

Pengaruh *Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*

The Effect Of Profitability, Leverage, Firm Size, And Firm Age On Corporate Social Responsibility Disclosure In Manufacturing Companies Listed On The Indonesia Stock Exchange

Hanifah Rizqi Azzahra^{a*}, Indah Permata Dewi^b
Universitas Muhammadiyah Surakarta^{a,b}
b200220314@student.ums.ac.id^{a*}, ipd661@ums.ac.id^b

Abstract

This study aims to analyze the effect of profitability, leverage, firm size, and firm age on Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange during 2021–2024. This research employs a quantitative approach using multiple linear regression analysis processed with SPSS. The data used are secondary data obtained from financial reports, annual reports, and sustainability reports from the Indonesia Stock Exchange, selected through purposive sampling based on specific criteria. The independent variables consist of profitability, leverage, firm size, and firm age, while the dependent variable is CSR disclosure measured using the GRI G4 index. The results indicate that profitability and firm age have a significant effect on CSR disclosure, while leverage and firm size do not show a significant effect.

Keywords: CSR, firm age, firm size, leverage, profitability.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan SPSS. Data yang digunakan merupakan data sekunder berupa laporan keuangan, *annual report*, dan *sustainability report* yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia dengan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu. Variabel independen terdiri dari profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan, sedangkan variabel dependen adalah CSR yang diukur menggunakan indeks GRI G4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan *leverage* dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan.

Kata Kunci: CSR, *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, umur perusahaan.

1. Pendahuluan

Perusahaan memiliki tujuan berupa memperoleh *profit* dengan maksimal, perolehan laba yang maksimal dapat dicapai dengan memanfaatkan sumber daya eksternal dan internal perusahaan. Selain memperhatikan laporan keuangan dan sumber daya internal yang dimiliki, perusahaan diharapkan memberi perhatian terhadap eksternal perusahaan. Aspek eksternal secara tidak langsung memberi dampak dalam pengembangan bisnis, salah satu program yang dapat dilakukan perusahaan untuk menciptakan citra baik di eksternal yaitu dengan merencanakan program tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Menurut Sari & Riharjo (2022) *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan program yang dilakukan perusahaan dalam menciptakan citra baik perusahaan di masyarakat. CSR yang diterapkan di perusahaan diharapkan mendorong perusahaan agar lebih baik

dalam menjalankan aktivitas bisnisnya untuk menghindari dampak buruk ke lingkungan dan masyarakat (Himawan & Farokah, 2024).

Corporate Social Responsibility (CSR) bukan hanya kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan citra baik saja, melainkan CSR mengharuskan manajemen bisa mengambil keputusan dengan sungguh-sungguh dalam memperhitungkan akibat terhadap *stakeholder* dan lingkungan (Sitompul, 2021). Masyarakat mengharapkan perusahaan mampu memperhatikan dampak sosial yang ditimbulkan dan upaya pencegahan dampak buruk. Didukung dengan kerangka hukum yang jelas mengenai kewajiban perusahaan dalam melaksanakan CSR yang diatur dalam UU Nomor 40 Tahun 2007 (UUPT) dan PP Nomor 47 Tahun 2012, diharapkan perusahaan dapat mengelola operasionalnya dengan bijak agar memiliki dampak positif bagi bisnisnya dan lingkungan sekitar.

