

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN SUBSEKTOR PERKEBUNAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2021-2023

Afriani Fitra Fadilah¹, Nella Yantiana², Juanda Astarani³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura, Pontianak^{1,2,3}

afnidla@gmail.com¹

nella.yantiana@ekonomi.untan.ac.id²

juanda.atarani@ekonomi.untan.ac.id³

ABSTRAK

Subsektor perkebunan menghadapi tantangan besar dalam upaya mengelola lingkungan, sehingga pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi krusial untuk menunjukkan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menentukan pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan subsektor perkebunan yang terdaftar di BEI. Variabel independen pada penelitian ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* sedangkan variabel dependennya yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Ukuran perusahaan diukur berdasarkan total aset, profitabilitas diukur menggunakan ROA, dan *leverage* diukur dengan DER. Pengungkapan CSR dinilai melalui biaya CSR. Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif. Populasi yang diteliti adalah perusahaan subsektor perkebunan yang terdaftar di BEI pada tahun 2021-2023. Sampel penelitian dipilih menerapkan pendekatan *purposive sampling*, dimana sampel dipilih sesuai dengan kriteria tertentu yang diinginkan oleh peneliti. Sebanyak 15 perusahaan menjadi sampel dalam penelitian ini, dengan periode pengamatan selama 3 tahun, sehingga total sampel yang dianalisis adalah 45. Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan SPSS versi 26 untuk melakukan uji hipotesis. Temuan dari analisis menunjukkan bahwa ukuran perusahaan secara positif dan signifikan mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR. Profitabilitas, sebaliknya, memiliki dampak negatif dan signifikan, sementara *leverage* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*

PENDAHULUAN

Salah satu faktor yang menyebabkan peningkatan kerusakan lingkungan adalah aktivitas perusahaan. Selain mengakibatkan kerusakan lingkungan, aktivitas perusahaan juga berdampak pada masyarakat sekitarnya. Adanya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi krusial bagi para pemangku kepentingan karena informasi mengenai CSR tersebut menjadi bukti bahwa perusahaan sedang

melaksanakan kewajiban sosialnya dengan serius. CSR adalah upaya sukarela yang dilakukan perusahaan untuk lebih memperhatikan isu-isu terkait lingkungan dan sosial pada kegiatan bisnisnya. Hal ini juga mencakup tanggung jawab perusahaan agar turut berkontribusi dalam upaya pembangunan ekonomi secara berkelanjutan serta meningkatkan mutu hidup para pemangku kepentingan, termasuk karyawan, keluarga, dan

masyarakat sekitar (Sunaryo & Mahfud, 2016).

Jumlah kerugian yang signifikan dan masalah yang terjadi dari pengelolaan lingkungan yang kurang memperhatikan tanggung jawab memberikan dorongan kepada pemerintah, pelaku bisnis, individu atau kelompok yang peduli terhadap lingkungan, dan masyarakat untuk menekankan pentingnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan melaksanakan program-program CSR. Pengungkapan CSR adalah informasi yang disediakan untuk para pemangku kepentingan. Tujuan dari pengungkapan CSR oleh perusahaan adalah untuk menunjukkan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat selama periode waktu tertentu (Rofiqoh & Priyadi, 2016). Dengan demikian, perusahaan dapat membangun citra positif di mata publik dan pemangku kepentingan lainnya sehingga pada akhirnya dapat memperkuat kepercayaan dan loyalitas konsumen. Selain itu, program CSR yang efektif dapat membantu perusahaan dalam mengurangi risiko reputasi serta memitigasi potensi konflik dengan komunitas lokal dan pihak-pihak terkait lainnya.

Beberapa peneliti telah menganalisis masalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia. Diantaranya penelitian (Syilfania et al., 2022) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR, sementara profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, dan leverage memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Namun, penelitian lain yang dilakukan oleh (Saragih & Sembiring, 2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Perbedaan hasil ini menyoroti kebutuhan akan penelitian lebih lanjut untuk mengisi

celah pengetahuan tentang pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap pengungkapan CSR yang ada di Indonesia. Inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut.

