

The Effect Of Profitability, Company Size, Leverage, And Liquidity On Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure

Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Anisa Putriana Lestari¹, Indah Permata Dewi^{2*}

Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia^{1,2}

b200220278@student.ums.ac.id¹, ipd661@ums.ac.id^{2*}

* Corresponding Author

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of profitability, company size, leverage, and liquidity on Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure in mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during 2021–2024. Secondary data were collected from annual and sustainability reports and analyzed quantitatively using multiple linear regression. The research variables include profitability (ROA), company size (Ln Total Assets), leverage (DER), liquidity (CR), and CSR disclosure based on the GRI guidelines (CSRDI). The results indicate that only company size has a significant effect on CSR disclosure, while profitability, leverage, and liquidity do not. These findings suggest that larger companies tend to provide more comprehensive CSR disclosures, whereas profit, debt level, and short-term liquidity are not primary determinants. The study is limited by the sample and period, so results cannot be generalized. Future research is recommended to include additional variables such as corporate governance and external stakeholder pressure, and companies are encouraged to improve CSR disclosure quality to enhance transparency and positive corporate image.

Keywords: CSR, Leverage, Liquidity, Profitability, Company Size.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan likuiditas terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2024. Data sekunder dikumpulkan dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan, dianalisis secara kuantitatif asosiatif menggunakan regresi linier berganda. Variabel penelitian meliputi profitabilitas (ROA), ukuran perusahaan (Ln Total Aset), leverage (DER), likuiditas (CR), dan pengungkapan CSR berdasarkan pedoman GRI (CSRDI). Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya ukuran perusahaan yang berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan profitabilitas, leverage, dan likuiditas tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini menegaskan bahwa semakin besar perusahaan, semakin luas pengungkapan CSR yang dilakukan, sedangkan faktor laba, utang, dan kemampuan memenuhi kewajiban jangka pendek bukan penentu utama. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada sampel dan periode yang terbatas sehingga hasil belum dapat digeneralisasikan. Penelitian selanjutnya dianjurkan menambahkan variabel lain seperti tata kelola perusahaan dan tekanan stakeholder eksternal, serta perusahaan diharapkan meningkatkan kualitas pengungkapan CSR untuk memperkuat transparansi dan citra positif.

Kata kunci: CSR, Likuiditas, Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan.

1. Pendahuluan

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan operasionalnya. Dalam beberapa dekade terakhir, kesadaran akan pentingnya CSR telah meningkat secara signifikan di seluruh dunia. CSR telah menjadi elemen penting dalam tata kelola perusahaan modern karena tidak hanya berkaitan dengan citra perusahaan, tetapi juga dengan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Di Indonesia, perhatian terhadap CSR semakin meningkat seiring dengan tuntutan pemangku kepentingan dan peraturan pemerintah, seperti Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang

Perseroan Terbatas yang mewajibkan perusahaan untuk melaksanakan CSR, terutama bagi perusahaan yang bergerak di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam (Mustofa et al, 2024). *Corporate Social Responsibility* (CSR) diimplementasikan dalam bentuk program yang dapat memberikan manfaat bagi Perusahaan dan semua pihak yang terlibat, seperti penyaluran dana untuk pemberdayaan ekonomi, program pelatihan, seminar terkait keuangan, pengolahan limbah, dan sebagainya (Dewi & Rahaditama, 2023). Tujuan dari pengungkapan ini adalah untuk meningkatkan transparansi, membangun citra positif, dan memperkuat hubungan dengan masyarakat serta investor. Selain bersinggungan dengan masalah lingkungan, CSR juga bersinggungan dengan masalah etika dan moral (Trisnawati, 2021). *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam implementasinya memerlukan landasan yang kuat sehingga dapat membawa dampak positif bagi masyarakat (Ardiyantiningsih, 2021). Oleh karena itu, pengungkapan CSR dalam laporan tahunan menjadi sarana penting untuk menunjukkan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosialnya (Firdausi & Prihandana, 2022). Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan *stakeholders* dan meningkatkan reputasi perusahaan. Selain itu, pengungkapan CSR juga dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi dan mengelola risiko yang terkait dengan aktivitas sosial dan lingkungan.

Sejumlah faktor yang diduga memengaruhi tingkat pengungkapan CSR di Indonesia antara lain profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, dan likuiditas. Profitabilitas merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari kegiatan operasionalnya. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi umumnya memiliki sumber daya yang lebih besar untuk melakukan aktivitas sosial dan melaporkannya secara transparan kepada publik. Selain itu, perusahaan yang menguntungkan cenderung memiliki insentif untuk meningkatkan reputasinya melalui pengungkapan CSR, karena kegiatan tersebut dapat memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan dan meningkatkan nilai perusahaan. Tingginya tingkat profitabilitas akan diiringi dengan tingginya tingkat pengungkapan informasi oleh manajer perusahaan. Hal ini karena manajer ingin menunjukkan bagaimana kinerjanya dalam perusahaan untuk bisa meningkatkan keuntungan bagi perusahaan, sekaligus untuk menarik minat para calon investor (Mustofa et al, 2024).