Menurut Wijaya & Novatiani (2024) pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang memuaskan dapat didukung oleh profitabilitas yang baik. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh profit serta keuntungan dalam periode tertentu, rasio profitabilitas menentukan kinerja manajemen dalam menjaga efektivitas operasional perusahaan (Sijum & Rustia, 2021). Faradita & Rahmawati (2024) dalam penelitiannya mengungkapkan profitabilitas yang tinggi dapat memenuhi kesejahteraan lingkungan dengan pengembangan program *Corporate Social Responsibility*, diperkuat oleh penelitian Suyono & Sastika (2023) menyatakan tingkat profitabilitas dapat menunjukkan efektivitas pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Berbeda dengan penelitian dari Himawan & Farokah (2024) menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi belum pasti melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Menurut Kartika & Yuyetta (2020) tingkat *leverage* dapat mempengaruhi perilaku manajemen perusahaan, tingginya nilai *leverage* mengakibatkan manajemen harus mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* untuk memaksimalkan profit. Saat pengungkapan *leverage* tinggi maka perusahaan akan mengandalkan pendanaan dari eksternal, situasi ini mendorong perusahaan dalam peningkatan efektivitas manajemen dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* untuk menghilangkan keraguan yang timbul oleh *stakeholder*. Didukung oleh penelitian Maharani & Pertiwi (2022) mengungkapkan bahwa tingginya *leverage* akan mendorong perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial untuk mengalihkan pengawasan keuangan. Diperkuat oleh Yanti et al. (2021) bahwa tingkat *leverage* yang tinggi mendukung perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Namun dari penelitian Himawan & Farokah (2024) mengungkapkan bahwa tingginya *leverage* tidak mengikat perusahaan dalam mengungkapkan CSR, karena perusahaan akan berfokus pada pelunasan hutangnya.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi CSR adalah Ukuran perusahaan. Menurut Indriyani & Yuliandhari (2020) *size* perusahaan akan berpengaruh dalam pengungkapan informasinya kepada publik, ukuran perusahaan yang besar menunjukkan laporan keuangan, keberlanjutan dan kondisi yang baik sehingga mendorong perusahaan dalam pelaksanaan CSR. Dibuktikan oleh Sari & Riharjo (2022) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa semakin besar perusahaan maka semakin jelas pula mengungkapkan CSR perusahaan terhadap publik. Diperkuat oleh Himawan & Farokah (2024) ukuran perusahaan sejalan dengan berlimpahnya aset yang dimiliki, adanya aset yang berlimpah memberikan dorongan dalam pendanaan

kegiatan termasuk program tanggung jawab sosial. Namun hasil penelitian oleh Masruroh et al. (2020) bahwa tidak harus perusahaan besar yang mengungkapkan CSR dengan baik, perusahaan kecil berkesempatan dalam mengambil hati *stakeholder* dan masyarakat dengan kegiatan CSR.

Selain faktor-faktor diatas, Umur perusahaan merupakan faktor yang berpengaruh dalam kinerja perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya (Suyono & Sastika, 2023). Perusahaan yang sudah lama berdiri cenderung berkomitmen dalam melakukan kegiatan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Indriyani & Yuliandhari, 2020). Hasil penelitian dari Sari & Riharjo (2022) menunjukkan bahwa lamanya perusahaan berdiri, maka informasi CSR akan semakin banyak diperoleh publik. Diperkuat oleh penelitian Suyono & Sastika (2023) mengungkapkan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif, perusahaan yang telah lama berdiri cenderung berkomitmen kuat melakukan CSR. Namun dari riset Wijaya & Novatiani (2024) mengungkapkan tidak selamanya perusahaan yang berusia lama akan ikut serta dalam kegiatan tanggung jawab sosial.

2. Tinjauan Pustaka

Teori Stakeholder

Stakeholder merupakan individu maupun kelompok, baik internal maupun eksternal seperti konsumen, masyarakat, karyawan, lingkungan, dan lembaga di luar Perusahaan yang dapat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh keputusan perusahaan (Silaban et al., 2022). Hubungan antara perusahaan dan *stakeholder* bersifat saling mempengaruhi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam aktivitas operasional perusahaan (Himawan & Farokah, 2024). Oleh karena itu, perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga perlu memberikan manfaat bagi *stakeholder* karena keberlangsungan perusahaan sangat bergantung pada dukungan mereka (Yanti et al., 2021). Semakin kuat peran *stakeholder*, perusahaan dituntut untuk mampu beradaptasi dalam setiap aktivitasnya (Masruroh et al., 2024). Dalam konteks ini, teori *stakeholder* menjadi landasan utama penelitian karena pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk respons terhadap tuntutan *stakeholder* agar perusahaan tidak hanya mengejar profit, tetapi juga memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungan, serta menyampaikan informasi pertanggungjawaban yang transparan kepada *stakeholder*.

