

Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Sektor Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Muh. Ahsan Ridwan

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Bongaya, Makassar, Indonesia

Anwar

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Bongaya, Makassar, Indonesia

Corresponding Author:

Nama author Muh. Ahsan Ridwan. HP : 0813138776458

e-mail:

DOI : <https://doi.org/10.70178/icbrj.v5i2.156>

*Received: 15 Desember 2025, Revised: 16 Januari 2026, Accepted: 20 Februari 2026:
Published: 28 Februari 2026*

Abstract. *This study aims to examine and analyze the effect of firm size and profitability on corporate social responsibility (CSR) in textile and garment companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Data were collected using secondary data and selected through a purposive sampling technique. The population of this study consisted of all textile and garment manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2022–2024 period, totaling 21 companies. The sample was observed over a three-year period (2022–2024), resulting in 11 companies being selected, with a total of 33 observations. The data were analyzed using multiple linear regression analysis, the coefficient of determination test (R^2), and the t -test, with data processing conducted using SPSS version 27.*

The results indicate that firm size has a positive and significant effect on corporate social responsibility, whereas profitability does not have a significant effect on corporate social responsibility.

Keywords: *Firm Size, Profitability, Corporate Social Responsibility.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pengumpulan data menggunakan data sekunder dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2022-2024 sejumlah 21 perusahaan, sedangkan sampel yang diambil jumlah pengamatan selama 3 tahun (2022-2024), jumlah sampel yang diteliti 11 perusahaan sehingga jumlah observasi (data penelitian) 33. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi (R^2) dan uji t yang pengolahannya dilakukan dengan program SPSS versi 27.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility* sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*

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

I. PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan dapat dianggap sebagai inti dari etika bisnis yang menjadi sarana bagi suatu entitas untuk memberikan perhatian lebih terhadap lingkungan dan sosial dalam menjalankan aktivitas bisnisnya secara sukarela. *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line* yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja, tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan.

Banyak faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility*, antara lain profitabilitas, solvabilitas, kepemilikan asing, kepemilikan institusional, likuiditas, *risk minimization*, *leverage*, ukuran perusahaan, ukuran komite audit dan lain sebagainya (Christiawan & Andayani, 2023), (Yani & Suputra, 2020), (Rahmawati & Retnani, 2021), (Sari, 2020), (Abidin & Lestari, 2020). Di dalam penelitian ini *Corporate Social Responsibility* dipengaruhi antara lain ukuran perusahaan dan profitabilitas.

Ukuran perusahaan (*firm size*) merupakan skala yang digunakan untuk mengklasifikasikan perusahaan menjadi besar atau kecil berdasarkan indikator seperti total aset, nilai pasar saham, dan tingkat penjualan (Nadya & Sri, 2025). Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diprosikan dengan $Size = \ln \text{Total Aset}$. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin kompleks aktivitas operasionalnya dan semakin besar dampaknya terhadap masyarakat, sehingga perusahaan memperoleh perhatian dan pengawasan publik yang lebih tinggi (Cowen et al., 1987) dalam (Wati, 2019:11). Kondisi tersebut mendorong perusahaan untuk meningkatkan transparansi melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial kepada para pemangku kepentingan.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki, seperti aset dan penjualan (Wardoyo et al., 2022). Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang dapat dialokasikan untuk aktivitas sosial dan lingkungan. Profitabilitas dapat diukur melalui beberapa indikator, antara lain *gross profit margin*, *net profit margin*, *return on asset*, *return on equity*, *return on sales*, dan *return on investment*. Dalam penelitian ini, profitabilitas diprosikan menggunakan *Return On Asset* (ROA), menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba setelah pajak melalui seluruh aset yang dimilikinya. Semakin tinggi nilai ROA, semakin besar laba yang dihasilkan perusahaan, sehingga meningkatkan ketersediaan aset setelah pemenuhan kewajiban operasional dan hak pemegang saham. Kondisi tersebut memberikan fleksibilitas bagi manajemen untuk mengalokasikan aset pada program *Corporate Social Responsibility* (CSR) tanpa mengganggu stabilitas keuangan perusahaan. Sejalan dengan hal tersebut Gray et al. (1995) dalam Wati (2019:31), menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen lebih bebas dan fleksibel dalam mengungkapkan CSR kepada pemegang saham, sehingga semakin tinggi profitabilitas perusahaan, semakin besar pula pengungkapan informasi sosialnya.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Wijaya et al. (2024), mengemukakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Penelitian lain dilakukan oleh Pura et al. (2024), mengemukakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Penelitian (Ernesto & Hisar, 2021), mengemukakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian lain dilakukan oleh (Sari, 2020), mengemukakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Abidin & Lestari, 2020), yang membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian (Lestari & Rusdi, 2025), yang membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Christiawan & Andayani, 2023), yang membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Penelitian (Apsarai & Syaiful, 2024), yang membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Ketidakkonsistenan temuan dalam menjelaskan pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* menjadi alasan peneliti untuk memilih variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* karena hal tersebut merupakan hal menarik untuk dikaji lebih lanjut. Dengan demikian, peneliti untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”.

