

Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Sektor Tekstil Dan Garmen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Abdul Wahab¹, Ahmad Firdaus²

^{1,2}Politeknik Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Indonesia Makassar

E-mail: wahabpolinas@gmail.com

* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.2870>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 19 Juny 2025

Revised: 22 Juny 2025

Accepted: 30 Juny 2025

Kata Kunci:

Ukuran Perusahaan,
Profitabilitas, Leverage dan
Corporate Social
Responsibility

Keyword:

*Company Size, Profitability,
Leverage and Corporate
Social Responsibility.*



ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage terhadap corporate social responsibility pada perusahaan sektor 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 sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020 - 2022 sejumlah 22 perusahaan, sedangkan sampel yang diambil jumlah pengamatan selama 3 tahun (2020 - 2022), jumlah sampel yang diteliti 17 perusahaan sehingga jumlah observasi 51. 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 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan tidak diterima karena menunjukkan hasil uji hipotesis yang tidak positif dan tidak signifikan. Ini berarti bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap corporate social responsibility, profitabilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap corporate social responsibility dan leverage tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap corporate social responsibility.

This study aims to determine the influence of company size, profitability and leverage on corporate social responsibility in textile and garment sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Data collection uses secondary data using purposive sampling techniques. The population in this study is all textile and garment sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the period 2020 - 2022 a total of 22 companies, while the sample taken is the number of observations for 3 years (2020 - 2022), the number of samples studied is 17 companies so that the number of observations is 51. The data obtained were analyzed using multiple linear regression analysis, determination coefficient (R^2) test and t-test whose processing was carried out with the SPSS version 23 program. The results of the study showed that the hypothesis proposed was not accepted because it showed the results of the hypothesis test that were not positive and insignificant. This means that the size of the company does not have a positive and significant effect on corporate social responsibility, profitability does not have a positive and significant effect on corporate social responsibility and leverage does not have a positive and significant effect on corporate social responsibility.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite: Abdul Wahab, et al (2025) Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Sektor Tekstil Dan Garmen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia , 3(4). 6096-6104 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.2870>

PENDAHULUAN

Perkembangan kegiatan bisnis perusahaan tidak terlepas dari lingkungan eksternal, yaitu lingkungan dan masyarakat. Perusahaan memiliki kewajiban untuk menjaga lingkungan eksternal, agar tidak menimbulkan dampak yang negatif, seperti pencemaran dan kerusakan lingkungan. Perusahaan diharapkan dapat menyeimbangkan kegiatan operasional yang dilakukan diikuti dengan kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat serta kelestarian lingkungan.

Keseimbangan hubungan perusahaan dengan lingkungan dan masyarakat (*stakeholders*) merupakan sesuatu yang perlu dijaga, guna kelangsungan hidup jangka panjang. Perusahaan memiliki tiga kepentingan publik yang cenderung terabaikan oleh perusahaan dalam menjalankan bisnis, yaitu hanya mementingkan pemegang saham, meningkatnya dampak negatif pada lingkungan, dan masyarakat kesulitan dalam memperoleh ganti rugi. Salah satu penyebab terabaikannya kepentingan publik adalah kesadaran perusahaan yang rendah terhadap pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan keseimbangan antara masyarakat, lingkungan dan laba yang dalam artiannya kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan profesional, diukur dengan proksi yaitu *Corporate Social Responsibility Index / CSRI* (Tunggal, 2019). Dalam perusahaan CSRI sangat penting untuk diperhatikan sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap masyarakat di lingkungan perusahaan dan pemberdayaan terhadap usaha kecil, perusahaan secara konsisten menjalankan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) dalam bentuk pemberian bantuan kepada Usaha Kecil dan Koperasi (UKM) dan bantuan sosial sesuai dengan kemampuan perusahaan, dibarengi dengan penelitian dan evaluasi terhadap kelayakan usaha sehingga diharapkan bantuan yang diberikan sesuai sasaran. Faktor yang turut menentukan dalam meningkatkan *corporate social responsibility* adalah ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage*.