Ukuran perusahaan juga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi pengungkapan CSR. Perusahaan yang lebih besar cenderung mendapatkan lebih banyak perhatian publik dan regulasi yang lebih ketat, sehingga lebih terdorong untuk mengungkapkan kegiatan CSR. Perusahaan besar juga memiliki kompleksitas operasional yang lebih tinggi dan dampak yang lebih luas terhadap masyarakat dan lingkungan. Banyaknya aktivitas yang dilakukan, dampak yang diberikan kepada lingkungan sosial dan lingkungan sekitar juga akan lebih besar. Dalam menginformasikan kegiatan sosial dan lingkungan, perusahaan mengungkapkannya pada laporan tahunan sebagai pengungkapan CSR (Andira, 2021). *Leverage*, atau tingkat utang perusahaan, dapat mencerminkan risiko keuangan yang dihadapi perusahaan. Dalam beberapa kasus, perusahaan dengan leverage tinggi mungkin akan mengurangi pengeluaran untuk CSR karena keterbatasan dana atau tekanan dari kreditor. Rasio *leverage* yang tinggi mengindikasikan sejauh mana perusahaan mengandalkan hutang dalam operasional sehari-hari (Cahyani & Hariyono, 2023). *Leverage* yang tinggi juga dapat membatasi fleksibilitas perusahaan dalam mengambil keputusan strategis, termasuk dalam hal alokasi dana untuk kegiatan sosial. Akibatnya, komitmen terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) bisa menjadi prioritas yang dikorbankan demi menjaga stabilitas keuangan jangka pendek. Likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya, dan dapat memberikan gambaran tentang fleksibilitas keuangan dalam melaksanakan program CSR. Semakin tinggi tingkat likuiditas, semakin baik kinerja perusahaan dalam mengelola aset lancarnya, sehingga membuka peluang lebih besar untuk mendapatkan dukungan dari pihak eksternal. Likuiditas yang kuat juga mencerminkan kondisi keuangan yang sehat, yang memungkinkan perusahaan untuk menjalankan aktivitas sosial tanpa mengganggu operasional utama. Dengan kata lain, perusahaan yang likuid cenderung lebih

mampu menyeimbangkan antara tanggung jawab ekonomi dan sosialnya. Maka likuiditas dapat berpengaruh terhadap CSR karena dapat menaikkan nama baik perusahaan (Irvan, 2024).

Berbagai penelitian sebelumnya telah mencoba mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pengungkapan CSR, namun hasil yang ditemukan cenderung tidak konsisten. Penelitian (Andriana & Wahyu Purna Anggara, 2019) dan (Hardianti & Anwar, 2020) mengatakan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sementara (Maharani & Pertiwi, 2022) dan (Sulaeman, 2022) menemukan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan. Hal yang sama juga terjadi pada variabel *leverage* dan likuiditas, di mana hasil dari (Irvan, 2024) mengatakan bahwa *leverage* dan likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sementara penelitian (Firdausi & Prihandana, 2022) menemukan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan. Ketidakkonsistenan ini menunjukkan adanya celah penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut. Selain itu, sedikit penelitian yang secara khusus menyoroti perusahaan pertambangan di Indonesia pada periode krusial seperti 2021–2024, ketika perusahaan menghadapi tekanan akibat pandemi. Dengan demikian, penelitian ini penting untuk memperkaya literatur empiris dan memberikan perspektif baru terkait pengaruh karakteristik internal perusahaan terhadap pengungkapan CSR dalam situasi yang dinamis dan penuh ketidakpastian. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi akademisi, praktisi, dan regulator dalam mengembangkan strategi dan kebijakan CSR yang lebih efektif.