Teori Legitimasi

Perusahaan perlu memperhatikan lingkungan sekitarnya agar dapat bertahan dan terus beroperasi, sehingga diperlukan aktivitas untuk membangun kepercayaan serta memenuhi ekspektasi masyarakat, salah satunya melalui legitimasi, yaitu upaya perusahaan agar aktivitas bisnisnya diterima oleh masyarakat. Menurut Himawan & Farokah (2024), legitimasi berfokus pada interaksi perusahaan dengan masyarakat, di mana teori legitimasi menegaskan bahwa operasional perusahaan harus sesuai dengan norma sosial dan peraturan yang berlaku. Selain itu, teori ini juga digunakan untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan sehingga perusahaan memperoleh pengakuan yang jelas (Pitriani et al., 2024), serta melalui kepedulian sosial yang ditunjukkan, perusahaan dapat meningkatkan citra dan reputasinya yang berdampak pada nilai perusahaan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitarnya guna memberikan manfaat bagi masyarakat, lingkungan, dan perusahaan itu sendiri. Pengungkapan CSR atau *Corporate Social Responsibility disclosure* adalah informasi yang dibutuhkan oleh para pemangku kepentingan dan bersifat sukarela tanpa paksaan (Sari & Riharjo, 2022), serta dipandang sebagai wawasan penting yang dapat mendorong kinerja keuangan dan meningkatkan reputasi perusahaan (Suyono & Sastika, 2023). Di Indonesia, pengungkapan CSR mengacu pada *Global Reporting Initiative* (Silaban et al., 2022), yaitu lembaga independen yang menyediakan kerangka pelaporan keberlanjutan yang digunakan secara luas oleh berbagai organisasi di dunia (Masruroh et al., 2020). Penelitian ini menggunakan pengukuran CSR berdasarkan *Global Reporting Initiative 4* (GRI G4) dengan 91 item yang mencakup tiga kategori utama, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial, dengan sub kategori meliputi ketenagakerjaan, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab produk.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, di mana perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi dinilai memiliki kemampuan untuk membiayai serta mengungkapkan kegiatan CSR (Maharani & Pertiwi, 2022). Tingginya profitabilitas mendorong manajemen untuk lebih fleksibel dalam mengungkapkan CSR kepada publik, karena perusahaan cenderung mengalokasikan lebih banyak sumber daya untuk kegiatan sosial, sehingga pengungkapan CSR meningkat dan mampu membentuk citra perusahaan yang lebih baik (Sari & Riharjo, 2022).

Leverage

Leverage menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber dana yang berasal dari aset maupun utang yang dimiliki. *Leverage* dapat memberikan gambaran struktur modal yang dimiliki perusahaan, jika perusahaan menunjukkan *leverage* yang tinggi maka perusahaan dapat memperoleh laba operasional yang tinggi. Perusahaan yang mengungkapkan rasio *leverage* tinggi semestinya memiliki jumlah modal yang tinggi (Utami et al., 2024) *Leverage* yang tinggi mempengaruhi kepercayaan investor dalam pengelolaan dana yang diinvestasikan. Kondisi ini mendukung pengungkapan CSR secara luas, sehingga perusahaan lebih aktif mengalokasikan dana untuk program tanggung jawab sosial untuk citra dan keberlanjutan perusahaan.

Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan dapat digunakan untuk mengukur besar kecilnya suatu perusahaan (Sari & Riharjo, 2022) Dengan jumlah aset total yang besar, suatu perusahaan dianggap memiliki ukuran perusahaan yang besar dan dikenal luas. Jumlah penjualan, total nilai aset, kapitalisasi pasar, dan jumlah tenaga kerja adalah beberapa alat yang dapat digunakan untuk mengukur seberapa besar ukuran suatu perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan kompleksitas aktivitas operasional yang tinggi, yang berimplikasi pada meningkatnya dampak sosial terhadap masyarakat. Semakin besar perusahaan maka sorotan publik semakin besar, hal ini mendorong perusahaan untuk mengungkapkan biaya politis sebagai

transparansi wujud tanggung jawab sosial perusahaan yang kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan.

