Jurnal Akuntansi dan Bisnis (Akuntansi) Vol 6, No.1, Mei 2026, pp. 352 - 366
p-ISSN : 2808-9022 (print)
e-ISSN : 2798-1789 (online)
http://journal.politeknik-pratama.ac.id/index.php/JIAB ■ page 352

PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, *LEVEARGE* TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

Fery Andrian[1], Khanti Listya[2], Eli Safrida[3], Muhammad Asrin Jazuli[4]
[1]Politeknik Negeri Medan
Jl. Politeknik, Kota Medan, Indonesia, e-mail: fferyandrian@gmail.com
[2]Politeknik Negeri Medan
Jl. Politeknik, Kota Medan, Indonesia, e-mail: khantilisty@polmed.ac.id
[3]Politeknik Negeri Medan
Jl. Politeknik, Kota Medan, Indonesia, e-mail: elisafrida@polmed.ac.id
[4]Politeknik Negeri Medan
Jl. Politeknik, Kota Medan, Indonesia, e-mail: muhammadasrinjazuli@polmed.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received 19 May 2026
Received in revised form 19 May 2026
Accepted 31 May 2026
Available online 31 May 2026

ABSTRACT

This study aims to examine the impact of Profitability Ratio, Company Size and Leverage of Corporate Social Responsibility reporting on companies operating in the Mining sector and listed on the Indonesia Stock Exchange. The sampling technique in this study is that the researcher uses the purposive sampling method in sampling, with a total of 21 companies and 84 observation data. Data is collected through documentation techniques, sourced from the annual reports and audited financial statements of mining sector companies for the 2021–2024 period obtained from the official website of the Indonesia Stock Exchange. Data analysis was carried out using multiple linear regression with the help of SPSS version 25. The results of the analysis showed that profitability and leverage had a negative effect on Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure, while company size had a positive effect on CSR disclosure.

***Keywords**: Profitability, Company Size, Leverage, Corporate Social Responsibility*

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji dampak dari Rasio Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Leverage pelaporan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan yang beroperasi di sektor Pertambangan dan terdaftar di Bursa Efek indonesia. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini ialah Peneliti menggunakan metode purposive sampling dalam pengambilan sampel, dengan total 21 perusahaan dan 84 data observasi. Data dikumpulkan melalui teknik dokumentasi, bersumber dari annual report dan laporan keuangan auditan perusahaan sektor pertambangan periode 2021–2024 yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil analisis menunjukkan bahwa profitabilitas dan leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.
Kata kunci: probability, Ukuran Perusahaan, Leverage, Corporate Social Responbility

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis yang kian pesat pada era modern ini membawa perubahan besar terhadap paradigma keberhasilan perusahaan. Kesuksesan tidak lagi semata-mata diukur dari tingginya perolehan laba finansial, melainkan juga dari sejauh mana perusahaan menunjukkan kepedulian serta tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Bentuk tanggung jawab tersebut dikenal dengan istilah Corporate Social

Received May 19, 20236 Revised May 19, 2026 Accepted May 31, 2026

p-ISSN: 2808-9022 e-ISSN: 2798-1789

Responsibility (CSR), sebuah konsep yang telah muncul sejak abad ke-17 dan dirancang untuk mendorong perusahaan berperan aktif dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan (sustainable development). CSR menjadi sarana strategis bagi perusahaan dalam menciptakan hubungan yang harmonis dengan para pemangku kepentingan (stakeholders) melalui keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan nilai sosial (Afifah & Immanuela, 2021). Selain itu, CSR juga berfungsi sebagai tolok ukur transparansi dan komitmen korporasi terhadap aspek keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan (Maryama, 2018) Evaluasi terhadap kinerja CSR dapat dilakukan dengan mengacu pada indikator yang ditetapkan dalam Sustainability Reporting Guidelines (SRG) yang diterbitkan oleh Global Reporting Initiative (GRI), sebuah lembaga internasional yang menjadi pionir dalam pengembangan standar pelaporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk memperluas penerapannya secara global (Loekito & Setiawati, 2021). Melalui pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR), perusahaan diharapkan tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan maksimal, tetapi juga memiliki kepedulian untuk mengurangi dampak negatif dari kegiatan operasional terhadap lingkungan dan masyarakat (Pondrinal, 2023). Di Indonesia, pelaksanaan CSR telah memiliki landasan hukum, yaitu Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74, yang mewajibkan perusahaan yang bergerak di bidang atau terkait dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Dapat disimpulkan bahwa walaupun peraturan mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan telah diatur secara jelas dalam perundang-undangan di Indonesia, pelaksanaannya belum sepenuhnya dipatuhi oleh sebagian perusahaan. Dalam praktiknya, terdapat sejumlah kasus yang menunjukkan kelalaian dan kurangnya kepedulian korporasi terhadap tanggung jawab sosialnya. Fenomena ini dapat diamati di berbagai sektor industri, terutama pada sektor pertambangan yang memiliki risiko lingkungan paling tinggi. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa keberadaan regulasi saja belum cukup tanpa adanya komitmen dan kesadaran perusahaan untuk menerapkannya secara konsisten dan bertanggung jawab.