Meskipun Corporate Social Responsibility (CSR) semakin mendapat perhatian di Indonesia, terutama terkait tuntutan pemangku kepentingan dan regulasi seperti UU No. 40 Tahun 2007, masih terdapat keterbatasan penelitian yang secara empiris menganalisis faktor-faktor internal perusahaan yang memengaruhi pengungkapan CSR, khususnya pada sektor pertambangan. Beberapa indikator keuangan seperti profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan likuiditas diduga berperan penting dalam menentukan tingkat transparansi CSR, namun bukti empirisnya di Indonesia masih terbatas dan belum konsisten. Kondisi ini menunjukkan adanya gap penelitian yang perlu diisi untuk memahami mekanisme pengungkapan CSR di perusahaan pertambangan dan memberikan dasar bagi strategi manajemen yang lebih efektif dalam meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Tinjauan Pustaka

Teori Stakeholder

Teori stakeholder menurut Indriyani & Yuliandhari, (2020) adalah teori yang menyebutkan bahwa perusahaan bukan sebuah entitas yang hanya melaksanakan kegiatan operasional untuk kepentingannya sendiri, namun harus bermanfaat untuk para stakeholder-nya dan memiliki kewajiban untuk mempertimbangkan dan memperhatikan kebutuhan para stakeholder. Teori stakeholder memiliki tujuan utama untuk membantu manajemen perusahaan meningkatkan penciptaan nilai-nilai sebagai dampak dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan perusahaan agar kerugian yang berpotensi muncul bagi stakeholder dapat diminimalkan (Christiawan & Andayani, 2023). Oleh karena itu, Pengungkapan CSR dapat menjadi sebuah strategi untuk menjalin hubungan harmonis perusahaan dengan stakeholders sehingga dapat menyeimbangkan persepsi dan ekspetasi pemangku kepentingan terhadap perusahaan (Firdausi & Prihandana, 2022).

Teori Keagenan (Agency Theory)

Teori Keagenan adalah teori yang menjelaskan hubungan kemitraan antara pihak prinsipal, yaitu pemilik saham atau investor dengan pihak agen, yaitu manajemen yang diberi kepercayaan untuk mengelola perusahaan (Ramadanty & Retnani, 2020). Hubungan ini didasarkan pada adanya perjanjian kerja sama dimana agen bertindak atas nama prinsipal untuk mencapai tujuan tertentu. Namun, karena adanya perbedaan kepentingan antara kedua belah pihak, seringkali muncul konflik yang dikenal sebagai konflik keagenan. Oleh karena itu, teori agensi dikembangkan sebagai solusi untuk menyelesaikan konflik yang muncul dalam hubungan antara agen dan

prinsipal. Dalam rangka memenuhi kepentingan para pemangku kepentingan, manajemen melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai bentuk respon terhadap tuntutan masyarakat (Dari, 2022).

Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah strategi yang dijalankan perusahaan sebagai wujud tanggung jawabnya terhadap lingkungan dan masyarakat, sekaligus upaya mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan. CSR mencerminkan komitmen perusahaan untuk memperhatikan kepentingan seluruh pemangku kepentingan, bukan sekadar keuntungan semata (Sari & Setiawati, 2024). Sesuai Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 ayat 1, setiap perusahaan yang bergerak di bidang atau terkait sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Kegiatan CSR tidak hanya meningkatkan taraf hidup masyarakat, tetapi juga berperan dalam pelestarian sumber daya alam dan peningkatan kualitas lingkungan di sekitar perusahaan (Maharani & Pertiwi, 2022).

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan CSR

Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktivitas operasional dalam periode tertentu dan menjadi indikator efisiensi serta kinerja perusahaan. Kinerja yang baik, terlihat dari peningkatan laba, tidak hanya meningkatkan kepercayaan investor terhadap potensi return investasi, tetapi juga menunjukkan efektivitas pengelolaan manajemen perusahaan menurut perspektif teori stakeholder. Semakin tinggi profitabilitas, semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk melaksanakan kegiatan CSR, sehingga manfaatnya dirasakan masyarakat. Temuan penelitian sebelumnya (Mustofa et al., 2024; Andriana & Wahyu Purna Anggara, 2019; Sularsih & As'adi, 2022) mendukung hal ini dengan menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1: Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan CSR

Ukuran perusahaan, yang biasanya diukur dari total aset atau logaritma total aset, memengaruhi kualitas pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Perusahaan berskala besar cenderung melaksanakan kegiatan CSR lebih banyak dan mengungkapkan informasi CSR secara lebih luas dibanding perusahaan kecil, karena hal ini dapat meningkatkan kepercayaan serta perhatian para pemangku kepentingan. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pitriani et al. (2024), Totanan (2022), dan Hardianti & Anwar (2020), yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut.