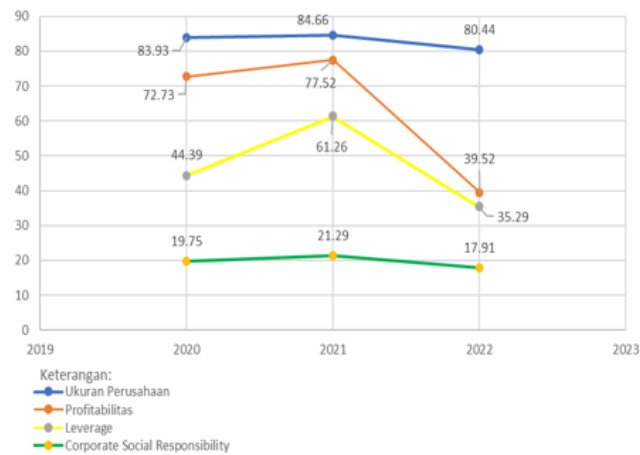
Ukuran perusahaan (*firm size*) merupakan skala atau nilai yang mampu mengklasifikasikan suatu perusahaan dalam kategori besar atau kecil menurut beberapa cara seperti total aset perusahaan, nilai pasar saham, tingkat penjualan rata-rata dan total penjualan (Hidayati, 2021). Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan proksi yaitu $size = \ln$ total pendapatan. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin kompleks pula transaksi perusahaan yang diimplementasikan. Dengan kata lain, semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin banyak masyarakat yang mengetahui dan mengenalnya, sehingga semakin mudah untuk mendapatkan informasi mengenai perusahaan, karena perusahaan yang lebih besar cenderung mendapat pengawasan dari masyarakat dibandingkan dengan perusahaan kecil sehingga akan *corporate social responsibility* lebih banyak informasi.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki perusahaan, seperti aset, modal atau penjualan perusahaan (Sudana, 2019). Ada beberapa cara untuk mengukur besarnya profitabilitas, salah satunya adalah *Return On Aset* (ROA). ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aset yang dimilikinya untuk menghasilkan laba setelah pajak. Semakin tinggi nilai ROA maka semakin besar pula laba yang diperoleh perusahaan. Ketika laba yang diperoleh meningkat maka total pajak penghasilan akan meningkat sesuai dengan kenaikan laba perusahaan sehingga ada peluang untuk meningkatkan *corporate social responsibility* (Hidayati, 2021).

Leverage merupakan rasio yang digunakan dalam mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang (Kasmir, 2019). Artinya beberapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktiva. Pengukuran *leverage* dalam penelitian ini diukur dengan proksi yaitu *Debt to Aset Ratio* (DAR). Rasio utang terhadap aset (DAR) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aset. Semakin besar hutang perusahaan maka semakin besar pula resiko yang dihadapi pemilik sehingga pemilik akan meminta tingkat keuntungan yang semakin tinggi agar perusahaan tersebut tidak terancam dilikuidasi. Ketika perusahaan mempunyai *leverage* yang tinggi maka perusahaan cenderung akan melakukan *corporate social responsibility* karena perusahaan terancam tidak bisa memenuhi kewajibannya dengan membayar hutangnya tepat waktu. Dengan kata lain semakin tinggi *leverage* suatu perusahaan maka akan semakin kecil pula *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan.

Jadi kaitan/hubungan antara ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* dengan *corporate social responsibility* memiliki pengaruh yang positif. Hal ini berarti bahwa ketika ukuran perusahaan, profitabilitas tinggi maka *corporate social responsibility* akan meningkat dan semakin tinggi *leverage* suatu perusahaan maka akan semakin kecil pula *corporate social responsibility*. Oleh karena itu dengan ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* yang tinggi dapat menggambarkan bagaimana *corporate social responsibility* yang dicapai.