Dapat dikatakan bahwa sektor pertambangan memiliki pengaruh besar terhadap kondisi lingkungan maupun masyarakat di sekitarnya. Hal ini disebabkan oleh aktivitas eksploitasi sumber daya alam berskala besar yang kerap menimbulkan beragam permasalahan lingkungan, Dampak tersebut meliputi pencemaran air dan udara hingga perubahan ekosistem secara signifikan. Salah satu contoh kasus yang mencerminkan hal tersebut adalah yang terjadi pada PT Indominco Mandiri (PT IMM), anak perusahaan dari PT Indo Tambangraya Megah Tbk (ITMG). Diketahui bahwa perusahaan ini diduga telah memperburuk intensitas banjir serta menimbulkan kekhawatiran masyarakat terhadap keselamatan, akibat 53 lubang bekas tambang yang belum direklamasi secara memadai. Luas keseluruhan lubang tersebut diperkirakan mencapai 2.823,73 hektare, yang setara dengan 32 kali luas kompleks olahraga Palaran di Samarinda, Kalimantan Timur. (Betahita, 2021).

Kasus serupa juga menimpa PT Adaro Energy, yang dikaitkan dengan pencemaran lingkungan dan bencana banjir besar di Kalimantan Selatan pada tahun 2021. Peristiwa tragis ini menewaskan sedikitnya 24 orang dan memaksa lebih dari 113.000 penduduk untuk mengungsi. Hasil penelusuran menunjukkan bahwa pembukaan lahan tambang batubara secara besar-besaran telah mengganggu sistem tata air alami dan menjadi penyebab utama terjadinya bencana tersebut (Walhi, 2022). Kejadian ini menegaskan bahwa aktivitas pertambangan yang tidak diimbangi dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang memadai dapat berujung pada kerugian besar bagi masyarakat dan ekosistem.

Isu serupa juga melibatkan PT Timah Tbk, perusahaan besar di bidang pertambangan timah yang menghadapi tudingan terkait kerusakan lingkungan akibat aktivitas operasionalnya. Proses penambangan yang dilakukan telah menyebabkan degradasi tanah, pencemaran air, serta rusaknya ekosistem laut dan terumbu karang di wilayah pesisir. Berdasarkan laporan Liputan 6 (2024), aktivitas PT Timah Tbk telah menyebabkan kerugian ekologis yang diperkirakan mencapai Rp183,7 triliun, serta kerugian ekonomi lingkungan sekitar Rp87,3 triliun. Kondisi ini menunjukkan betapa besar dampak negatif yang dapat timbul dari kegiatan pertambangan yang tidak memperhatikan prinsip keberlanjutan dan tanggung jawab sosial.

Berbagai peristiwa tersebut menunjukkan urgensi penerapan CSR yang lebih komprehensif dalam sektor pertambangan. Perusahaan seharusnya mampu menunjukkan komitmen nyata terhadap kesejahteraan masyarakat serta kelestarian lingkungan sebagai bentuk imbal balik atas pemanfaatan sumber daya alam. Program CSR yang dirancang secara strategis dapat membantu membangun kepercayaan publik dan memperkuat legitimasi sosial perusahaan di wilayah operasinya. Dalam konteks ini, sejumlah faktor seperti profitabilitas, ukuran perusahaan, serta tingkat leverage menjadi variabel penting yang memengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Fatin & Wahyuni, 2020).

Hubungan antara profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya secara efisien guna memperoleh keuntungan maksimal. Ketika tingkat profitabilitas meningkat, perusahaan memiliki kemampuan yang lebih besar untuk melaksanakan kegiatan sosial dan lingkungan sebagai wujud tanggung jawab terhadap masyarakat (Linggasari & Adnantara, 2020). Tingkat profitabilitas biasanya diukur dengan Return on Assets (ROA), yang menggambarkan seberapa efektif perusahaan

memanfaatkan asetnya untuk menghasilkan keuntungan.Penelitian yang dilakukan oleh Afifah & Immanuela, (2021) menemukan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap tingkat transparansi pengungkapan CSR, yang berarti semakin tinggi laba, semakin besar pula kesediaan perusahaan untuk mengungkapkan kegiatan sosialnya. Namun, hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan temuan Subara & Saragih, (2020) yang menunjukkan bahwa profitabilitas yang diukur melalui ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Menurut Hery, (2017), ukuran perusahaan dapat dilihat dari berbagai indikator seperti total penjualan, jumlah tenaga kerja, maupun total aset yang dimiliki. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, semakin luas pula jangkauan aktivitas dan tanggung jawab sosial yang perlu dijalankan. Perusahaan berskala besar cenderung memiliki sumber daya finansial yang lebih kuat untuk mendukung pelaksanaan kegiatan CSR, serta lebih termotivasi untuk melaporkannya dalam laporan tahunan demi menjaga reputasi di mata publik. PenelitianYuwono dkk., (2024) Penelitian lain mendukung pandangan tersebut dengan menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan CSR. Meskipun demikian, temuan yang berbeda diungkapkan oleh Wulandari & Trisnawati, (2024) Peneliti tersebut menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak selalu menjadi faktor penentu dalam tingkat keterbukaan pelaporan tanggung jawab sosial.