Umur Perusahaan

Umur perusahaan adalah jumlah waktu yang telah dihabiskan oleh suatu perusahaan untuk mengoperasikan usahanya dari awal berdiri hingga jangka waktu yang tidak ditentukan (Wijaya dan Novianti, 2024). Perusahaan yang lebih lama berdiri cenderung memiliki reputasi yang baik dikarenakan dapat mempertahankan lebih banyak usaha (Sari & Riharjo, 2022). Dalam teori *stakeholder*, perusahaan yang lebih tua dapat memberi *stakeholder* lebih banyak kepercayaan daripada perusahaan yang lebih muda. Semakin lama perusahaan berdiri maka perusahaan tersebut akan lebih banyak melakukan tindakan CSR untuk mempertahankan legitimasi atau pengakuan masyarakat (Pritiani et al, 2024).

Pengembangan Hipotesis

Hubungan Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Profitabilitas merupakan rasio perhitungan untuk mengetahui pengaruh perusahaan dalam menghasilkan laba untuk menunjang kegiatan operasionalnya. Menurut Indriyani dan Yuliandhari, (2020) manajemen yang baik dapat dilihat dari profitabilitas, bisnis yang menghasilkan banyak uang akan mengungkapkan informasi tentang pertanggungjawaban sosial kepada publik. Rasio *Return On Asset* (ROA) akan digunakan untuk mengukur *profitabilitas*. *Return On Asset* (ROA) adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari semua aset yang dimilikinya karena menunjukkan bahwa sebuah perusahaan memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan bagi investor dari modal yang diinvestasikan (Sari & Riharjo, 2022).

Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR dilakukan oleh Laili dan Apramilda (2023) dan Indriyani dan Yuliandhari (2020) yang berhasil menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis pertama penelitian ini yaitu:

H₁ : Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hubungan *Leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. Didukung oleh penelitian dari Yanti et al. (2021), perhitungan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Diperkuat penelitian Maharani & Pertiwi (2022) pengujian variabel *Leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis kedua penelitian ini yaitu:

H₂ : *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Hubungan Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Ukuran perusahaan dapat dinilai dengan melihat total penjualan, total nilai aset, kapitalisasi pasar, dan jumlah tenaga kerja (Pitriani et al, 2024). Semakin besar nilai

dari item item tersebut maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Semakin besar nilai aset perusahaan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan tersebut dikenal masyarakat. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis keempat penelitian ini yaitu:

H₃ : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Hubungan Umur Perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Umur perusahaan merupakan gambaran dari lamanya suatu perusahaan didirikan dan menjalankan usahanya. Umur perusahaan merupakan hal yang dipertimbangkan oleh para investor dalam menanamkan modalnya, umur perusahaan menjadi bukti bahwa perusahaan mampu bersaing dan dapat mengambil kesempatan bisnis yang ada dalam perekonomian. Didukung oleh penelitian Suyono dan Sastika (2023) umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis ketiga penelitian ini yaitu:

H₄ : Umur Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

3. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan SPSS untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Data yang digunakan merupakan data sekunder berupa laporan keuangan, *annual report*, dan *sustainability report* yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia selama periode 2021–2024, dengan populasi perusahaan manufaktur yang dipilih melalui teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu, yaitu terdaftar secara konsisten, menggunakan mata uang rupiah, menyajikan data lengkap, menerbitkan laporan secara berturut-turut, serta tidak mengalami kerugian. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan, sedangkan variabel dependen adalah CSR yang diukur menggunakan indeks pengungkapan berdasarkan pedoman GRI G4. Analisis data dilakukan melalui statistik deskriptif, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi), serta regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji F untuk menilai kelayakan model, koefisien determinasi untuk mengukur kemampuan model, dan uji t untuk mengetahui pengaruh parsial variabel independen terhadap CSR (Sari & Riharjo, 2022).

4. Hasil Dan Pembahasan Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan umur perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia (studi kasus sektor Industri tahun 2021-2024). Data diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia dengan alamat web www.idx.co.id

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur subsektor Industrial (*industrials*) yang berjumlah 65 perusahaan. Sedangkan untuk sampel dalam penelitian ini adalah 16 perusahaan dengan 64 data antara tahun 2021-2024. Metode sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, terdapat beberapa kriteria tertentu dalam pengambilan sampel yang dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 1. Kriteria Sampel

Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
Perusahaan Industrial sektor manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2021-2024	65
Dikurangi	
Nilai mata uang dalam laporan keuangan menggunakan rupiah.	(1)
Perusahaan menerbitkan laporan keberlanjutan (Sustainability Report) selama tahun 2021-2024.	(3)
Perusahaan mempublikasikan laporan tahunan (Annual Report) lengkap selama tahun 2021-2024.	(26)
Perusahaan tidak mengalami kerugian.	(19)
Total perusahaan yang memenuhi kriteria	16
Total perusahaan sesuai kriteria x 4 tahun pengamatan	64

Hasil Analisis Data

Analisis Data Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik umum yang digunakan sebagai dasar pengujian sebelum melakukan pengujian hipotesis, perhitungan bertujuan untuk memberikan gambaran penelitian mengenai nilai minimum, maksimum, rata-rata dan standar deviasi. Serta memberikan penjelasan mengenai gambaran Variabel dependen dan independen.

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Standar Deviasi
Corporate Social Responsibility	64	0,16	0,51	0,3302	0,08883
Profitabilitas	64	0,00	0,36	0,0839	0,07133
Leverage	64	0,06	10,75	1,0244	1,86437
Ukuran Perusahaan	64	22,54	33,79	28,5785	2,71622
Umur Perusahaan	64	12,00	73,00	40,8125	15,64170
Valid N (listwise)	64				

Sumber: Data sekunder yang diolah penulis, 2026

Berdasarkan data tersebut, nilai CSR berkisar antara 0,160 hingga 0,510 dengan rata-rata 0,3302 dan standar deviasi 0,08883, yang menunjukkan bahwa transparansi kegiatan sosial dan lingkungan masih tergolong rendah. Profitabilitas berada pada kisaran 0,000 sampai 0,360 dengan rata-rata 0,0836 dan standar deviasi 0,07148, mencerminkan tingkat profitabilitas yang relatif rendah. *Leverage* berkisar antara 0,060 hingga 10,750 dengan rata-rata 1,0244 dan standar deviasi 1,86437, menunjukkan tingkat *leverage* yang relatif sedang, di mana penggunaan utang hampir seimbang dengan modal sendiri. Ukuran perusahaan memiliki rentang 22,540 hingga 33,790 dengan rata-rata 28,5785 dan standar deviasi 2,71622, yang mengindikasikan bahwa perusahaan dalam sampel tergolong besar. Sementara itu, umur perusahaan

berkisar antara 12 hingga 73 tahun dengan rata-rata 40,8125 dan standar deviasi 15,6417, menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan dalam penelitian ini merupakan perusahaan yang telah lama berdiri.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, hasil Uji Normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Keterangan	Unstandardized Residual
Kolmogrov-Smirnov Z	0,078
Asymp. Sig (2 tailed)	0,200

Sumber: Data sekunder yang diolah penulis, 2026

Pada tabel diatas, menunjukkan nilai signifikansi (Asymp. Sig 2-tailed) adalah sebesar 0,200. Karena nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,200 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual dalam model regresi ini terdistribusi secara normal. Dengan demikian, asumsi normalitas dalam penelitian ini telah terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas dengan menggunakan *tolerance value* atau *Variance Inflation Factor* (VIF) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Tolerance	Statistics VIF	Keterangan
Profitabilitas	0,887	1,127	Bebas Multikolinieritas
Leverage	0,861	1,161	Bebas Multikolinieritas
Ukuran Perusahaan	0,659	1,517	Bebas Multikolinieritas
Umur Perusahaan	0,578	1,731	Bebas Multikolinieritas

Sumber: Data sekunder yang diolah penulis, 2026

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan nilai *tolerance value* masing-masing Variabel independen lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua Variabel independen dalam penelitian ini tidak terindikasi adanya multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode *Glejser* dengan tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5% diperoleh dari hasil berikut.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Profitabilitas	0,311	Bebas Heteroskedastisitas
Leverage	0,076	Bebas Heteroskedastisitas
Ukuran Perusahaan	0,815	Bebas Heteroskedastisitas

Umur Perusahaan	0,063	Bebas Heteroskedastisitas
-----------------	-------	---------------------------

Sumber: Data sekunder yang diolah penulis, 2026

Hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa seluruh Variabel bebas memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa persamaan regresi terbebas dari Heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi menggunakan *Durbin-Watson* diperoleh data:

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

	<i>Durbin-Watson</i>	Keterangan
P-Value	1,223	Bebas Autokorelasi

Sumber: Data sekunder yang diolah penulis, 2026

Berdasarkan hasil Uji Autokorelasi diatas menunjukkan bahwa *Durbin-Watson* sebesar 1,223. Angka *Durbin-Watson* berada diantara -2 sampai dengan +2. Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi telah sesuai dengan ketentuan. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Uji Linear Berganda

Model analisis regresi linear berganda diolah dengan menggunakan software SPSS. Adapun hasil yang diolah:

Tabel 7. Hasil Uji Autokorelasi

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.	Ket
	B	Standar error	Beta			
(Constant)	0,113	0,108		1,046	0,300	
Profitabilitas	0,559	0,142	0,449	3,933	<0,001	H1 diterima
Leverage	0,002	0,006	0,046	0,396	0,694	H2 ditolak
Ukuran Perusahaan	0,003	0,004	0,082	0,617	0,540	H3 ditolak
Umur Perusahaan	0,002	0,001	0,395	2,795	0,007	H4 diterima
Fstat	6,884					
Fsig					<0,001	
R2	0,318					
AdjR2	0,272					

Sumber: Data sekunder yang diolah penulis, 2026

Berdasarkan persamaan regresi, nilai konstanta sebesar 0,113 menunjukkan bahwa ketika variabel profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan dianggap konstan, maka tingkat pengungkapan CSR sebesar 0,113. Koefisien profitabilitas sebesar 0,559 mengindikasikan bahwa peningkatan profitabilitas akan meningkatkan pengungkapan CSR, sehingga semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka semakin luas pengungkapan CSR. Koefisien *leverage* sebesar 0,002 menunjukkan bahwa peningkatan *leverage* juga diikuti oleh peningkatan pengungkapan CSR, meskipun pengaruhnya relatif kecil. Selanjutnya, koefisien ukuran perusahaan sebesar 0,003 mengindikasikan bahwa perusahaan yang lebih besar cenderung mengungkapkan CSR lebih luas dibandingkan perusahaan yang lebih kecil. Demikian pula, koefisien umur perusahaan sebesar 0,002 menunjukkan bahwa semakin lama perusahaan berdiri, maka pengungkapan CSR cenderung semakin luas.

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 7, uji F menunjukkan nilai signifikansi <0,001 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dan model regresi dinyatakan layak (*goodness of fit*). Selanjutnya, nilai Adjusted R² sebesar 0,272 menunjukkan bahwa sebesar 27,2% variasi CSR dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen, sedangkan sisanya 72,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model. Hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial profitabilitas (sig <0,001) dan umur perusahaan (sig 0,007) berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan *leverage* (sig 0,694) dan ukuran perusahaan (sig 0,540) tidak berpengaruh signifikan karena memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Pembahasan

Profitabilitas berpengaruh terhadap CSR

Hasil Uji T menunjukkan bahwa Variabel Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas yang tinggi memberikan sumber daya finansial yang cukup bagi perusahaan untuk melakukan aktivitas sosial, perusahaan dengan laba yang kuat cenderung meningkatkan pengungkapan CSR sebagai strategi untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat dan pemangku kepentingan, guna mempertahankan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya dari Laili dan Apramilda (2023), kemudian dari penelitian Sitompul (2021) dan Inriyani dan Yuliandhari (2020) yang mengungkapkan bahwa Profitabilitas memiliki pengaruh pada pengungkapan CSR perusahaan.

Leverage tidak berpengaruh terhadap CSR

Hasil Uji T menunjukkan bahwa Variabel *Leverage* tidak berpengaruh terhadap CSR. Hal ini menunjukkan Tinggi atau rendahnya rasio hutang perusahaan tidak menjadi determinan dalam kebijakan pengungkapan CSR. Perusahaan dengan *leverage* tinggi cenderung memprioritaskan arus kas untuk pemenuhan kewajiban kontrak (pembayaran bunga dan pokok hutang) kepada kreditur daripada mengalokasikannya untuk aktivitas sosial yang bersifat sukarela.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya dari Afif dan Melani (2025), Fadilah et.al, (2024), dan selaras oleh penelitian Santi dan Iswara (2023) yang mengungkapkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR

Hasil Uji T menunjukkan bahwa Variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan pengungkapan CSR perusahaan lebih didorong oleh kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku atau standar industri tertentu, bukan didasarkan pada skala aset yang dimiliki. Artinya, besar kecilnya ukuran perusahaan (total aset) bukan merupakan penentu luas atau sempitnya informasi sosial yang disampaikan dalam laporan tahunan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya dari Maharani dan Pertiwi (2022), kemudian penelitian dari Sitompul (2021), dan penelitian dari

Indriyani dan Yuliandhari (2020) yang mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh dalam pengungkapan CSR perusahaan.

