_2$ ) menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,542 dengan signifikansi 0,000 (lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ ), sehingga disimpulkan memiliki pengaruh signifikan. Sementara itu, variabel *leverage* ( $X_3$ ) memiliki nilai t hitung sebesar -3,321 dengan nilai signifikansi 0,003 (lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ ). Namun, arah pengaruhnya negatif, sehingga dapat disimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan secara negatif terhadap pengungkapan CSR.

Hasil uji t menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Diperoleh nilai t hitung sebesar 7,948 dengan signifikansi 0,000 (lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ ), sehingga hipotesis

pertama diterima. Temuan ini sejalan dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan harus memperhatikan kepentingan seluruh pemangku kepentingan, bukan hanya mengejar keuntungan. Semakin tinggi profitabilitas, semakin besar kepedulian perusahaan terhadap tanggung jawab sosialnya. Hasil ini juga didukung oleh penelitian (Galleh, 2020), yang menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Namun, hal ini bertolak belakang dengan (Dika, 2021), (Putri Danduru et al., 2024), dan (Dewi & Sedana, 2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pelaporan CSR. Hal ini berkaitan dengan teori yang dikemukakan oleh Sembiring (2005) dalam Hadiprajitno dan Respati (2015) yang mengatakan bahwa manajemen cenderung lebih fokus pada pengungkapan informasi keuangan dan menganggap bahwa informasi non-keuangan seperti CSR tidak perlu dilaporkan jika dianggap dapat mengganggu citra kinerja keuangan perusahaan.

Hipotesis kedua yang diajukan di dalam penelitian ini ada pengaruh ukuran perusahaan terhadap pelaporan CSR dinyatakan diterima berdasarkan uji regresi linear berganda yang telah dilakukan. Variabel ukuran perusahaan (X<sub>2</sub>) menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,542 dengan signifikansi 0,000 (lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ ), sehingga disimpulkan berpengaruh signifikan. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi, semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula tanggung jawabnya untuk meyakinkan masyarakat bahwa keberadaannya bermanfaat bagi lingkungan sekitar. Perusahaan besar menghadapi tantangan seperti pengelolaan limbah. Namun, dengan pengelolaan yang baik dan dukungan masyarakat, perusahaan dapat mempertahankan keberlangsungannya. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Galleh, 2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *leverage* memiliki nilai t hitung sebesar -3,321 dengan nilai signifikansi 0,003 (lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ ). Namun, arah pengaruhnya negatif, sehingga dapat disimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan secara negatif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh (Galleh, 2020) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pelaporan CSR. Hal ini selaras dengan teori legitimasi, di mana pemenuhan kewajiban CSR membantu perusahaan memperoleh pengakuan dan kepercayaan dari masyarakat.

#### 4. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa dua variabel penelitian, yakni profitabilitas dan ukuran perusahaan, berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Semakin tinggi profitabilitas, semakin besar kemungkinan perusahaan mengungkapkan aktivitas sosialnya. Ukuran perusahaan yang lebih besar juga mendorong peningkatan pengungkapan CSR karena tuntutan kinerja dan akuntabilitas publik. Namun, terdapat satu variabel, yakni *leverage*, yang mendapati hasil berpengaruh signifikan secara negatif. Hal ini dapat terjadi karena manajemen perusahaan akan lebih menekankan pada pemenuhan kewajiban yang dimiliki terhadap bisnis daripada meningkatkan nilai bisnis secara efektif.

#### Referensi

1. Abbas, D. S, Hakim, M. Z, & Istanah, N, "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017)". Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 3, No. 2, 2019
2. Haqiqi, Galleh, and Riharjo, Ikhsan, "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility", Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, e-ISSN: 2460-0585
3. Suhendar, "Pengantar Akuntansi", Indramayu, Penerbit, Adab
4. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal
5. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas
6. Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara No. PER-08/MBU/2013 Tahun 2013
7. Yovana, Dina, and Kadir, Abdul, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)", JURNAL MANAJEMEN DAN AKUNTANSI, Vol. 21, No. 1, April, 2020.
8. Danduru, B.P., dkk, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR", JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi), Vol. 8, No. 2, 2024