Fenomena penelitian yang terkait ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020 - 2022 terlihat pada gambar berikut:



Gambar 1 Fenomena Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* dan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Sektor Tekstil dan Garmen Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020 - 2022

Sumber: www.bei.co.id, 2024

Gambar tersebut, menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020 - 2022 mengalami fluktuasi (naik turun) yaitu pada tahun 2020 ukuran perusahaan sebesar 83,93%, profitabilitas sebesar 72,73%, *leverage* sebesar 44,39%, dan *corporate social responsibility* sebesar 19,75%, selanjutnya pada tahun 2021 mengalami peningkatan ukuran perusahaan sebesar 84,66%, profitabilitas sebesar 77,52%, *leverage* sebesar 61,28%, dan *corporate social responsibility* sebesar 21,29%, namun pada tahun 2022 terjadi penurunan ukuran perusahaan sebesar 80,44%, profitabilitas sebesar 39,52%, *leverage* sebesar 35,29%, dan *corporate social responsibility* sebesar 17,91%.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Fitra (2020), mengemukakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility*, sedangkan profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Penelitian lain dilakukan oleh Rahayu (2021), mengemukakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*, profitabilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility* dan *leverage* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Penelitian Karina (2020), mengemukakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*, *leverage* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

Namun, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayati (2021), mengemukakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*, *leverage* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Namun penelitian Wayan (2020), mengemukakan bahwa profitabilitas, *leverage*, *good corporate governance* dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Penelitian ini adalah merujuk dari penelitian Hidayati (2021). Adapun persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah variabel yang sama dan juga objek penelitian menjadi alasan peneliti untuk memilih variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* pengaruhnya terhadap *corporate social responsibility* karena hal

tersebut merupakan hal menarik untuk dikaji lebih lanjut. Alasan memilih tempat penelitian dikarenakan/didasarkan atas fenomena bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020 - 2022 mengalami fluktuasi (naik turun

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020-2022 sejumlah 22 perusahaan. Dalam penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria: Perusahaan sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020 sampai 2022, dan perusahaan sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang menyajikan laporan keuangan tahun 2020 sampai 2022 secara lengkap.

Berdasarkan kriteria-kriteria tersebut, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

Tabel 1 Sampel Penelitian

No.	Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
1	Perusahaan sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020-2022	22
2	Perusahaan sektor tekstil dan garmen yang tidak menerbitkan laporan keuangan secara lengkap, berturut-turut dan berakhir pada 31 Desember selama tahun 2020-2022	(2)
3	Perusahaan sektor tekstil dan garmen yang tidak memberikan kelengkapan data sesuai variable yang diteliti	(3)
Jumlah sampel yang diteliti		17
Jumlah observasi (3 x 17)		51

Sumber: www.idx.co.id, 2024

Metode Pengumpulan Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang berbentuk laporan keuangan perusahaan yang dijadikan sampel penelitian. Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara yaitu dari situs resmi Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020-2022. Data tersebut adalah laporan tahunan masing-masing perusahaan sektor tekstil dan garmen setiap akhir tahun yang diperoleh dari website www.idx.co.id periode tahun 2020-2022.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode dokumentasi terhadap laporan keuangan perusahaan sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan memenuhi kriteria pengambilan sampel. Cara yang dilakukan yaitu dengan mengumpulkan laporan keuangan tahunan perusahaan yang diperoleh melalui www.idx.co.id.

Metode Analisis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis yang digunakan yakni analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2019).

Alat bantu menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 23. Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = *Corporate social responsibility*

X1 = Ukuran perusahaan

X2 = Profitabilitas

X3 = *Leverage*

α = Konstanta

$\beta_1 - \beta_3$ = Nilai beta dari masing-masing variabel *independen*
 e = Kesalahan atau gangguan

Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pengujian yang mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen*. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang terkecil berarti kemampuan variabel-variabel *independen* dalam menjelaskan variabel *dependen* sangat terbatas. Sedangkan nilai R^2 mendekati satu, maka berarti variabel-variabel *independen* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel *dependen*.