Sementara itu, rasio leverage menunjukkan seberapa besar aset perusahaan dibiayai melalui utang dibandingkan dengan modal sendiri (Kasmir, 2019). Dapat diartikan bahwa leverage yang tinggi menandakan ketergantungan perusahaan terhadap utang, yang berpotensi mengurangi keleluasaan manajemen dalam penggunaan dana untuk program tanggung jawab sosial. Situasi ini menyebabkan perusahaan cenderung membatasi pengungkapan CSR, karena kegiatan sosial dipandang dapat menurunkan laba serta menimbulkan kekhawatiran dari pihak kreditur (Indarwati & Trisnaningsih, 2024). Dengan demikian, tingkat leverage mencerminkan strategi manajemen dalam menyeimbangkan kepentingan antara pemegang saham, kreditor, dan tanggung jawab sosial yang harus dijalankan. Penelitian yang dilakukan oleh Oktaviani, dkk. (2022) Temuan tersebut mengindikasikan adanya hubungan antara tingkat leverage dan pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Namun, hasil ini bertentangan dengan temuan dari Indarwati & Trisnaningsih (2024) Temuan tersebut mengindikasikan bahwa tingkat leverage perusahaan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR).

Penelitian terkait leverage dan CSR juga menunjukkan hasil yang bervariasi. Studi yang dilakukan oleh Oktaviani dkk., (2022) menemukan bahwa leverage memiliki pengaruh terhadap tingkat pengungkapan CSR, menunjukkan bahwa struktur pendanaan perusahaan dapat memengaruhi keputusan dalam pelaporan sosialnya. Namun, hasil ini bertentangan dengan penelitian Indarwati & Trisnaningsih, (2024) yang menyimpulkan bahwa leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Perbedaan hasil tersebut menandakan adanya faktor-faktor lain yang turut memengaruhi hubungan antara kondisi keuangan perusahaan dan kebijakan tanggung jawab sosialnya, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika tersebut.

Dapat dikatakan bahwa tingginya tingkat profitabilitas perusahaan mendorong kecenderungan untuk lebih aktif dalam pelaksanaan dan pengungkapan CSR sebagai sarana menunjukkan kinerja positif serta memperkuat citra di hadapan publik. Upaya meningkatkan legitimasi sosial melalui kegiatan CSR tidak hanya memperbaiki reputasi perusahaan, tetapi juga menarik minat investor dan menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap keberlanjutan operasional perusahaan (Sugeng, 2020). Sementara itu, menurut Pitriani dkk., (2024), Dapat dijelaskan bahwa perusahaan dengan ukuran besar cenderung lebih sensitif terhadap tekanan sosial dan ekspektasi publik, karena cakupan dampak operasionalnya lebih luas terhadap masyarakat. Kondisi ini mendorong perusahaan besar untuk lebih aktif dalam pelaksanaan dan pengungkapan CSR sebagai wujud tanggung jawab sosial sekaligus upaya menjaga legitimasi serta hubungan baik dengan pemangku kepentingan. Sebaliknya, tingkat leverage yang tinggi dapat meningkatkan risiko keuangan dan memunculkan pandangan negatif mengenai kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban finansialnya. Untuk menyeimbangkan kondisi tersebut, perusahaan cenderung memperkuat transparansi melalui pengungkapan CSR yang lebih luas dan kegiatan sosial yang nyata, dengan tujuan membangun kembali kepercayaan publik dan mempertahankan legitimasi perusahaan. (Safira & Widajantie, 2021).

Fenomena yang terjadi serta perbedaan hasil penelitian terdahulu menjadi dasar dilakukannya studi ini, dengan tujuan untuk mendalami faktor-faktor yang memengaruhi kinerja keuangan dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Meskipun isu CSR telah banyak dikaji, masih terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian, khususnya mengenai pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap pengungkapan CSR. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih lanjut keterkaitan antarvariabel tersebut, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terkait pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan dalam konteks kinerja serta legitimasi bisnis : **"Pengaruh Rasio Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia"**

p-ISSN: 2808-9022 e-ISSN: 2798-1789

1. TINJUAN PUSTAKA

Teori Legitimasi

Teori Legitimasi berlandaskan pada pandangan bahwa perusahaan harus mampu memperoleh penerimaan sosial dari masyarakat dengan menunjukkan bahwa seluruh aktivitas dan kinerjanya sejalan dengan nilai, norma, serta harapan sosial yang berlaku. Melalui legitimasi ini, perusahaan berusaha meyakinkan publik bahwa kegiatan operasionalnya tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan ekonomi semata, melainkan juga memberikan manfaat nyata bagi komunitas di sekitarnya (Aruan & Veronica, 2021). Dengan demikian, legitimasi menjadi instrumen penting dalam menjaga kepercayaan publik dan keberlangsungan bisnis dalam jangka panjang.