Subsektor perkebunan seringkali berhubungan dengan tantangan besar terkait pengelolaan lingkungan dan tanggung jawab sosial. Aktivitas seperti perladangan kelapa sawit, karet, dan kakao dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap ekosistem lokal, termasuk deforestasi. Kondisi ini mendorong perlunya penelitian yang lebih mendalam tentang bagaimana faktor-faktor seperti ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage mempengaruhi pengungkapan CSR di subsektor perkebunan. Dengan memahami dinamika ini, perusahaan subsektor perkebunan dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam mengelola risiko lingkungan dan memperkuat hubungan dengan masyarakat setempat.

Dari latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan subsektor perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021-2023. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas literatur terkait faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR di subsektor perkebunan, khususnya di Indonesia. Dengan pemahaman yang lebih dalam tentang keterkaitan antara faktor-faktor tersebut, diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif dalam upaya untuk meningkatkan kinerja dalam hal aspek sosial dan lingkungan perusahaan di subsektor perkebunan.

Teori Legitimasi

Teori legitimasi memandang *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai respons terhadap tekanan eksternal yang mencakup aspek sosial, politik, dan ekonomi. Berdasarkan pandangan teori ini, salah satu strategi agar perusahaan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat adalah dengan mengungkapkan kegiatan sosial yang perusahaan lakukan. Pengungkapan kegiatan sosial perusahaan, yang biasanya dilakukan melalui CSR merupakan upaya untuk memperhatikan dampak sosial secara maksimal sehingga mendapat dukungan dari masyarakat setempat. Namun, jika aktivitas operasional perusahaan tidak sesuai dengan prinsip-prinsip yang dipegang oleh penduduk lokal, hal ini dapat mengancam kelangsungan hidup perusahaan tersebut (Yusuf, 2017).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan metrik yang digunakan untuk mengevaluasi skala suatu perusahaan. Ukuran perusahaan ini bisa dilihat dari berbagai perspektif, seperti total penjualan, nilai aset, kapitalisasi pasar, jumlah karyawan, dan faktor-faktor lainnya. Semakin tinggi nilai dari faktor-faktor tersebut, semakin besar ukuran perusahaan tersebut. Misalnya, semakin besar nilai aset suatu perusahaan, semakin tinggi pula perputaran uangnya. Begitu juga dengan kapitalisasi pasar, semakin tinggi nilainya, semakin dikenal perusahaan tersebut oleh masyarakat (Wardhani & Muid, 2017). Perusahaan dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni perusahaan berukuran kecil dan perusahaan berukuran besar. Perusahaan besar umumnya menarik minat investor karena memiliki potensi memberikan nilai yang lebih tinggi di masa mendatang. Teori Legitimasi menjadi dasar hubungan antara ukuran perusahaan dan tingkat pengungkapan CSR. Perusahaan yang berukuran besar umumnya memiliki lebih banyak aktivitas yang berdampak pada masyarakat dan berpotensi menghadapi

risiko dampak lingkungan yang lebih besar. Oleh karena itu, sektor industri yang besar mendorong penggunaan strategi legitimasi dengan cara mengungkapkan informasi tentang kegiatan sosial yang lebih kompleks dibandingkan dengan sektor industri yang kecil. Rumus yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} & \text{Ukuran} \\ \text{Perusahaan} &= LN \\ & (\text{Total Aset}) \end{aligned}$$

Profitabilitas

Profitabilitas berperan sebagai indikator kinerja perusahaan dan merupakan faktor penting dalam penciptaan nilai di masa depan, yang menjadi faktor utama yang dipertimbangkan oleh investor saat membuat keputusan investasi. Metode untuk mengukur profitabilitas adalah dengan menggunakan analisis rasio keuangan. Profitabilitas perusahaan yang lebih tinggi cenderung menghasilkan pengungkapan informasi sosial yang lebih luas (Rofiqkoh & Priyadi, 2016). Rumus yang bisa diterapkan adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Leverage