H2: Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

Pengaruh Leverage terhadap pengungkapan CSR

Leverage mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansial jangka pendek maupun jangka panjang, di mana rasio leverage yang tinggi menunjukkan ketergantungan yang lebih besar pada pihak eksternal. Berdasarkan perspektif teori stakeholder, perusahaan dengan rasio leverage rendah cenderung lebih aktif mengungkapkan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai bentuk tanggung jawab, termasuk kewajiban membayar hutang tepat waktu, untuk memperoleh kepercayaan stakeholder dan menghindari sorotan dari debtholders. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Pitriani et al. (2024) dan Maharani & Pertiwi (2022), yang menunjukkan bahwa leverage berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut

H3: Leverage berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

Pengaruh Likuiditas terhadap pengungkapan CSR

Likuiditas mencerminkan kemampuan suatu entitas untuk memenuhi kewajibannya. Semakin tinggi likuiditas perusahaan, semakin penting pengungkapan informasi yang lebih rinci untuk menyampaikan pencapaian positif kepada pembaca laporan, sekaligus memperkuat citra perusahaan dan menarik minat investor. Salah satu bentuk informasi yang dapat meningkatkan citra perusahaan adalah pengungkapan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Temuan penelitian sebelumnya mendukung hal ini, di antaranya Teng (2022) dan Irvan (2024), yang menunjukkan bahwa likuiditas memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

H4: Likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan likuiditas terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2024. Data sekunder dikumpulkan dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan melalui situs resmi BEI maupun perusahaan, kemudian dianalisis secara kuantitatif asosiatif. Populasi mencakup seluruh perusahaan pertambangan di BEI selama periode tersebut, dengan sampel diambil menggunakan purposive sampling berdasarkan kriteria perusahaan terdaftar di BEI, memiliki laporan tahunan dan keberlanjutan lengkap. Variabel penelitian meliputi profitabilitas yang diukur melalui Return on Assets (ROA), ukuran perusahaan melalui $\ln(\text{Total Aset})$, leverage melalui Debt to Equity Ratio (DER), likuiditas melalui Current Ratio (CR), serta pengungkapan CSR berdasarkan pedoman GRI Standard dengan 91 item informasi ekonomi, lingkungan, dan sosial, dihitung menggunakan rasio pengungkapan (CSRDI). Analisis data dimulai dengan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik variabel, dilanjutkan uji asumsi klasik meliputi normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Normalitas diperiksa untuk memastikan distribusi residual sesuai prinsip CLT, multikolinearitas melalui toleransi dan VIF, heteroskedastisitas menggunakan uji Park, dan autokorelasi melalui Durbin-Watson. Analisis utama dilakukan dengan regresi linier berganda untuk menilai pengaruh ROA, SIZE, DER, dan CR terhadap CSRDI, dengan persamaan $\text{CSRDI} = \alpha_0 + \beta_1\text{ROA} + \beta_2\text{SIZE} + \beta_3\text{DER} + \beta_4\text{CR} + e$. Hipotesis diuji menggunakan koefisien determinasi (R^2) untuk menilai proporsi variasi CSRDI yang dijelaskan variabel independen, uji F untuk pengaruh simultan, serta uji t untuk pengaruh parsial masing-masing variabel terhadap pengungkapan CSR.

4. Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan populasi perusahaan sektor pertambangan yang tercatat di BEI pada periode 2021-2024. Metode penentuan sampel dilakukan dengan *purposive sampling* berdasarkan kriteria yang telah dijelaskan pada Bab III. Rincian proses perolehan sampel disajikan pada tabel 1.

Tabel 1. Kronologi Pengambilan Sampel

Kriteria Sampel	Jumlah
Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2021-2024	95
Dikurangi	
Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keberlanjutan dan annual report selama periode 2021-2024	33
Perusahaan yang tidak memiliki data secara lengkap yang berhubungan dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini	29

Sampel Penelitian yang sesuai dengan Kriteria	33
Data pengamatan (x 4 tahun)	132
Jumlah sampel bersih penelitian	132

Sumber: Data sekunder diolah penulis, 2025

Dari total 33 perusahaan sektor pertambangan pada periode 2021–2024, penelitian ini menerapkan purposive sampling sehingga seluruh 33 perusahaan tersebut dijadikan sampel. Data yang dikumpulkan mencakup empat tahun, sehingga total observasi mencapai 132, yang selanjutnya dianalisis menggunakan software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).