Corporate Social Responsibilty

Dapat dikatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) mencerminkan tanggung jawab moral dan sosial perusahaan terhadap lingkungan dan komunitas tempat perusahaan beroperasi. Tanggung jawab ini muncul sebagai konsekuensi dari kegiatan bisnis yang dijalankan setiap hari. Pelaksanaan CSR diwujudkan melalui berbagai program yang bertujuan memperbaiki dampak negatif operasional perusahaan terhadap lingkungan, sekaligus membantu mengurangi kesenjangan sosial di masyarakat (Setyowati, 2013). Dengan demikian, CSR menjadi sarana penting untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan masyarakat.

Profitabilitas

Menurut Kasmir, (2019), Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya. Rasio ini digunakan untuk menilai efisiensi perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki guna mencapai keuntungan maksimal. Tingginya tingkat profitabilitas mencerminkan keberhasilan manajemen dalam mengoptimalkan aset dan modal, sekaligus menunjukkan kekuatan finansial perusahaan dalam mendukung kegiatan sosial dan keberlanjutan bisnis.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merefleksikan skala kegiatan operasional serta kapasitas sumber daya yang dimiliki oleh suatu unit bisnis. Evaluasi terhadap ukuran tersebut umumnya dilakukan dengan menggunakan indikator seperti total aset, kapitalisasi pasar, atau ukuran logaritmik. Entitas bisnis berskala besar biasanya memiliki kapasitas sumber daya yang lebih robust serta pengaruh yang lebih ekstensif terhadap dimensi sosial dan ekologi. Dengan tingkat visibilitas publik yang lebih signifikan, perusahaan tersebut menghadapi ekspektasi sosial yang lebih intens untuk menjalankan dan menyampaikan komitmen tanggung jawab sosialnya. Akibatnya, seiring dengan peningkatan ukuran perusahaan, tingkat keterbukaan dalam laporan Corporate Social Responsibility pun meningkat, sebagai upaya untuk menjaga kredibilitas publik dan dukungan dari berbagai pihak berkepentingan.

Leverage

Hery, (2017) Leverage merupakan rasio yang menunjukkan sejauh mana aktivitas operasional perusahaan dibiayai dengan dana pinjaman dibandingkan dengan modal sendiri. Sementara Kasmir, (2019) Penjelasan tersebut mengindikasikan bahwa leverage merepresentasikan tingkat ketergantungan perusahaan terhadap pendanaan berbasis utang dalam mendukung aktivitas operasionalnya. Tingginya proporsi utang dapat menimbulkan risiko keuangan yang serius, atau dikenal dengan istilah leverage ekstrem, ketika perusahaan menghadapi beban kewajiban yang berat dan kesulitan dalam memenuhi komitmen keuangannya. Dengan demikian, pengelolaan leverage secara efektif menjadi krusial untuk mempertahankan stabilitas keuangan serta citra positif perusahaan di mata pemangku kepentingan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan serta mencerminkan efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya yang dimiliki. Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi umumnya lebih aktif dalam mengungkapkan kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan upaya memperoleh penerimaan dari masyarakat. Keuntungan yang besar sering dimanfaatkan perusahaan untuk memperkuat citra positif dan merespons tuntutan sosial melalui pelaksanaan program CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Tiarani dkk., (2023) serta Totanan dkk., (2022) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.
H1: Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Ukuran perusahaan merupakan faktor penting dalam menentukan tingkat pengungkapan CSR. Menurut Febiyanti, (2023), perusahaan yang besar memiliki kapasitas dan tanggung jawab sosial yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil, karena eksposur publik yang mereka miliki lebih tinggi, dikarenakan itu perusahaan dengan skala besar biasanya lebih aktif dalam melaporkan dan mengungkapkan kegiatan CSR mereka. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Afrizal, (2024) dan Totanan dkk., (2022) juga mendukung pandangan ini, yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate SocialResponsibility*.
H2: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Pengaruh *Leverage* Terhadap *Corporate Social Responsibility*
Menurut penelitianAdiputra & Ruslim, (2023), perusahaan dengan tingkat leverage tinggi cenderung membatasi transparansi informasi terkait CSR karena berada dalam tekanan keuangan yang besar akibat kewajiban utang. Situasi tersebut, manajemen lebih berfokus pada pelaporan keuntungan untuk menunjukkan kemampuan membayar utang, sehingga anggaran untuk kegiatan sosial cenderung berkurang. Namun, dari perspektif teori legitimasi, perusahaan yang memiliki leverage tinggi justru dapat terdorong untuk meningkatkan pengungkapan informasi keuangan dan non-keuangan guna menunjukkan stabilitas serta meyakinkan kreditor dan pemangku kepentingan bahwa mereka mampu memenuhi kewajiban finansialnya (Hadi, 2009). Hasil penelitian mendukung temuan ini, dengan menyimpulkan bahwa leverage memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.
H3: Leverage berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian
Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan berupa teknik dokumentasi dan kepustakaan yang dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder seperti *annual report dan sustainability report.*

Populasi dan metode pengambilan sampel
Penelitian ini menganalisis populasi yang terdiri atas perusahaan-perusahaan di sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sampel penelitian ditentukan dari perusahaan pertambangan yang tercatat di BEI selama periode 2021 hingga 2024. Metode yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah purposive sampling, yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap relevan dengan tujuan penelitian.