II. TINJAUAN TEORITIS

1. Teori legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Menurut Titisari (2020:56-59), *Legitimacy Theory* merupakan konsep yang menyatakan bahwa perusahaan berupaya memastikan setiap aktivitas operasionalnya selaras dengan norma dan nilai sosial yang berlaku di masyarakat. Keberlangsungan perusahaan sangat ditentukan oleh tingkat penerimaan masyarakat, sehingga ketika terjadi kesenjangan antara aktivitas perusahaan dan ekspektasi sosial (*legitimacy gap*), perusahaan akan merespons dengan meningkatkan pengungkapan informasi sosial sebagai upaya memperoleh dan mempertahankan legitimasi. Salah satu bentuk upaya tersebut adalah melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), yang berfungsi sebagai sarana komunikasi perusahaan dengan masyarakat. Melalui CSR, perusahaan tidak hanya menunjukkan tanggung jawab sosialnya, tetapi juga membangun citra positif serta memperoleh dukungan dari para pemangku kepentingan (Christiawan & Andayani, 2023). Dengan demikian, teori legitimasi menegaskan bahwa pengungkapan CSR merupakan strategi perusahaan dalam memperoleh dan mempertahankan legitimasi sosial agar keberlangsungan usaha tetap terjaga.

3. Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan langkah strategis sekaligus tanggung jawab moral bagi perusahaan dalam menjawab tantangan etika dan keberlanjutan, yang menjadi bukti nyata atas dedikasi mereka terhadap prinsip-prinsip etis serta nilai bisnis yang berkelanjutan (Mustofa A., 2021:2). Menurut Kholis (2020:5) bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan tanggung jawab perusahaan yang tidak hanya berfokus pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada dampak sosial dan lingkungan. Konsep ini sering dijelaskan melalui pendekatan *Triple Bottom Line* (TBL), (Sirine, 2025:9), yaitu: 1). aspek ekonomi (*profit*), 2). aspek sosial (*people*), 3). aspek lingkungan (*planet*)

Selanjutnya Wijaya et al. (2024) menyatakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diukur dengan proksi yaitu *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) dihitung dengan menggunakan pendekatan dikotomi yaitu item CSR yang diungkapkan oleh perusahaan dibandingkan jumlah pengungkapan yang ditetapkan, dimana terdapat 91 item pengungkapan. Secara matematis *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$CSRI = \frac{\sum X_{ij}}{n_i}$$

Keterangan:

CSRI = *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan.

X_{ij} = Jumlah skor, 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan.

n_i = Jumlah item untuk perusahaan; $n_i = 91$ (item pengungkapan).

3. Ukuran Perusahaan

Menurut Goh (2023:47), ukuran perusahaan menunjukkan adanya perbedaan risiko usaha perusahaan besar dan kecil. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat ditunjukkan dengan total aset, total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan rata-rata total aset. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin baik teknologi dan sistem dalam perusahaan serta adanya kemudahan bagi manajemen dalam menggunakan aset perusahaan akan mendorong peningkatan kinerja perusahaan. Menurut Nadya & Sri (2025), ukuran perusahaan (*firm size*) merupakan skala atau nilai yang mampu mengklasifikasikan suatu perusahaan dalam kategori besar atau kecil menurut beberapa cara seperti total aset perusahaan, nilai pasar saham, tingkat penjualan rata-rata dan total penjualan. Perusahaan dengan ukuran besar memiliki akses yang mudah dan luas untuk memperoleh pinjaman dan pendapatan dari luar untuk mengembangkan usaha guna bertahan dalam persaingan industri. Semakin besar total aset perusahaan maka semakin besar pula ukuran perusahaan.