Leverage mencerminkan seberapa besar perusahaan mengandalkan utang untuk mendanai operasinya. Perusahaan yang memiliki tingkat *Leverage* tinggi umumnya cenderung mengungkapkan lebih banyak CSR dibandingkan dengan yang memiliki *Leverage* rendah. Pengungkapan CSR ini diharapkan dapat memberikan keyakinan kepada pemangku kepentingan seperti kreditur dan investor tentang keberlanjutan perusahaan

(Ramadhani & Maresti, 2021). Rumus yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Corporate Social Responsibility (CSR)

Perusahaan bertanggung jawab penuh terhadap perkembangan sosial di komunitasnya. Pengungkapan tanggung jawab sosial adalah tahap di mana perusahaan menyampaikan dampak sosial dan lingkungan dari operasi ekonominya kepada pihak-pihak terkait dan masyarakat (Sinurat & Sembiring, 2016). Teori Legitimasi menjadi dasar dalam mengatur pengungkapan CSR, yang menyatakan bahwa perusahaan harus meyakinkan masyarakat bahwa kegiatan dan kinerjanya diterima dengan baik oleh masyarakat. Perusahaan memenuhi tanggung jawabnya terhadap lingkungannya dengan mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan atau pun laporan keberlanjutan perusahaan. Penerimaan masyarakat terhadap CSR dapat meningkatkan laba perusahaan, sehingga menarik bagi investor. Rumus yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRDI_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

X_{ij} : Jumlah pengungkapan CSR perusahaan (angka 1 = jika item diungkapkan, angka 0 = jika item tidak diungkapkan)

N_j : Jumlah item untuk perusahaan

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Pada umumnya, perusahaan dengan skala besar lebih cenderung untuk memberikan informasi yang lebih banyak karena keberlangsungan mereka sangat mengandalkan dukungan dari berbagai pihak yang berkepentingan, yang harus diperoleh melalui beragam aktivitas. Menurut teori legitimasi, perusahaan berukuran besar memiliki lebih banyak kegiatan yang menyebabkan dampak sosial dan lingkungan yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan kecil. Karena intensitas kegiatan yang tinggi ini, pemegang saham cenderung lebih memperhatikan program-program sosial yang dijalankan oleh perusahaan, sehingga pengungkapan CSR menjadi lebih detail (Rofiqkoh & Priyadi, 2016). Penelitian yang dilakukan oleh (Abidin & Lestari, 2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

H1: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Penelitian yang dilakukan oleh (Rosa & Octaviani, 2020) menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Dengan demikian, meskipun perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi, tidak menjamin bahwa mereka akan lebih banyak mengungkapkan laporan CSR dalam laporan tahunan perusahaannya.

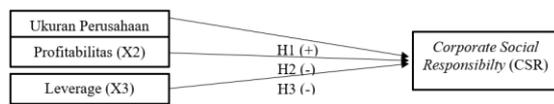
H2: Profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility

Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan penelitian (Syilfania et al., 2022) pengaruh negatif *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) disebabkan oleh kehati-hatian manajer perusahaan dalam pengungkapan CSR. Perusahaan akan memiliki peluang yang lebih kecil untuk mengungkapkan CSR, sehingga tetap mempertahankan kepercayaan kreditur dalam mengelola keuangan perusahaan dengan menunjukkan bahwa dana digunakan dengan cermat untuk mendukung operasional, investasi, dan peningkatan kinerja perusahaan.

H3: Leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Gambar 1. Kerangka Penelitian



METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengevaluasi dampak ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan-perusahaan dalam subsektor perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021-2023. Variabel yang dianalisis mencakup Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* sebagai variabel independen, sementara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) digunakan sebagai variabel dependen. Pengukuran pengungkapan CSR dalam penelitian ini mengacu pada standar GRI 2021 dengan 117 indikator pengungkapan.