1. Perusahaan pertambangan sektor *Energy* dan *Basic Materials* yang terdaftar di BEI.
2. Perusahaan di sektor pertambangan yang mengungkapkan *annual report* atau *sustainability report* dalam laporan tahunan selama periode 2021-2024.
3. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian selama periode 2021-2024.
4. Perusahaan yang mengungkapkan CSR dengan Standar GRI

Tabel 1 Operasional Variabel

Variabel	Pengukuran	Skala
Profitabilitas	$ROA = \frac{Laba\ Bersih\ Setelah\ Pajak}{Total\ Aktiva} \times 100\%$	Rasio
Ukuran Perusahaan	$Size = Ln\ (total\ asset)$	Rasio
Leverage	$DER = \frac{Total\ Liabilitas}{Total\ Equity} \times 100\%$	Rasio
CSR	$CSRI_{\mathrm{j}} = \frac{\sum X\ i\ j}{N_{\mathrm{ij}}}$	Rasio

Sumber: Data diolah, 2025

Teknik Pengumpulan Data
Penelitian ini menerapkan teknik pengumpulan data berupa dokumentasi dan studi pustaka. Informasi diperoleh dari sumber sekunder, seperti annual report dan sustainability report perusahaan yang menjadi objek penelitian.

Metode Analisis Data
Pada penelitian ini, digunakan pendekatan analisis regresi linier berganda yang harus terlebih dahulu diuji dengan serangkaian uji asumsi klasik yang termasuk Uji Normalitas, Uji Multikolineritas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Autokorelasi. Tujuan utama dari asumsi klasik ini adalah untuk memastikan bahwa rumus regresi yang

p-ISSN: 2808-9022 e-ISSN: 2798-1789

diperoleh memiliki ketepatan serta estimasi yang tidak bias dan konsisten sehingga data dapat dianggap memenuhi syarat untuk analisis selanjutnya. (Ghozali, 2018).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 HASIL

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2 Statistik Deskriptif

Tahun 2021

	N	Minimum	Maximum	Mean
CSR	21	.13	.75	.3851
ROA	21	.01	.22	.0953
SIZE	21	25.08	32.02	29.6076
DER	21	.05	3.70	.8011

Tahun 2022

	N	Minimum	Maximum	Mean
CSR	21	.18	.97	.6303
ROA	21	.01	1.26	.2587
SIZE	21	26.57	32.23	29.8505
DER	21	.13	1.24	.5039

Tahun 2023

	N	Minimum	Maximum	Mean
CSR	21	.37	.99	.7167
ROA	21	.00	.28	.0915
SIZE	21	26.61	32.40	29.9167
DER	21	.06	2.68	.5086

Tahun 2024

	N	Minimum	Maximum	Mean
CSR	21	.35	.99	.7313
ROA	21	.00	.31	.0987
SIZE	21	26.71	32.48	29.9757
DER	21	.04	2.37	.4239

Sumber : Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan hasil statistik deskriptif yang terdapat pada tabel 4.2, dapat disimpulkan sebagai berikut :

a) Selama periode empat tahun, CSR menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan. Rata-rata CSR meningkat dari 0,3851 pada 2021 menjadi 0,7313 pada 2024, dengan nilai maksimum mendekati 1 di tahun-tahun terakhir. Tren ini menggambarkan peningkatan konsistensi dan komitmen perusahaan dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial, di mana sebagian besar telah menempatkan CSR sebagai bagian penting dari strategi bisnis mereka.
b) Profitabilitas perusahaan berfluktuasi cukup tajam. Rata-rata ROA naik dari 0,0953 pada 2021 menjadi 0,2587 pada 2022, kemudian menurun kembali hingga 0,0987 pada 2024. Pergerakan ini menunjukkan adanya perubahan efisiensi operasional dan kinerja laba yang tidak stabil antarperiode.
c) Ukuran perusahaan relatif stabil sepanjang periode penelitian. Rata-rata SIZE bergerak dari 29,6076 pada 2021 menjadi 29,9757 pada 2024, dengan perubahan yang tidak signifikan. Stabilitas ini menunjukkan tidak adanya pergeseran besar dalam skala aset perusahaan selama empat tahun terakhir.
d) DER (*Debt to Equity Ratio*), Rasio DER mengalami penurunan dari 0,8011 pada 2021 menjadi 0,5039 pada 2022, menandakan perbaikan struktur modal dengan berkurangnya ketergantungan pada utang. Setelah itu, nilai DER cenderung stabil hingga 2024, yang menunjukkan pengelolaan keuangan perusahaan semakin terkendali dan seimbang antara modal sendiri dan utang.