Menurut Goh (2023:49) menyatakan bahwa ukuran perusahaan diukur dengan proksi yaitu $size = \ln$ Total Aset. Aset merupakan sumber daya atau kekayaan perusahaan. Semakin besar aset,

maka perusahaan bisa berinvestasi dengan baik dan permintaan produk dapat terpenuhi. Sehingga pangsa pasar yang dicapai akan semakin luas dan memberikan pengaruh pada profitabilitas dari perusahaan.

4. Profitabilitas

Menurut Widyakto et al. (2024:12) menjelaskan profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang dimana melalui profitabilitas ini perusahaan dapat mengetahui laba yang akan dihasilkan baik hari ini dan prediksi masa akan datang. Profitabilitas memiliki peran penting di dalam perusahaan karena profitabilitas yang tinggi, maka perusahaan tersebut akan mampu membayar segala kewajiban-kewajiban yang dimiliki oleh perusahaan sehingga perusahaan tetap dalam keadaan yang likuid. Menurut Goh (2023:4) menyatakan profitabilitas bertujuan untuk mengukur efektivitas manajemen yang tercermin pada imbalan hasil dari investasi melalui kegiatan penjualan.

Menurut Sa'adah et al. (2024), ada beberapa alat ukur yang digunakan untuk mengukur profitabilitas, salah satu diantaranya adalah *Return On Asset* (ROA). Rasio pengambilan aset (*return on asset ratio*) merupakan rasio profitabilitas untuk menilai persentase keuntungan (laba) yang diperoleh perusahaan terkait sumber daya atau total aset sehingga efisiensi suatu perusahaan dalam mengelola asetnya bisa terlihat dari persentase rasio ini, dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

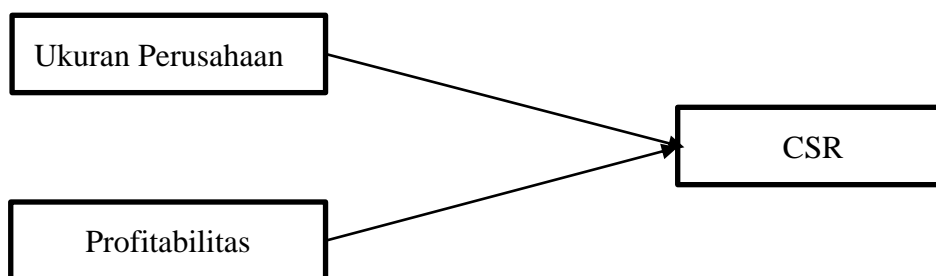
$$\text{Return On Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Keterangan:

Laba bersih = Penghasilan yang diperoleh perusahaan setelah pajak.

Total aset = Keseluruhan aset yang dimiliki perusahaan.

5. Kerangka Konseptual



5. Hipotesis

H1 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*

H2 : Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporatesocial responsibility*

III. METODOLOGI

1. Metode

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian di mana fenomena dianalisis dengan data angka. Penelitian dilakukan pada Perusahaan Tekstil dan Garmen yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia. Jumlah populasi sebanyak 21 perusahaan. Penarikan sampel menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria sebagai berikut :

Tabel 1 : Seleksi Sampel Berdasarkan Kriteria

No.	Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
1	Perusahaan manufaktur sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2022-2024	21
2	Perusahaan manufaktur sektor tekstil dan garmen yang tidak menerbitkan laporan keuangan secara lengkap, berturut-turut dan berakhir pada 31 Desember selama tahun 2022-2024	(6)
3	Perusahaan manufaktur sektor tekstil dan garmen yang tidak menerbitkan laporan keberlanjutan selama periode 2022-2024	(4)
Jumlah sampel yang diteliti		11
Jumlah observasi/data penelitian (3 x 11)		33

Sumber: www.bei.co.id, 2026

Berdasarkan kriteria diatas, dari 21 perusahaan *sub* sektor Tekstil dan Garmen yang dijadikan sampel hanya terdapat 11 perusahaan. Jumlah data yang diobservasi selama 3 tahun (tahun 2022-2024) sehingga jumlah data yang diobservasi sebanyak 11 perusahaan x 3 tahun = 33 data observasi.