Untuk menentukan sampel penelitian, digunakan metode *purposive sampling*, yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Data penelitian ini dianalisis

menggunakan SPSS versi 26 untuk mendapatkan hasil uji hipotesis. Kriteria yang dijadikan acuan untuk seleksi sampel meliputi: (1) Perusahaan subsektor perkebunan yang terdaftar di BEI selama tahun 2021-2023; (2) Perusahaan subsektor perkebunan yang secara konsisten mempublikasikan laporan tahunan (*annual report*) dari tahun 2021-2023; (3) Perusahaan subsektor perkebunan yang secara konsisten mengalami laba dan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya; (4) Perusahaan subsektor perkebunan yang menggunakan mata uang rupiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ukuran perusahaan	45	28.0300	31.3800	29.904222	1.0043372
Profitabilitas	45	.0700	21.3000	7.642667	5.3141062
Leverage	45	.1000	6.3500	1.224444	1.2305017
CSR	45	.1900	.8600	.481556	.2190989
Valid N (listwise)	45				

Sumber: Data diolah

Hasil statistik deskriptif untuk variabel *Corporate Social Responsibility* (Y) menunjukkan nilai minimum 0,1900 dan nilai maksimum 0,8600, dengan rata-rata (mean) 0,481556 dan standar deviasi 0,2190989. Data ini memiliki kualitas yang baik karena nilai rata-ratanya lebih besar dari standar deviasinya. Untuk variabel ukuran perusahaan (X1), nilai minimum adalah 28,0300 dan nilai maksimum adalah 31,3800, dengan rata-rata 29,904222 dan standar deviasi 1,0043372. Variabel Profitabilitas (X2) memiliki nilai minimum 0,0700 dan nilai maksimum 21,3000, dengan rata-rata 7,642667 dan standar deviasi 5,3141062. Terakhir, variabel *leverage* (X3) menunjukkan nilai minimum 0,1000 dan nilai maksimum 6,3500, dengan rata-rata 1,224444 dan standar deviasi 1,2305017.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.19772431
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.086
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil pengujian, nilai Asymp.Sign. (2-tailed) yang diperoleh adalah 0,200. Nilai signifikansi ini lebih besar dari alpha 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi, yang berarti data penelitian memiliki distribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Ukuran perusahaan	.993	1.007
	Profitabilitas	.994	1.006
	Leverage	.999	1.001

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa semua nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,10. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan tidak mengalami multikolinearitas atau tidak terdapat korelasi antar variabel independen.

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

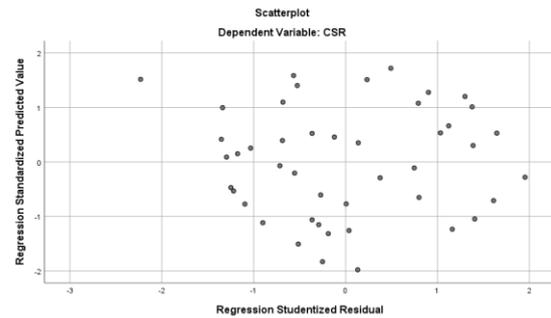
Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.431 ^a	.186	.126	.2048304	1.809

a. Predictors: (Constant), Leverage, Profitabilitas, Ukuran perusahaan
 b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diperoleh nilai DW sebesar 1,809, yang berada dalam rentang $du \leq d \leq (4-du)$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan tidak mengalami masalah autokorelasi.

Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas



Dapat diamati bahwa titik-titik tersebar secara acak di sekitar nilai 0 pada sumbu Y, menunjukkan bahwa model regresi tidak menghadapi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.442	.915		-1.575	.123
	Ukuran perusahaan	.068	.030	.311	2.233	.031
	Profitabilitas	-.013	.006	-.314	-2.253	.030
	Leverage	-.002	.025	-.012	-.088	.930