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Tabel 3 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			CSR	ROA	SIZE	DER
N			84	84	84	84
Normal Parameters[a,b]	Mean		-1.1140	1.5256	-1.1140	-.4627
	Std. Deviation		.49301	.56822	.49301	.42708
Most Extreme Differences	Absolute		.106	.081	.106	.108
	Positive		.072	.081	.072	.108
	Negative		-.106	-.063	-.106	-.070
Test Statistic			.095	.106	.106	.108
Asymp. Sig. (2-tailed)			.056[c]	.020[c]	.020[c]	.017[c]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.272[d]	.612[d]	.272[d]	.259[d]
	99% Confidence Interval	.261	.388	.599	.261	.248
		.284	.413	.624	.284	.271

Sumber : Data diolah SPSS, 2025

Mengacu pada hasil uji normalitas yang disajikan dalam Tabel 4.2, diketahui bahwa nilai Monte Carlo Sig. (2-Tailed) untuk variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, dan leverage menunjukkan angka lebih besar dari 0,05. Hal ini menandakan bahwa data variabel CSR memiliki distribusi yang normal. Dengan demikian, karena asumsi normalitas telah terpenuhi, analisis dapat dilanjutkan pada tahap pengujian berikutnya.

Uji Multikolinieritas

Tabel 4 Uji Multikolinieritas
Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	ROA	.949	1.054
	SIZE	.960	1.042
	DER	.964	1.037

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

Berikut versi **parafrase unik** dengan perubahan struktur kalimat dan gaya penulisan agar lebih bervariasi dan alami secara akademik:

Hasil pengolahan data yang ditampilkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa tidak terdapat indikasi multikolinearitas pada seluruh variabel independen dalam model regresi. Nilai tolerance untuk variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, dan leverage masing-masing adalah 0,949; 0,960; dan 0,964. Sementara itu, nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk ketiga variabel tersebut berturut-turut sebesar 1,054; 1,042; dan 1,037. Dengan nilai tolerance yang lebih besar dari 0,10 dan VIF yang lebih kecil dari 10, dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Uji Glejser

Coefficients[a]

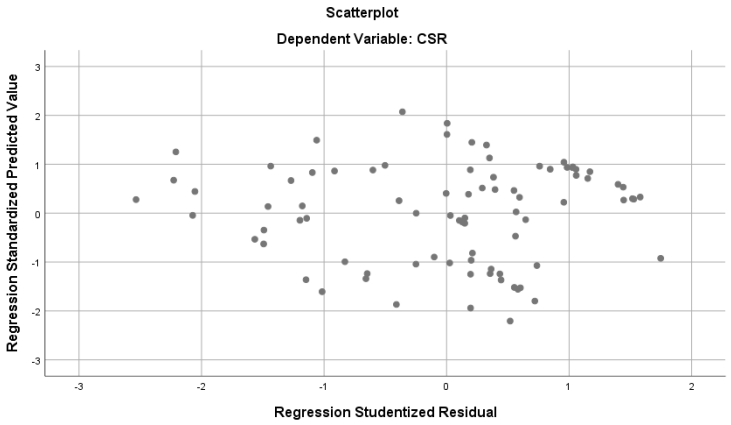
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

p-ISSN: 2808-9022 e-ISSN: 2798-1789

1	(Constant)	.247	.056		4.418	.000
	ROA	.027	.028	.109	.971	.335
	SIZE	-.037	.024	-.173	-1.544	.126
	DER	-.009	.032	-.032	-.283	.778

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel-variabel independen. Apabila nilai signifikansi hasil regresi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, maka heteroskedastisitas terindikasi terjadi. Berdasarkan hasil pada tabel di atas, nilai signifikansi untuk variabel CSR, ukuran perusahaan, dan leverage semuanya melebihi 0,05. Dengan demikian, model regresi ini dapat dinyatakan bebas dari masalah heteroskedastisitas..



Sumber: Data diolah SPSS 2025
Gambar 1 Scatterplot

Pada uji scatterplot, data dinyatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas apabila titik-titik penyebaran berada di atas dan di bawah garis nol pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu. Berdasarkan hasil scatterplot yang ditampilkan, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak di sekitar garis horizontal tanpa pola yang jelas. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas dalam model, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas, di mana varians residual bersifat konstan.

Uji Autokorelasi

Pengujian Durbin-Watsons pada penelitian ini menunjukkan hasil sebagai berikut :

Tabel 6 Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model[R]		R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.811[a]	.658	.645	.10880	1.975

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan hasil yang tercantum dalam tabel, nilai Durbin-Watson pada penelitian ini adalah sebesar 1,975. Jika dibandingkan dengan nilai pada tabel Durbin-Watson pada tingkat signifikansi 0,05, dengan jumlah sampel (n) sebanyak 84 dan jumlah variabel independen (k) sebanyak 3, maka diperoleh nilai batas bawah (dL) sebesar 1,5723 dan batas atas (dU) sebesar 1,7199.