Variabel independen terdiri dari ukura perusahaan (X1) dan profitabilitas (X2) sedangkan vaiabel dependen adalah CSR (Y). Pengukuran variabel dapat disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 2. Variabel dan Pengukuran

No.	Variabel	Proksi	Skala
1.	Ukuran perusahaan (X1)	$Size = \ln \text{ Total Aset}$ Sumber: Goh (2023:49)	Rasio
2.	Profitabilitas (X2)	$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$ Sumber: Sa'adah at al. (2024)	Rasio
3.	CSR (Y)	$CSRI = \frac{\sum X_{ij}}{N_i}$ Sumber: Wijaya at al. (2024) :	Rasio

Penelitian ini menggunakan analisis menggunakan alat statistik regresi linear berganda dengan persamaan sebagai berikut (Sugiyono, 2020:275):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = *Corporate Social Responsibility*

X1 = Ukuran Perusahaan

X2 = Profitabilitas

α = Konstanta

$\beta_1 - \beta_3$ = Koefisien Regresi (parameter)

e = Variabel Pengganggu (*Standar Error*)

Hasil

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif berfungsi sebagai penganalisa data dengan menggambarkan sampel data yang telah dikumpulkan. Penelitian ini menjabarkan nilai rata-rata (*mean*), nilai maksimum, nilai minimum dan standar deviasi dari masing-masing variabel, sehingga secara kontekstual dapat lebih mudah dimengerti. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen dan independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (Y), sedangkan variabel independen dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan (X_1), profitabilitas (X_2) dan *leverage* (X_3). Hasil analisis statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel 5.8 berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ukuran Perusahaan	33	16.046	27.862	22.31867	4.499331
Profitabilitas	33	.215	9.736	3.86027	2.803677
<i>Leverage</i>	33	28.804	85.726	53.12439	16.327543
<i>Corporate Social Responsibility</i>	33	.275	.451	.37567	.055077
Valid N (<i>Listwise</i>)	33				

Sumber: *Output SPSS V27, 2026*

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa hasil statistik deskriptif sampel penelitian dari tahun 2022-2024 dengan jumlah sampel sebanyak 33 observasi (penelitian). Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan tersebut, maka diperoleh penjelasan sebagai berikut:

1) Ukuran Perusahaan

Nilai minimum variabel ukuran perusahaan sebesar 16,046 yaitu data yang diperoleh dari PT Asia Pacific Investama, Tbk. (MYTX) dan nilai maksimumnya sebesar 27,862 yang diperoleh dari PT Trisula International, Tbk. (TRIS). Adapun nilai rata-rata ukuran perusahaan sebesar 22,31867 dan standar deviasi sebesar 4,499331. Hal ini menunjukkan bahwa data ukuran perusahaan dengan nilai standar deviasi

kurang dari nilai rata-rata sebesar 22,31867 menunjukkan tingkat ukuran perusahaan perusahaan manufaktur sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2022-2024.

2) Profitabilitas

Nilai minimum variabel profitabilitas sebesar 0,215 yaitu data yang diperoleh dari PT Asia Pacific Investama, Tbk. (MYTX) dan nilai maksimumnya sebesar 9,736 yang diperoleh dari PT Polychem Indonesia, Tbk. (ADMG). Adapun nilai rata-rata profitabilitas sebesar 3,86027 dan standar deviasi sebesar 2,803677. Hal ini menunjukkan bahwa data profitabilitas dengan nilai standar deviasi kurang dari nilai rata-rata sebesar 3,86027 menunjukkan tingkat profitabilitas perusahaan manufaktur sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2022-2024.

3) *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Nilai minimum variabel CSR sebesar 0,275 yaitu data yang diperoleh dari PT Asia Pacific Investama, Tbk. (MYTX) dan nilai maksimumnya sebesar 0,451 yang diperoleh dari PT Mega Perintis,

Tbk. (ZONE). Adapun, nilai rata-rata CSR sebesar 0,37567 dan standar deviasi sebesar 0,055077. Hal ini menunjukkan bahwa data CSR dengan nilai standar deviasi kurang dari nilai rata-rata sebesar 0,37567 menunjukkan tingkat CSR perusahaan manufaktur sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2022-2024.