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk seberapa besar pengaruh satu variabel *independen* secara individual menerangkan variabel *dependen*. Uji ini dilakukan dengan taraf $\alpha = 5\%$. Kriteria pengujian hipotesis dengan uji t adalah:

- a. Prob < 0,05 maka variabel *independen* merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel dependent.
- b. Prob > 0,05 berarti variabel *independen* bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependent.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan model analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* terhadap *corporate social responsibility*. Melalui perhitungan dengan menggunakan SPSS versi 23, dapat diperoleh analisa keragaman dan variabel *variequation*. Seperti yang digambarkan pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda
Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	.123	.078	
	Ukuran perusahaan	.108	.118	.160
	Profitabilitas	.005	.005	.179
	<i>Leverage</i>	.301	.152	.397

a. *Dependent Variable: Corporate social responsibility*

Sumber: Output SPSS V23, 2025

Berdasarkan tabel 1, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut: $Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3$

Dimana:

$$Y = 0,123 + 0,108X_1 + 0,005X_2 + 0,301X_3$$

Model tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1. Nilai konstanta (α) = 0,123, 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 0,123 sebagai nilai konstan untuk (variabel terikat).
- 2. Koefisien regresi nilai $\beta_1 = 0,108$, berarti ketika ukuran perusahaan (X_1) naik 1% akan mempengaruhi peningkatan *corporate social responsibility* (Y) sebesar 0,108.
- 3. Koefisien regresi nilai $\beta_2 = 0,005$, berarti ketika profitabilitas (X_2) naik 1% akan mempengaruhi peningkatan *corporate social responsibility* (Y) sebesar 0,005.
- 4. Koefisien regresi nilai $\beta_3 = 0,301$, berarti ketika *leverage* (X_3) naik 1% akan mempengaruhi peningkatan *corporate social responsibility* (Y) sebesar 0,301.

Hasil analisis regresi linear berganda memberikan gambaran bahwa variabel independen memiliki hubungan yang positif terhadap variabel dependennya yaitu tingkat pengaruh yang ditunjukkan dengan nilai koefisien ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* yang berhubungan positif terhadap *corporate social responsibility*.

Hasil Pengujian Hipotesis

1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan besarnya pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage sebagai variabel independen terhadap corporate social responsibility sebagai variabel dependen. Nilai koefisien sebesar 1 menunjukkan bahwa variabel independen yang digunakan 100% tepat (sempurna) dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Berdasarkan hasil pengolahan data maka diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
1	.329 ^a	.108	.027	.097168

a. Predictors: (Constant), Ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage

b. Dependent Variable: Corporate social responsibility

Sumber: Output SPSS V23, 2025

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa nilai R Square (R^2) yang digunakan untuk menghitung pengaruh variabel independen (X1, X2 dan X3) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 0,108 atau 10,8%. Hal ini berarti bahwa sebesar 10,8% corporate social responsibility dipengaruhi oleh ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage. Adapun 89,2% (100% - 10,8%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti

2. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Hasil uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas (independen) secara parsial atau individual dalam mempengaruhi variabel tidak bebas (dependen). Tabel berikut menggambarkan hasil uji statistik t.

Tabel 3 Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	T	Sig.
1 (Constant)	1.576	.125
Ukuran perusahaan	.916	.366
Profitabilitas	.939	.354
Leverage	1.980	.056

a. Dependent Variable: Corporate social responsibility

Sumber: Output SPSS V23, 2025

a. Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) dengan uji pengaruh ukuran perusahaan (X1) terhadap corporate social responsibility (Y)

Berdasarkan tabel 3 variabel good corporate governance memiliki nilai thitung sebesar 0,916 sedangkan nilai ttabel sebesar 2,030, dengan nilai signifikansi 0,37, tingkat signifikan 5% atau 0,05 dan derajat bebas (df) = n-k-1 (pada penelitian ini df = 37-1-1 = 35). Hal ini menunjukkan bahwa nilai thitung lebih kecil dari nilai ttabel (0,916 < 2,030) dan nilai signifikansi tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 5% atau 0,05 (0,37 > 0,05) maka H1 ditolak. Artinya ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap corporate social responsibility.