Hasil Analisis Data

Statistik Deskriptif

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	132	1,00	991452991,0	546734132,5	312249657,4
ROA	132	-109898777	402996484,0	88035592,77	97519596,19
SIZE	132	27780591,00	3275779986	2820937409	710416857,6
DER	132	780129,00	5533852475	807135379,7	878685013,7
CR	132	18683815,00	9988324898	2230288182	1849125694
Valid N (listwise)	132				

Sumber: Data sekunder diolah penulis, 2025

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif terhadap 132 sampel dan lima variabel, terlihat adanya variasi yang cukup signifikan pada masing-masing variabel. Variabel Corporate Social Responsibility (CSR) mencatat nilai minimum 1.00 pada PT Indika Energy Tbk, PT Golden Energy Mines Tbk, PT Indo Tambangraya Megah Tbk, dan PT Vale Indonesia Tbk, serta nilai maksimum 991.452.991 pada PT Timah Tbk, dengan rata-rata 546.734.132,5 dan standar deviasi 312.249.657,4. Variabel profitabilitas memiliki nilai terendah -109.898.777 pada PT Wilton Makmur Indonesia Tbk dan tertinggi 402.996.484 pada PT Golden Energy Mines Tbk, dengan rata-rata 88.035.592,77 dan standar deviasi 97.519.596,19. Untuk variabel ukuran perusahaan, nilai minimum tercatat 27.780.591 pada PT Dana Brata Luhur Tbk dan maksimum 3.275.779.986 pada PT Adaro Energy Indonesia Tbk, dengan rata-rata 2.820.937.409 dan standar deviasi 710.416.857,6. Variabel leverage menunjukkan nilai terendah 780.129 pada PT Dian Swastatika Sentosa Tbk dan tertinggi 5.533.852.475 pada PT Bumi Resources Tbk, dengan rata-rata 807.135.379,7 dan standar deviasi 878.685.013,7. Sedangkan variabel likuiditas memiliki nilai minimum 18.683.815 pada PT Harum Energy Tbk dan maksimum 9.988.324.898 pada PT Cita Mineral Investindo Tbk, dengan rata-rata 2.230.288.182 dan standar deviasi 1.849.125.694.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan Central Limit Theorem (CLT), yang menyatakan bahwa data dianggap berdistribusi normal apabila jumlah sampel lebih dari 30 (Gujarati, 2003). Dengan jumlah sampel sebanyak 132, yang lebih besar dari 30, dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas.

Seluruh uji asumsi klasik lainnya juga menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan. Uji multikolinearitas menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai tolerance di atas 0,10 dan VIF di bawah 10, sehingga tidak terdapat masalah multikolinearitas.

Selain itu, uji heteroskedastisitas menggunakan uji Park menunjukkan seluruh variabel independen memiliki signifikansi lebih besar dari 0,05, menandakan tidak ada masalah heteroskedastisitas. Sementara itu, uji autokorelasi dengan Durbin-Watson memperoleh nilai

2,062, yang berada dalam rentang $dU < DW < 4 - dU$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi pada model regresi penelitian ini.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Keterangan
	B	Std. Error			
Constant	291930764.2	133014001.2		2.195	.030
ROA	.386	.273	.121	1.412	.160 H1 ditolak
SIZE	.097	.038	.220	2.528	.013 H2 diterima
DER	.005	.032	.014	.153	.878 H3 ditolak
CR	-.025	.016	-.147	-1.592	.114 H4 ditolak
R ²	,096				
AdjR ²	,067				
F	3.362				
F _{sig}					.012 _b

Sumber: Data sekunder diolah penulis, 2025

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda yang telah dilakukan, diperoleh persamaan regresi yang menggambarkan hubungan antarvariabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$\text{CSRDI} = 291930764.2 + 0,386 \text{ ROA} + 0,097 \text{ SIZE} + 0,005 \text{ DER} - 0,025 \text{ CR} + e.$$

Nilai konstanta sebesar 291.930.764,2 menunjukkan bahwa jika seluruh variabel independen bernilai nol, maka Corporate Social Responsibility (CSR) diperkirakan sebesar angka tersebut. Koefisien profitabilitas sebesar 0,386 menunjukkan bahwa peningkatan profitabilitas akan diikuti peningkatan CSR, demikian pula sebaliknya. Demikian juga, peningkatan ukuran perusahaan dan leverage masing-masing yang memiliki koefisien positif 0,097 dan 0,005 akan mendorong peningkatan CSR. Sebaliknya, koefisien likuiditas yang negatif sebesar -0,025 mengindikasikan bahwa semakin tinggi likuiditas, CSR justru cenderung menurun.