2. Perhitungan dan Koefisien Regresi

Analisis statistik inferensial dilakukan dengan menggunakan alat statistik regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*. Melalui perhitungan dengan menggunakan SPSS versi 27, dapat diperoleh analisa keragaman dan variabel *variequation*. Seperti yang digambarkan pada tabel 5.9 sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Perhitungan Koefisien Regresi

Unsur	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	.300	.054	
Ukuran Perusahaan	.006	.002	.530
Profitabilitas	-.002	.002	-.109

Dependent Variable: Corporate Social Responsibility

Sumber: Output SPSS V27, 2026

Berdasarkan tabel 4 diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana:

$$Y = 0,300 + 0,006X_1 - 0,002X_2 + e$$

Model tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta (α) = 0,300, artinya jika tidak ada perubahan pada ukuran perusahaan (X_1), profitabilitas (X_2) dan *leverage* (X_3) atau variabel bebas, maka nilai *Corporate Social Responsibility* (Y) sebesar 0,300 sebagai nilai konstan untuk variabel terikat.
- 2) Koefisien regresi nilai $\beta_1 = 0,006$, berarti ketika ukuran perusahaan (X_1) naik 1% akan mempengaruhi peningkatan *corporate social responsibility* (Y) sebesar 0,006 atau 0,60%.
- 3) Koefisien regresi nilai $\beta_2 = -0,002$, berarti ketika profitabilitas (X_2) naik 1% akan mengalami penurunan *corporate social responsibility* (Y) sebesar 0,002 atau 0,20%.

Hasil analisis regresi linear berganda memberikan gambaran bahwa variabel independen memiliki hubungan yang positif dan negatif terhadap variabel dependennya yaitu tingkat pengaruh yang ditunjukkan dengan nilai koefisien ukuran perusahaan pengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*, profitabilitas pengaruh negatif terhadap *Corporate Social Responsibility*

Selanjutnya hasil pengujian hipotesis pertama (H_1) dengan uji pengaruh ukuran perusahaan (X_1) terhadap *Corporate Social Responsibility* (Y). Berdasarkan data pada tabel 4 variabel ukuran perusahaan memiliki nilai thitung sebesar 4,090 sedangkan nilai ttabel sebesar 2,040, dengan nilai signifikansi 0,000, tingkat signifikan 5% atau 0,05 dan derajat bebas (df) = $n-k-1$ (pada penelitian ini $df = 33-1-1 = 31$). Hal ini menunjukkan bahwa nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel ($4,090 > 2,040$) dan nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 5% atau 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_a diterima. Artinya ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Hasil pengujian hipotesis kedua (H_2) dengan uji pengaruh profitabilitas (X_2) terhadap *Corporate Social Responsibility* (Y). Berdasarkan tabel 4 variabel profitabilitas memiliki nilai thitung sebesar -0,962 sedangkan nilai ttabel sebesar 2,040, dengan nilai signifikansi 0,344, tingkat signifikan 5% atau 0,05 dan derajat bebas (df) = $n-k-1$ (pada penelitian ini $df = 33-1-1 = 31$). Hal ini menunjukkan bahwa nilai thitung lebih kecil dari nilai t-tabel ($|-0,962| < 2,040$) dan nilai signifikansi tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 5% atau 0,05 ($0,344 > 0,05$) maka H_0 ditolak. Artinya profitabilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

IV. PEMBAHASAN

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*

Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Positif dan signifikan terlihat dari nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel ($4,090 > 2,040$) dan nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 5% atau 0,05 ($0,000 <$

0,05). Berpengaruh positif dan signifikan menunjukkan bahwa ukuran perusahaan sejalan dengan *Corporate Social Responsibility*, Hal ini berarti bahwa ketika ukuran perusahaan tinggi maka *Corporate Social Responsibility* akan meningkat.

Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat dijelaskan melalui teori legitimasi (*legitimacy theory*) yang menyatakan bahwa perusahaan berusaha memperoleh legitimasi dari masyarakat dengan menyesuaikan aktivitas operasionalnya dengan nilai dan norma sosial yang berlaku untuk memperoleh legitimasi sosial (Titisari, 2020:56). Perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar cenderung mendapatkan perhatian yang lebih besar dari masyarakat, pemerintah, maupun investor sehingga perusahaan dituntut untuk lebih transparan dalam mengungkapkan aktivitas sosial dan lingkungannya (Cowen et al., 1987) dalam (Wati, 2019:11).

Penelitian ini juga didukung oleh Abidin & Lestari (2020) dan Lestari & Rusdi (2025) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi ukuran perusahaan maka dapat meningkatkan *Corporate Social Responsibility*.

2. Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*

Profitabilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai thitung lebih kecil dari nilai ttabel ($|-0,962| < 2,040$) dan nilai signifikansi tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 5% atau 0,05 ($0,344 > 0,05$). Hal ini berarti bahwa tinggi rendahnya profitabilitas tidak memengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan.

Secara teoritis, temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bukan satu-satunya faktor yang mempengaruhi pelaksanaan CSR. Perusahaan tetap melaksanakan kegiatan CSR sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan lingkungan kepada masyarakat serta pemangku kepentingan lainnya. Di Indonesia, pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan juga telah diatur dalam berbagai regulasi yang mewajibkan perusahaan untuk memperhatikan aspek sosial dan lingkungan dalam kegiatan operasionalnya. Salah satu regulasi yang mengatur hal tersebut adalah Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mewajibkan perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu, perusahaan publik juga didorong untuk menyampaikan laporan keberlanjutan melalui Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 51/POJK.03/2017. Dengan adanya regulasi tersebut, perusahaan tetap berkewajiban melaksanakan kegiatan CSR terlepas dari tingkat profitabilitas yang dimilikinya.

Penelitian ini juga didukung oleh Ernesto & Hisar (2021) dan Sari (2020), bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya profitabilitas tidak memberikan pengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan. Hal ini dikarenakan adanya Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mewajibkan perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, sehingga *Corporate Social Responsibility*

merupakan program tahunan yang harus dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan tersebut dengan profitabilitas tinggi atau rendah tetap wajib melaporkan *Corporate Social Responsibility*.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian atas hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa : (1) Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini berarti bahwa ketika ukuran perusahaan tinggi maka *Corporate Social Responsibility* akan meningkat. (2). Profitabilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya profitabilitas tidak memberi pengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

REFERENSI

- Abidin, Jaenal, & Siska Anggun Lestari. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Ukuran Komite Audit terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di BEI Periode 2014 - 2018). Owner : Riset dan Jurnal Akuntansi, 4(1), 48-57.
- Apsarai, & Della Putri Renata. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Solvabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2020-2022 Journal of Culture Accounting and Auditing, 3(1), 41-52.
- Astuti, Lenny Dermawan Sembiring, Supitriyani, Khairul Azwar, & Elly Susanti, (2021). Analisis Laporan Keuangan. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Christiawan, Sonia Florencia, & Andayani Andayani. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas dan Likuiditas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan *Food and Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2020. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, 12 (2).
- Endah Yola Devita. (2015). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dimoderasi Oleh *Debt to Equity Ratio* (DER) Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI 2011, 2012, Dan 2013. Jom FEKON 2(2): 1–15.
- Ernesto, Nicolas, & Hisar Pangaribuan. (2021). Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2019. Eknomis,14(2B).
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goh, Thomas Sumarsan. (2023). *Monograf: Financial Distress*. Sidoarjo: Indomedia.
- Hamzah, Ruth Samantha, and Efva Octavina Donata Gozali. (2022). *Kajian Implementasi Sorporate Social Responsibility*. Palembang: Unsri Press.