Analisis Regresi Linier Berganda
Hasil uji regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 7 Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
1	(Constant)	-1.749	.168		-10.398	.000
	ROA	-.261	.035	-.402	-7.352	.000
	SIZE	.079	.006	.772	14.155	.000
	DER	-.085	.023	-.200	-3.661	.000

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel diatas diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = -1.749 - 0.261_{X1} + 0{,}79_{X2} - 0.085x3 + e$$

Keterangan:
Y : $CSRI_j$
X_1 : Profitabilitas
X_2 : Ukuran Perusahaan
X_3 : *Leverage*
α : Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien regresi
e : Error atau residual

a. Nilai konstanta dalam persamaan regresi adalah -1,749. Ini berarti bahwa jika semua variabel independen bernilai nol, nilai estimasi CSR adalah -1,749.
b. Profitabilitas adalah -0,261, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan profitabilitas sebesar satu satuan akan menurunkan CSR sebesar 0,261.
c. Persamaan regresi dapat diinterpretasikan dari nilai koefisien regresi sebesar 0,079, yang menunjukkan bahwa jika ukuran perusahaan meningkat sebesar satu satuan, dengan asumsi variabel lain tetap, CSR akan meningkat sebesar 0,079.
d. Persamaan regresi dapat diinterpretasikan dari nilai koefisien regresi sebesar -0,085, yang menunjukkan bahwa jika leverage keuangan (X3) meningkat sebesar satu satuan, dengan asumsi variabel lain tetap, CSR (Y) akan menurun sebesar -0,085.

Uji Hipotesis
Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda sebagai metode untuk menganalisis data. Berikut adalah pengujian atau hipotesis yang diperlukan dalam penelitian ini:

Uji Koefisien Determinasi (*Adjustd R2*)
Berikut Uji Koefisien Determinasi (*Adjustd R2*) :

Tabel 8 Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.811[a]	.658	.645	.10880	1.975

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

p-ISSN: 2808-9022 e-ISSN: 2798-1789

Berdasarkan data yang tertera di tabel sebelumnya, nilai Adjusted R^2 diperoleh sebesar 0,645. Ini menunjukkan bahwa model regresi ini dapat menjelaskan 64,5 % dari pengaruh variabel independen yaitu Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* terhadap variabel dependen yang adalah *Corporate Social Responsibility*. Dengan kata lain, dalam hal ini, 35,5 % sisanya disebabkan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

a. Uji t (Uji Parsial)

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menguji hipotesis terkait dampak dari Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* secara terpisah. Evaluasi dilakukan dengan mengacu pada nilai signifikansi dari tiap-tiap variabel.

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1(Constant)	-1.749	.168		-10.398	.000
ROA	-.261	.035	-.402	-7.352	.000
SIZE	.079	.006	.772	14.155	.000
DER	-.085	.023	-.200	-3.661	.000

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

Tabel di atas menyajikan nilai signifikansi dari masing-masing variabel independen. Berdasarkan ketentuan uji t, apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka variabel independen tersebut dinyatakan memiliki pengaruh terhadap Kinerja Keuangan. Adapun hasil pengujian dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

a. Profitabilitas
   Profitabilitas menunjukkan koefisien regresi sebesar -0,261 dengan nilai signifikansi 0.00 < 0,05. Ini berarti terdapat pengaruh antara Profitabilitas terhadap pengungkapan CSR.
b. Ukuran Perusahaan
   Ukuran Perusahaan menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,079 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, yang berarti ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
c. *Leverage*
   Leverage menunjukkan koefisien regresi sebesar -0,085 dengan nilai signifikansi 0.00 > 0,05. Ini berarti terdapat pengaruh antara *Leverage* terhadap pengungkapan CSR.

4.2 PEMBAHASAN

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Resposibility*

Hasil analisis pada variabel pertama menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap tingkat pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Nilai koefisien regresi sebesar -0,261 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada profitabilitas akan menurunkan tingkat pengungkapan CSR sebesar 0,261. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,00, lebih kecil dari batas signifikansi 0,05, dan nilai t hitung (-7,352) yang lebih kecil dari t tabel (1,66342) memperkuat bahwa pengaruh tersebut bersifat negatif dan signifikan secara statistik. Dengan demikian, hipotesis pertama dalam penelitian ini dinyatakan diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa ketika perusahaan mencapai tingkat profitabilitas yang tinggi, kecenderungan untuk mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosialnya justru menurun. Sebaliknya, pada saat profitabilitas menurun, perusahaan lebih terdorong untuk meningkatkan transparansi dan memperluas

aktivitas CSR sebagai bentuk upaya menjaga legitimasi dan citra di mata publik. Hasil ini tercermin secara rinci dalam tabel pengujian berikut.

Tabel 10 Nilai Rata-Rata Profitabilitas

Nilai Rata-Rata		
Tahun	**ROA**	**CSR**
2021	12 %	40 %
2022	25 %	64 %
2023	11 %	68 %
2024	9 %	71 %

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel yang disajikan, terlihat adanya dinamika yang menarik antara tingkat profitabilitas (*Return on Assets* atau ROA) dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility* atau CSR) selama periode 2021–2024. Secara umum, arah hubungan antara kedua variabel ini tidak selalu sejalan — peningkatan profitabilitas tidak selalu diikuti oleh peningkatan pengungkapan CSR, begitu pula sebaliknya. Pada tahun 2021, ROA perusahaan hanya mencapai 12%, jauh di bawah standar industri sebesar 30% sebagaimana dijelaskan oleh Kasmir (2019), yang menunjukkan efisiensi penggunaan aset masih rendah. Pada periode yang sama, nilai pengungkapan CSR berada di angka 40%, mencerminkan bahwa keterlibatan sosial dan lingkungan perusahaan masih terbatas dan belum menjadi prioritas utama dalam strategi bisnis.