Berdasarkan hasil analisis regresi, nilai Adjusted R Square sebesar 0,067 menunjukkan bahwa variabel independen secara simultan memberikan kontribusi sebesar 6,7% terhadap variabel dependen. Uji F menghasilkan F hitung sebesar 3,362 dengan signifikansi 0,012, lebih kecil dari 0,05, sehingga model regresi dinyatakan layak atau fit digunakan dalam penelitian ini. Sedangkan uji t menunjukkan bahwa secara parsial, profitabilitas (ROA) dengan signifikansi 0,160, leverage (DER) sebesar 0,878, dan likuiditas (CR) sebesar 0,114 tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), sehingga H1, H3, dan H4 ditolak. Sebaliknya, ukuran perusahaan (SIZE) memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR dengan nilai signifikansi 0,013, sehingga H2 diterima. Dengan demikian, hanya ukuran perusahaan yang terbukti memengaruhi pengungkapan CSR, sementara variabel lainnya tidak memberikan pengaruh signifikan.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan hasil analisis variabel Profitabilitas memiliki nilai signifikan sebesar 0,160, yang melebihi batas signifikan 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tinggi rendahnya tingkat profitabilitas perusahaan tidak memengaruhi sejauh mana perusahaan mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Maharani & Pertiwi, 2022) yang menemukan bahwa tingkat profitabilitas tidak perpengaruh signifikan terhadap luas

pengungkapan CSR. Kondisi ini menunjukkan bahwa laba yang diperoleh perusahaan belum menjadi dasar utama bagi manajemen untuk meningkatkan keterbukaan informasi mengenai aktivitas sosial dan lingkungan. Profitabilitas yang tinggi pada dasarnya menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, yang seharusnya dapat memberikan peluang lebih besar bagi perusahaan untuk melaksanakan kegiatan sosial sebagai bentuk tanggung jawab terhadap para pemangku kepentingan. Namun, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa perusahaan lebih berfokus pada pemenuhan kebutuhan internal seperti peningkatan efisiensi, ekspansi usaha, maupun pembagian dividen kepada pemegang saham, dari pada mengalokasikan laba untuk kegiatan sosial perusahaan.

Temuan ini juga dijelaskan melalui teori *stakeholder* dan teori keagenan. Menurut teori *stakeholder*, perusahaan memiliki tanggung jawab tidak hanya kepada pemegang saham, tetapi juga kepada pihak-pihak lain yang berkepentingan seperti karyawan, masyarakat, pemerintah, dan lingkungan. Ketika profitabilitas tidak memengaruhi pengungkapan CSR, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan belum sepenuhnya memerhatikan harapan *stakeholder* non-keuangan terhadap transparansi kegiatan sosialnya. Sementara itu, teori keagenan menjelaskan bahwa adanya perbedaan kepentingan antara agen (manajemen) dan *principal* (pemegang saham) dapat memengaruhi keputusan perusahaan. Manajemen yang bertugas mengelola laba perusahaan cenderung memprioritaskan kepentingan yang dapat meningkatkan citra keuangan jangka pendek, seperti pembagian dividen dan peningkatan kinerja internal, dibandingkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial yang manfaatnya tidak langsung terlihat. Oleh karena itu, profitabilitas yang tinggi tidak selalu mendorong peningkatan pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Sulaeman, 2022) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Penelitian lain oleh (Putra & Setiawan, 2022) juga memperkuat hasil tersebut, bahwa profitabilitas bukan faktor dominan dalam menentukan luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan hasil analisis, variabel ukuran perusahaan memiliki nilai signifikan sebesar 0,013 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan demikian, H2 diterima, yang berarti semakin besar ukuran perusahaan, semakin luas pula pengungkapan CSR yang dilakukan dalam laporan tahunan. Perusahaan dengan ukuran besar memiliki sumber daya yang lebih memadai untuk melaksanakan berbagai kegiatan sosial dan lingkungan. Selain itu, Perusahaan besar juga mendapatkan setoran publik yang lebih besar, sehingga mendorong manajemen untuk meningkatkan transparansi melalui pengungkapan CSR sebagai upaya menjaga citra dan kepercayaan Masyarakat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *stakeholder* dan teori keagenan. Menurut teori *stakeholder*, perusahaan besar memiliki tanggung jawab lebih besar terhadap para pemangku kepentingan karena aktivitasnya berdampak luas pada masyarakat dan lingkungan. Sementara itu, teori keagenan menjelaskan bahwa semakin besar perusahaan, semakin kompleks hubungan antara manajemen dan pemegang saham, sehingga pengungkapan CSR digunakan untuk mengurangi asimetri informasi. Temuan ini juga didukung oleh peneliti (Andriana & Wahyu Purna Anggara, 2019) serta (Hardianti & Anwar, 2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Leverage terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan hasil analisis, variabel leverage memiliki nilai signifikan sebesar 0,878, yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan demikian, H3 ditolak, yang berarti

besar kecilnya tingkat utang perusahaan tidak memengaruhi sejauh mana perusahaan mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosialnya.

Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat leverage tinggi cenderung lebih berfokus pada pemenuhan kewajiban kepada kreditur serta menjaga stabilitas keuangan perusahaan. Manajemen lebih berhati-hati dalam mengalokasikan dana karena sebagian besar sumber pendanaan berasal dari utang, sehingga aktivitas CSR bukan menjadi prioritas utama dalam kondisi tersebut. Selain itu, tingginya beban utang dapat menimbulkan tekanan untuk mempertahankan likuiditas dan profitabilitas, sehingga alokasi dana untuk program sosial atau lingkungan seringkali dipertimbangkan secara sangat selektif. Perusahaan dengan leverage tinggi juga cenderung melakukan evaluasi risiko lebih ketat terhadap setiap pengeluaran, termasuk untuk CSR, agar tidak mengganggu kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang kepada pihak kreditur. Kondisi ini menyebabkan kegiatan CSR dilakukan hanya jika dianggap tidak mengganggu posisi keuangan dan bukan sebagai fokus strategis utama perusahaan.

Temuan ini sejalan dengan teori stakeholder dan teori keagenan. Berdasarkan teori stakeholder, perusahaan yang memiliki tingkat leverage tinggi akan lebih memprioritaskan kepentingan kreditur dibandingkan kepentingan masyarakat luas. Sedangkan menurut teori keagenan, tingginya leverage dapat membatasi kebebasan manajemen dalam menggunakan dana perusahaan, termasuk untuk aktivitas CSR, karena adanya pengawasan dari pihak kreditur. Hasil ini didukung oleh penelitian Sularsih & As'adi (2022) serta Dari (2022) yang juga menunjukkan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Likuiditas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan hasil analisis, variabel likuiditas memiliki nilai signifikan sebesar 0,114, yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan demikian H4 ditolak, dan dapat disimpulkan bahwa tingkat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya tidak memengaruhi luas pengungkapan CSR.

Hasil ini menunjukkan bahwa besar kecilnya likuiditas perusahaan tidak menjadi pertimbangan utama dalam menentukan seberapa luas perusahaan mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial. Perusahaan dengan tingkat likuiditas tinggi lebih berfokus pada penggunaan aset lancar untuk menjaga kestabilan operasional dan efisiensi keuangan, sementara kegiatan CSR dianggap bukan prioritas utama. Di sisi lain, perusahaan dengan likuiditas rendah pun belum tentu mengurangi pengungkapan CSR karena kegiatan tersebut dapat meningkatkan citra positif perusahaan dimata publik.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui teori *stakeholder* dan teori keagenan. Berdasarkan teori *stakeholder*, perusahaan seharusnya tetap memperhatikan kepentingan berbagai pihak yang berkepentingan, termasuk masyarakat dan lingkungan, meskipun kondisi keuangan jangka pendeknya berfluktuasi. Namun menurut teori keagenan, manajemen mungkin lebih fokus pada pengelolaan aset lancar dan kewajiban jangka pendeknya dari pada mengalokasikan dana untuk kegiatan sosial yang manfaatnya tidak langsung terlihat. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Andira et al., 2021) serta (Christiawan & Andayani, 2023) yang juga menemukan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

5. Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Likuiditas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2024, ditemukan bahwa hanya ukuran perusahaan yang berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan

profitabilitas, leverage, dan likuiditas tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin besar perusahaan, semakin luas pengungkapan CSR yang dilakukan, sesuai dengan tuntutan transparansi dari stakeholder, sementara laba, tingkat utang, maupun kemampuan memenuhi kewajiban jangka pendek bukanlah faktor utama dalam menentukan cakupan CSR. Penelitian ini memiliki keterbatasan, antara lain nilai Adjusted R Square sebesar 0,067 yang menunjukkan bahwa variabel independen hanya menjelaskan 6,7% variasi pengungkapan CSR, sampel terbatas pada perusahaan BEI, dan periode penelitian yang relatif singkat sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan ke seluruh sektor industri atau periode berbeda. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti tata kelola perusahaan, kepemilikan manajerial, atau tekanan stakeholder eksternal, sementara perusahaan diharapkan memperluas dan meningkatkan kualitas pengungkapan CSR sesuai pedoman Global Reporting Initiative (GRI) untuk meningkatkan transparansi dan citra positif, serta investor disarankan mempertimbangkan tingkat pengungkapan CSR sebagai salah satu faktor dalam pengambilan keputusan investasi karena dapat mencerminkan komitmen terhadap keberlanjutan, tanggung jawab sosial, dan tata kelola yang baik, yang berpotensi memberikan nilai jangka panjang lebih stabil.