Sumber: Data diolah

Hasil dari pemrosesan data statistik menghasilkan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut: $Y = -1,442 + 0,068X_1 - 0,013X_2 - 0,002X_3 + e$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, konstanta (α) sebesar -1,442 menunjukkan bahwa jika semua variabel independen yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage, bernilai nol, maka nilai CSR adalah -1,442. Ukuran perusahaan memiliki koefisien regresi sebesar 0,068 dengan arah positif. Hal ini mengindikasikan bahwa jika variabel lainnya tetap, setiap kenaikan ukuran perusahaan sebesar 1% akan meningkatkan nilai CSR sebesar 0,068. Profitabilitas memiliki koefisien regresi -0,013, menunjukkan hubungan negatif dengan CSR. Artinya, jika variabel lainnya konstan, setiap kenaikan profitabilitas sebesar 1% akan menurunkan nilai CSR sebesar 0,013. Leverage memiliki koefisien regresi -0,002, juga menunjukkan

hubungan negatif dengan CSR. Dengan demikian, jika variabel lainnya tetap, setiap kenaikan leverage sebesar 1% akan menurunkan nilai CSR sebesar 0,002.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.472 ^a	.223	.166	.2001135

Sumber: Data diolah

Hasil uji menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R²) yang tercatat di kolom Adjusted R Square adalah 0,166, yang setara dengan 16%. Ini menandakan bahwa variabel independen, seperti Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage*, memberikan kontribusi sebesar 16% terhadap perubahan dalam variabel dependen, yaitu CSR. Sebanyak 84% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 7. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.442	.915		-1.575	.123
	Ukuran perusahaan	.068	.030	.311	2.233	.031
	Profitabilitas	-.013	.006	-.314	-2.253	.030
	Leverage	-.002	.025	-.012	-.088	.930

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil uji yang diperoleh dapat diketahui bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pada variabel pertama, yaitu Ukuran Perusahaan terhadap CSR (Y) dapat diketahui bahwa nilai t hitungnya sebesar 2,233 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,031 < 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap CSR (Y) yang berarti H₀ ditolak dan H1 diterima. Pada hasil pengujian Profitabilitas (X2) terhadap CSR (Y) disimpulkan bahwa nilai t hitung sebesar -2,253 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,030 < 0,05 kemudian hasil ini

menunjukkan bahwa Profitabilitas (X2) berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap CSR (Y) H₀ ditolak dan H2 diterima. Pada hasil pengujian *Leverage* (X3) terhadap CSR (Y) disimpulkan bahwa nilai t hitung sebesar -0,088 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,930 > 0,05 kemudian hasil ini menunjukkan *Leverage* (X3) berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap CSR (Y) yang berarti H₀ diterima dan H3 ditolak.

Tabel 8. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.470	3	.157	3.915	.015 ^b
	Residual	1.642	41	.040		
	Total	2.112	44			

Sumber: Data diolah

Dari hasil uji, ditemukan bahwa nilai F hitung adalah 3,915, melebihi nilai F tabel yang sebesar 2,83 dengan nilai signifikansi 0,015, yang lebih kecil dari 0,05 (sig < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen, yaitu Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, yaitu CSR.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Temuan dari pengujian menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki nilai t sebesar 2,233 dengan tingkat signifikansi 0,031. Tingkat signifikansi ini lebih kecil dari $\alpha=0,05$, yang berarti H₀ ditolak dan H1 diterima, membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR. Dalam teori legitimasi, perusahaan dengan skala besar secara umum memiliki aktivitas yang lebih besar, sehingga berdampak lebih besar terhadap aspek sosial dan lingkungan dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil (Rofiqkoh & Priyadi, 2016). Penelitian ini mendukung temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Syilfania et al., 2022) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan

memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, semakin luas pengungkapan CSR yang dilakukan. Hal ini disebabkan oleh dampak lingkungan yang lebih besar dari perusahaan besar, yang memerlukan alokasi sumber daya yang lebih besar untuk pengungkapan informasi sosial.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Temuan dari pengujian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki nilai t sebesar -2,253 dengan tingkat signifikansi 0,030. Tingkat signifikansi ini lebih kecil dari $\alpha=0,05$, yang berarti H_0 ditolak dan H_2 diterima, membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penemuan ini mendukung hasil penelitian terbaru yang dilakukan oleh (Marina et al., 2024) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. yang menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki dampak negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Ini menggambarkan bahwa perusahaan yang mengalami peningkatan profitabilitas cenderung mengurangi kegiatan CSR yang berimplikasi pada pengurangan tingkat pengungkapan CSR.

Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Temuan dari pengujian menunjukkan bahwa nilai t variabel *leverage* adalah -0,088 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,930. Tingkat signifikansi ini lebih besar dari $\alpha=0,05$, yang berarti H_0 diterima dan H_3 ditolak, membuktikan bahwa maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara *leverage* dan

pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Temuan dari penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Dewi & Ratna Sari, 2019). Penerimaan H_0 menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak ada korelasi yang signifikan antara tingkat *leverage* dan tingkat pengungkapan CSR. Terdapat faktor-faktor lain memiliki pengaruh yang lebih besar dalam menentukan keputusan perusahaan mengenai CSR.

PENUTUP

Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perusahaan besar memiliki keterlibatan yang lebih besar dalam mengungkapkan CSR karena dampak lingkungan yang lebih besar yang dihasilkan oleh perusahaan besar. Oleh karena itu, peningkatan ukuran perusahaan akan diikuti oleh peningkatan dalam pengungkapan CSR. Profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini menandakan bahwa perusahaan yang mengalami peningkatan profitabilitas akan mengurangi pengungkapan CSR karena fokus pada aktivitas operasional dan pengurangan kegiatan non-operasional seperti CSR. *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Temuan dari uji statistik menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara tingkat *leverage* perusahaan dan tingkat pengungkapan CSR.

Penelitian ini hanya fokus pada pengujian CSR pada perusahaan-perusahaan dalam subsektor perkebunan sebagai sampel, sehingga hasilnya tidak dapat secara keseluruhan diterapkan bagi seluruh perusahaan di Indonesia. Disarankan agar penelitian selanjutnya melibatkan semua perusahaan yang tercatat di BEI dan memperpanjang periode penelitian karena observasi yang lebih

panjang dapat menghasilkan temuan yang lebih akurat. Penelitian mendatang sebaiknya mempertimbangkan faktor-faktor lain yang memengaruhi CSR dan mengidentifikasi item-item dalam komponen CSR yang paling sering diungkapkan oleh perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, J., & Lestari, S. A. (2020). Pengaruh Ukuran perusahaan dan Ukuran Komite Audit terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar Pada BEI Tahun 2014-2018). *Riset & Jurnal Akuntansi*, 4(1), 48–57.
- Dewi, N. K. A. T., & Ratna Sari, M. M. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Pada CSR Disclosure. *E-Jurnal Akuntansi*, 1956–1982. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i03.p12>
- Marina, D., Sriyuniati, F., & Afni, Z. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Barang Baku Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021). *JABEI*, 3(1), 1–12.
- Ramadhani, R., & Maresti, D. (2021). Pengaruh Leverage dan Ukuran Dewan Direksi Terhadap Pengungkapan CSR. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 78. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.262>
- Rofiqkoh, E., & Priyadi, M. P. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(10).
- Rosa, L. A. K., & Octaviani, A. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Corporate Social Responsibility (CSR) di dalam Perusahaan Food and Beverage. *Jurnal Akuntansi*, 7(2), 108–115. <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/advance>
- Saragih, A. E., & Sembiring, Y. C. Br. (2019). Pengaruh Corporate Governance, Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di BEI. *JRAK*, 5(2), 139–164.
- Sinurat, D. N. B., & Sembiring, E. R. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Struktur Kepemilikan Dan Status Perusahaan Terhadap Pengungkapan Laporan Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 63–82.
- Sunaryo, B. A., & Mahfud, M. K. (2016). Pengaruh Size, Profitabilitas Leverage dan Umur terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI Tahun 2010-2013). *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Syilfania, H., Parawiyati, & Listyowati. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility Perusahaan Penerima Platinum. In *Jurnal Akuntansi dan Perpajakan* (Vol. 8, Issue 1). <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/ap>
- Wardhani, R. A., & Muid, D. (2017). Pengaruh Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(3), 1–10.
- Yusuf, M. Y. (2017). *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) Teori dan Praktik*. PT Balebat Dedikasi Prima.