- Hermawan, Atang, & Yesi Herawati. (2018) Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Bandung: Mer-C Publishing.
- Khamisah, Nur, Dhiona Ayu Nani, and Izza Ashsifa. (2020). Pengaruh *Non Performing Loan* (NPL), BOPO dan Ukuran Perusahaan terhadap *Return On Aset* (ROA) pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *International Journal of*, 3(2), 18-23.
- Kholis, Azizul. (2020). *Corporate Social Responsibility: Konsep dan implementasi*. Medan: Economic & Business Publishing.
- Lestari, Widhian Ikka, & Rusdi Rusdi. (2025). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019-2023. *Owner : Riset dan Jurnal Akuntansi*, 4(1), 48-57.
- Maknun, Raodatul, & Elin Erlina Sasanti. (2025). *Leverage, Aktivitas, Good Corporate Governance dan Financial Distress* pada Perusahaan Pertambangan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 14(08), 1118–1127.
- Mustofa, Amirullah. (2021). *Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility: Eskalasi Teori dan Implementasinya*. Tasikmalaya: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.
- Nadya, Novitasyara, & Sri Fadilah (2025). Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan. Bandung: *Conference Series Accountancy*, 5(2).
- Nafi'a, Insania, Lailatul Nikmah Kholisna Putri, N., & Sekar Ananta, S. (2022). *Corporate Social Responsibility* Dalam Etika Bisnis Dengan Sudut Pandang Nilai-Nilai Pancasila di Tengah Revolusi Industri 4.0. *Oetoesan-Hindia: Telaah Pemikiran Kebangsaan*, 4(2), 79-87.
- Pura, Rahman, Rizal Abas, Dahniyar Daud, Annas Lalo, Andi Agus, & Hisnol Jamali (2024). Analisis Dampak Ukuran Perusahaan dan Manajemen Laba terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing*, 11(3), 25–34.
- Rahmawati, Alveena Azizah, & Endang Dwi Retnani. (2021). Pengaruh *Leverage*, Likuiditas dan *Risk Minimization* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017- 2019. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(8).
- Sa'adah, Lailatus, Muhammad Rifqy Nurarifin, and Nur Aidah Fitriana (2024). Analisis Rasio Profitabilitas Sebagai Alat Ukur Kinerja Keuangan PT Bank Central Asia. *Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset*, 2(5), 1-15.
- Safrianti, Sintia, (2020). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia yang terdaftar di BEI Periode 2013-2019. *Jurnal Ekonomi*. 21(3).
- Sari, Amilia Paramita. (2020). Peran Kepemilikan Asing, *Leverage* dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Coorporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2014-2018. *Journal of Economics and Business*, 4(1), 154.
- Simbolon, Ramadona. (2025). *Buku Ajar Manajemen Keuangan Modern*. Medan: PT Media Penerbit Indonesia.
- Sirine, Hani. (2025). Strategi Keberlanjutan UMKM: *Implementasi Triple Bottom Line*. Bandung: Widina Media Utama.

- Suhendi, Chrisna, Luluk Muhimatul Ifada, & Kiryanto Kiryanto. (2022). Pengaruh *Leverage* dan Manajemen Laba terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2019. *Jurnal Aset (Akuntansi Riset)*, 14(1), 073-084.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian*. Cetakan Ketujuh. Bandung : Alfabeta
- Titisari, Kartika Hendra. (2021). *Up Green Corporate Social Responsibility: Refleksi Edukatif Riset Corporate Social Responsibility Dalam Pengembangan Bisnis*. Surakarta: CV KEKATA GROUP
- Tua, Safrin Maruli. (2021). Pengaruh Likuiditas dan *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 227-244.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007. *tentang Penanaman*. Jakarta : Aksara Persada.
- Usman, Halim, Afriani, & Antong. (2023). Implementasi *Corporate Social Responsibility* Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan di Mata Masyarakat pada PT. Pratomo Putra Teknik Palopo. *Jurnal Riset Terapan Akuntansi*, 7(1), 16-26.
- Wardoyo, Dwi Urip, Hani Nur Aini, & Jihan Septiani Putri Kusworo. (2022). Pengaruh *Liabilitas* dan Struktur Modal terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2020). *Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi*, 2(1), 23-29.
- Wati, Lela Nurlaela. (2019). *Model Corporate Social Responsibility: Dilengkapi Hasil Penelitian Mengenai Faktor-Faktor yang Menentukan Social Responsibility* di Perusahaan Manufaktur Indonesia. Tangerang Selatan: Myria Publisher.
- Widyakto, Andhi, Ayu Nurafni Octavia, Oktavie Fresiliasari, Sugeng Rianto, Susanto, Sabilila Syabrinna Josivo, Putri Regina, Sabrina Prameswati Ika Wardhani, & Yunita Melinda Putri. (2024). *Buku Ajar Pengantar Manajemen Keuangan Perusahaan: Good Corporate Governance, Struktur Modal, dan Profitabilitas*. Riau: Inovasi Publishing Indonesia.
- Wijaya, Evelyn, Wita Andriani, & Martha . (2024). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Infrastruktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2022. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 8(2), 92.
- Wuryanti, Lestari, Wiewiek Indriani, & Nita Permata Sari. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Good Corporate Governance* terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020. *Riset dan Jurnal Akuntansi*, 3(1), 42–51.
- Yani, Ni Putu Tista Paradiva & I Dewa Gede Dharma Suputra (2020). Pengaruh Kepemilikan Asing, Kepemilikan Institusional dan *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2016-2018. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Indonesia*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 1196-1207.
- Zahroh, Husniatus., Hartono, Nur Ainiyah, & Nugroho, Tatas Ridho Nugroho. (2023). Pengaruh Kepemilikan Institusional, *Leverage* dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi (JUMIA)*, 1(4), 96-109.