Daftar Pustaka

- Andira, T. P. Et Al. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Dan Kepemilikan Asing Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Prosiding Business Management, Economics, And Accounting National Seminar*, 2, 643–656.
- Andriana, I. K. G. S., & Wahyu Purna Anggara, I. W. G. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Kepemilikan Saham Publik Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi*, 29(1), 111. <Https://Doi.Org/10.24843/Eja.2019.V29.I01.P08>
- Ardiyantiningsih, V. (2021). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan Dan Kemampuan Inovasi Sebagai Variabel Mediasi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Cahyani, M. D., & Hariyono, A. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr). *Jurnal Riset Akuntansi Aksioma*, 22(2), 229–242. <Https://Doi.Org/10.29303/Aksioma.V22i2.240>
- Christiawan, S. F., & Andayani. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas Dan Likuiditas Tergadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 12(2), 1–16.
- Dari, W. Et Al. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jambi Accounting Review (Jar)*, 3(1), 79–94.
- Dewi, I. P., & Rahaditama, M. W. (2023). Examining The Effects Of Corporate Social Responsibility (Csr), Debt To Equity Ratio (Der) On Good Corporate Governance (Gcg) And Company Size (Size) As A Moderating Variable In Indonesian Banking Companies From 2019 To 2021. *International Journal Of Latest Research In Humanities And Social Science (Ijrhss)*, 6(12), 134–144.
- Firdausi, S., & Prihandana, W. A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks Sri Kehati Tahun 2014-2018). *Jurnal Akuntansi Akunesa*, 10(2), 12–23. <Https://Doi.Org/10.26740/Akunesa.V10n2.P12-23>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Imb Spss 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N. (2003). *Basic Econometrics*. McGraw-Hill/Irwin.
- Hardianti, D., & Anwar, A. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas

- Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 5(1), 107–114. <Https://Doi.Org/10.29407/Jae.V5i1.14031>
- Indriyani, A. D., & Yuliandhari, W. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 1559–1568. <Https://Doi.Org/10.33197/Jabe.Vol6.Iss1.2020.466>
- Irvan, A. M. Et Al. (2024). Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Corporate Social Responsibility (Csr) Pada Perusahaan Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jemsi (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(3), 1571–1576. <Https://Doi.Org/10.35870/Jemsi.V10i3.2399>
- Kartana, I. W. Et Al. (2025). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (Csr) Dengan Gender Diversity Sebagai Variabel Moderasi. *Krisna: Kumpulan Riset Akuntansi*, 16(2), 411–420. <Https://Doi.Org/10.22225/Kr.16.2.2025.411-420>
- Kurniawan, R., & Murtanto. (2025). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Agresivitas Pajak, Dan Risk Minimization Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Studi Akuntansi Dan Bisnis (Jsab)*, 7(1), 48–58.
- Maharani, P. R., & Pertiwi, T. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(1), 41. <Https://Doi.Org/10.31602/Atd.V6i1.5873>
- Mustofa Et Al. (2024). Pengaruh Profitabilitas Dan Solvabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei). *Costing: Journal Of Economic, Business And Accounting*, 7(6), 8428–8435.
- 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*, 6(2), 681–695. <Https://Doi.Org/10.24036/Jea.V6i2.1559>
- Ramadanty, S. A., & Retnani, E. D. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(8), 1–22.
- Sari, N., & Setiawati, E. (2024). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Manajemen Pajak. *Proceeding Of National Conference On Accounting & Finance*, 6, 1–12.
- Sasongko, N. Et Al. (2020). Corporate Social Responsibility (Csr), Firm Size, Profitability, And Leverage On Earnings Response Coefficient (Erc). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 5(1), 1–15.
- Simarmata, R. S., & Lestari, D. I. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility (Csr). *Inovasi*, 11(2), 365–375. <Https://Doi.Org/10.32493/Inovasi.V11i2.P365-375.42466>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cv Alfabeta.
- Sulaeman, Et Al. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jpak : Jurnal Pendidikan Akuntansi Dan Keuangan*, 13(1), 61–70.
- Sularsih, H., & As'adi, A. (2022). Profitabilitas, Likuiditas Dan Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility (Csr) Pada Perusahaan Terdaftar Di Bei Tahun 2017-2020. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(2), 451–460. <Https://Doi.Org/10.22437/Jpe.V17i2.17905>
- Teng, S. H. Et Al. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Csr Di Perusahaan Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei Periode 2017-2019. *Owner*, 6(2), 1464–1474.

- Https://Doi.Org/10.33395/Owner.V6i2.768
- Totanan, C. Et Al. (2022). Pengaruh Tanggung Jawab Lingkungan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Accounting Profession Journal*, 4(2), 12–32. <Https://Doi.Org/10.35593/Apaji.V4i2.41>
- Trisnawati, R. Et Al. (2021). Implementasicorporate Socialresponsibilitypada Umkmpercetakan Dan Penerbitanal-Qur'an Ma'sum Press. *Abdi Psikonomi*, 2(2), 1–8.