Umur perusahaan berpengaruh terhadap CSR

Hasil Uji T menunjukkan bahwa Variabel Umur Perusahaan berpengaruh terhadap CSR. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa seiring bertambahnya usia, perusahaan cenderung lebih fokus pada upaya mempertahankan reputasi yang telah dibangun selama bertahun-tahun. Pengungkapan CSR digunakan sebagai instrumen untuk memperkuat citra positif dan membangun kepercayaan publik, yang menjadi aset krusial bagi perusahaan yang sudah mapan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya dari Santi dan Iswara (2023), kemudian mendukung penelitian dari Sari dan Riharjo (2022), dan Fatwara et.al, (2022) yang mengungkapkan bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap CSR.

5. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas dan umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR sehingga H1 dan H4 diterima, sedangkan *leverage* dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan sehingga H2 dan H3 ditolak. Penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu sampel hanya mencakup perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, periode penelitian terbatas pada tahun 2021–2024, serta variabel yang digunakan masih terbatas pada profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan, sehingga hasil belum dapat digeneralisasikan secara luas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan sektor atau seluruh perusahaan di BEI, menambah periode penelitian agar hasil lebih optimal, serta memasukkan variabel lain seperti kepemilikan manajerial, likuiditas, ukuran dewan komisaris, *good corporate governance*, dan faktor lingkungan perusahaan agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

6. Daftar Pustaka

- Faradita, A., & Rahmawati, M. I. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 13(3).
- Himawan, F. A., & Farokah, A. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr). *Esensi : Jurnal Manajemen Bisnis*, 27(1).
- Indriyani, A. D., & Yuliandhari, W. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Indeks Lq 45 Non- Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018). *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 1559-1568.
- Kartika, A. S., & Yuyetta, E. N. A. (2020). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Dewan Komisaris, Leverage, Dan Political Visibility Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Di Indonesia. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 10(9), 1-13.
- Laili, N. I., & Apramilda, R. (2023). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

- (Studi Kasus Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2015-2019). *Realible Accounting Journal*, 2(2).
- Maharani, P. R., & Pertiwi, T. K. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(1), 41 – 53. 10.31602/Atd.V6i1.5873
- Masruroh, I. I., Utami, S. S., & Indriastuti, D. R. (2020). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015 – 2019. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 20(4), 450 – 460.
- Pitriani, N. K. E., Novitasari, N. L. G., & Widhiastuti, N. L. P. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi (Jea)*, 6(2), 681-695. <https://doi.org/10.24036/Jea.V6i2.1559>
- Santoso, Singgih. 2012 “*Panduan Lengkap Spssversi 20*”. Jakarta: Pt Elex Media Komputindo/
- Sari, D. N. I., & Riharjo, I. B. (2022, 06 06). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Size, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(6).
- Sijum, A. A., & Rustia, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Corporate Governance Terhadap Corporate Social Responsibility (Studi Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei Periode 2017-2019). *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan*, 7(1), 62-71.
- Silaban, N. P. S., Aristi, M. D., & Putri, A. A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Risk Minimization, Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 515-524.
- Sitompul, S. (2021). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Jumlah Anggota Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Sintaksis : Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 1(3).
- Suyono, N. A., & Sastika, F. I. (2023). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Umur Perusahaan, Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr), (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 Sampai 2021. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 3(3).
- Wijaya, R. H., & Novatiani, R. A. (2024). Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kinerja Lingkungan, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 8(4). <https://doi.org/10.33395/Owner.V8i4.2288>
- Yanti, N. L. E. K., Endiana, I. D. M., & Pramesti, I. G. A. A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Kharisma*, 3(1), 42-51.