b. Hasil pengujian hipotesis kedua (H2) dengan uji pengaruh profitabilitas (X2) terhadap corporate social responsibility (Y)

Berdasarkan tabel 3 variabel profitabilitas memiliki nilai thitung sebesar 0,939 sedangkan nilai ttabel sebesar 2,030, dengan nilai signifikansi 0,35, tingkat signifikan 5% atau 0,05 dan derajat bebas (df) = n-k-1 (pada penelitian ini df = 37-1-1 = 35). Hal ini menunjukkan bahwa nilai thitung lebih kecil dari nilai ttabel (0,939 < 2,030) dan nilai signifikansi tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 5% atau 0,05 (0,35 > 0,05) maka H2 ditolak. Artinya profitabilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap corporate social responsibility.

c. Hasil pengujian hipotesis ketiga (H3) dengan uji pengaruh leverage (X3) terhadap corporate social responsibility (Y)

Berdasarkan tabel 3 variabel leverage memiliki nilai thitung sebesar 1,980 sedangkan nilai ttabel sebesar 2,030, dengan nilai signifikansi 0,06, tingkat signifikan 5% atau 0,05 dan derajat

bebas ($df = n - k - 1$) (pada penelitian ini $df = 37 - 1 - 1 = 35$). Hal ini menunjukkan bahwa nilai thitung lebih kecil dari nilai ttabel ($1,980 < 2,030$) dan nilai signifikansi tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 5% atau 0,05 ($0,06 > 0,05$) maka H_3 ditolak. Artinya *leverage* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

Pembahasan

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*

Pengolahan SPSS uji t menunjukkan bahwa secara parsial, ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Tidak positif terlihat dari nilai thitung lebih kecil dari nilai ttabel ($0,916 < 2,030$) dan tidak signifikan yang dilihat dari nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi 5% atau 0,05 ($0,37 > 0,05$). Tidak berpengaruh positif dan signifikan menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak sejalan dengan *corporate social responsibility*, jika ukuran perusahaan tinggi maka *corporate social responsibility* mengalami penurunan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Tunggal (2019), menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan keseimbangan antara masyarakat, lingkungan dan laba yang dalam artiannya kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan profesional. Faktor yang turut menentukan meningkat atau tidaknya *corporate social responsibility* adalah ukuran perusahaan.

Penelitian ini juga didukung oleh Rahayu (2021) dan Karina (2020) bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini menunjukkan bahwa tinggi atau rendahnya ukuran perusahaan tidak memberikan pengaruh terhadap *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan. Hal ini dikarenakan adanya Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 2017, yang mengatur tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan, sehingga *corporate social responsibility* merupakan program tahunan yang harus dilakukan oleh perusahaan.

2. Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*

Pengolahan SPSS uji t menunjukkan bahwa secara parsial, profitabilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Tidak positif terlihat dari nilai thitung lebih kecil dari nilai ttabel ($0,939 < 2,030$) dan tidak signifikan yang dilihat dari nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi 5% atau 0,05 ($0,35 > 0,05$). Tidak berpengaruh positif dan signifikan menunjukkan bahwa profitabilitas tidak sejalan dengan *corporate social responsibility*, jika profitabilitas tinggi maka *corporate social responsibility* mengalami penurunan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Tunggal (2019), menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan keseimbangan antara masyarakat, lingkungan dan laba yang dalam artiannya kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan profesional. Faktor yang turut menentukan meningkat atau tidaknya *corporate social responsibility* adalah profitabilitas.

Penelitian ini juga didukung oleh Rahayu (2021) dan Karina (2020) bahwa profitabilitas (ROA) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini menunjukkan bahwa tinggi atau rendahnya profitabilitas suatu perusahaan tidak memberikan pengaruh terhadap *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan. Hal ini dikarenakan adanya Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 2017, yang mengatur tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan, sehingga *corporate social responsibility* merupakan program tahunan yang harus dilakukan oleh perusahaan.

3. Pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Pengolahan SPSS uji t menunjukkan bahwa secara parsial, *leverage* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Tidak positif terlihat dari nilai thitung lebih kecil dari nilai ttabel ($1,980 < 2,030$) dan tidak signifikan yang dilihat dari nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi 5% atau 0,05 ($0,06 > 0,05$). Tidak berpengaruh positif dan signifikan menunjukkan bahwa *leverage* tidak sejalan dengan *corporate social responsibility*, jika *leverage* tinggi maka *corporate social responsibility* mengalami penurunan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Tunggal (2019), menyatakan bahwa tanggung jawab

sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan keseimbangan antara masyarakat, lingkungan dan laba yang dalam artiannya kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan profesional. Faktor yang turut menentukan meningkat atau tidaknya *corporate social responsibility* adalah *leverage*.

Penelitian ini juga didukung oleh Fitra (2020), Rahayu (2021) dan Karina (2020) bahwa *leverage* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini menunjukkan bahwa tinggi atau rendahnya *leverage* suatu perusahaan tidak memberikan pengaruh terhadap *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan. Hal ini dikarenakan adanya Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 2017, yang mengatur tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan, sehingga *corporate social responsibility* merupakan program tahunan yang harus dilakukan oleh perusahaan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan mengacu pada perumusan serta tujuan dari penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa H1 ditolak.
2. Profitabilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa H2 ditolak.

Leverage tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa H3 ditolak.

DAFTAR PUSTAKA

- Faisal M., dkk. (2021). *Akuntansi Keuangan Menengah 2 BERBASIS PSAK*. Jakarta : Salemba Empat.
- Fitra. (2020). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage terhadap Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018*. *Jurnal Ekonomi*, 21(3).
- Ghozali, Imam. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasnawati. (2019). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Usia Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 17 (1).
- Hidayati. (2021). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Industri Pariwisata di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019*. Fe Unsil Universitas Siliwangi : *Jurnal Akuntansi*, 3 (1) 77 - 113.
- Houston, B., & Brigham, E. F. (2017). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Indriyo. (2017). *Manajemen Keuangan*. Edisi Pertama. Cetakan Kedua. Yogyakarta : BPFE Universitas Gadjah Mada.
- Karina. (2020). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018*. Fe Unsil Universitas Siliwangi : *Jurnal Riset Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi*, 2 (1).
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi 10. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Martono, Harjito. (2017). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta : Edisi 3, Cetakan Ketiga, BPFE.
- Nicodème, G. (2017). *Corporate Tax Competition and Coordination in the European Union: What do we know? Where do we stand? International Taxation Handbook*, 171-208.
- Rahayu. (2021). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage terhadap Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019*. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3 (1).

- Richardson, G., & Lanis, R. (2017). *Determinants of the Variability in Corporate Effective Tax Rates and Tax Reform: Evidence from Australia*. *Journal of Accounting and Public Policy*, 26(6), 689-704.
- Riyanto, Bambang.(2019). *Dasar-Dasa Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: Penerbit YP. Gajah Mada.
- Sartono, Agus. (2018). *Manajemen Keuangan, Teori dan Aplikasi*. Edisi Keempat, Cetakan Pertama. Yogyakarta : Penerbit BPFE.
- Sawir, Agnes. (2017). *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*. Kedua. Jakarta : Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sudana, I. M. (2019). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik*. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. (2019). *Statistik Untuk Penelitian*. Cetakan Ketujuh. Bandung : Alfabeta.
- Tunggal. (2019). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta : Harvarind.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 2017. *tentang Penanaman*. Jakarta : Aksara Persada.
- Untung. (2017). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta : Sinar Grafika.
- Wahyudi. (2018). *Corporate Social Responsibility*. Malang : Setara Press dan Inspire Indonesia. Wayan. (2020). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Good Corporate Governance dan Ukuran Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Proferti dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal Riset Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi*, 2 (1).
- Wibisono. (2019). *Membedah Konsep Alikasi Corporate Social Responsibility*. Gresik : Fascho Publishing.
- www.bei.co.id. (2024).