Memasuki tahun 2022, kinerja keuangan menunjukkan perbaikan signifikan dengan meningkatnya ROA menjadi 25%, hampir dua kali lipat dibanding tahun sebelumnya. Walaupun masih berada di bawah rata-rata industri, pencapaian ini mengindikasikan adanya peningkatan efektivitas dalam pengelolaan aset perusahaan. Sejalan dengan hal tersebut, tingkat pengungkapan CSR melonjak menjadi 64%, memperlihatkan bahwa perusahaan mulai menempatkan tanggung jawab sosial sebagai bagian dari strategi korporasi yang lebih terintegrasi. Kenaikan ini mencerminkan kesadaran manajemen terhadap pentingnya menjaga keseimbangan antara pencapaian ekonomi dan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitar.

Namun, pada tahun 2023 terjadi penurunan kembali pada tingkat profitabilitas dengan ROA turun menjadi 11%. Meskipun demikian, nilai CSR justru meningkat menjadi 68%. Fenomena ini menunjukkan bahwa komitmen perusahaan terhadap pelaksanaan CSR tidak selalu bergantung pada hasil keuangan. Perusahaan tampaknya menyadari bahwa aktivitas CSR tidak hanya berfungsi sebagai pengeluaran tambahan, tetapi juga sebagai investasi jangka panjang dalam membangun reputasi, memperkuat citra positif, serta menjaga kepercayaan publik dan loyalitas pemangku kepentingan.

Pada tahun 2024, penurunan profitabilitas masih berlanjut dengan ROA mencapai titik terendah sebesar 9%. Namun, nilai pengungkapan CSR meningkat kembali hingga mencapai 71%, tertinggi selama empat tahun berturut-turut. Kondisi ini menunjukkan bahwa perusahaan semakin konsisten dalam memperluas cakupan kegiatan sosial dan lingkungan, meskipun menghadapi tantangan pada aspek keuangan. Tindakan ini dapat diartikan sebagai strategi mempertahankan legitimasi sosial, di mana perusahaan berusaha menunjukkan tanggung jawab moralnya terhadap masyarakat meskipun kondisi ekonomi internal sedang menurun.

Secara keseluruhan, pola ini mengindikasikan bahwa profitabilitas tidak selalu menjadi faktor dominan dalam menentukan tingkat pengungkapan CSR. Komitmen sosial perusahaan tampak tetap kuat bahkan ketika profit mengalami penurunan, sebagai bentuk upaya mempertahankan legitimasi dan kepercayaan publik. Hasil ini mendukung temuan penelitian Rivandi & Putra (2021) serta Maharani & Pertiwi (2022) yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Namun, hasil tersebut bertolak belakang dengan temuan Putri dkk. (2019) dan Tjondro dkk. (2024) yang menyimpulkan adanya hubungan positif antara kedua variabel tersebut, menandakan bahwa hubungan profitabilitas dan CSR dapat bersifat kontekstual tergantung pada strategi dan orientasi sosial masing-masing perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Resposibility* (CSR)

Hasil hipotesis menunjukan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, demikian hipotesis diterima. Semakin besar ukuran perusahaan semakin tinggi pula pegungkapan *Corpotare Social Responsibility* yang di jalankan oleh perusahaan, ini dapat diihat dari tabel yang menunjukan pertumbuhan rata-rata ukuran perusahaan dan nilai CSR dari tahun 2021 hingga 2024 sebagai berikut:

Tabel 11 Nilai Rata-Rata Ukuran Perusahaan

Nilai Rata-Rata		
Tahun	**SIZE**	**CSR**

p-ISSN: 2808-9022 e-ISSN: 2798-1789

2021	29.61	40 %
2022	29.85	64 %
2023	29.92	68 %
2024	29.98	71 %

Data Diolah, 2025

Selama periode 2021 hingga 2024, dapat diamati adanya keterkaitan yang signifikan antara skala perusahaan dan peningkatan aktivitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility* atau CSR). Secara umum, semakin besar ukuran suatu perusahaan, semakin tinggi pula intensitas pelaksanaan CSR yang dijalankan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan kapasitas aset yang besar cenderung memiliki kesadaran yang lebih tinggi terhadap tanggung jawab sosialnya, baik terhadap masyarakat maupun lingkungan sekitar.

Pada tahun 2021, rata-rata ukuran perusahaan tercatat sebesar 29,61 dengan tingkat pengungkapan CSR sebesar 0,40. Angka ini menandakan bahwa komitmen perusahaan terhadap CSR masih berada pada tahap awal dan belum menjadi fokus utama dalam strategi bisnis mereka. Pelaksanaan CSR pada periode ini lebih bersifat formalitas dan belum terintegrasi sepenuhnya dalam budaya perusahaan. Rendahnya tingkat keterlibatan sosial tersebut kemungkinan disebabkan oleh keterbatasan sumber daya dan prioritas yang masih berpusat pada pencapaian target finansial.

Perkembangan mulai terlihat pada tahun 2022 ketika ukuran perusahaan meningkat menjadi 29,85, mengalami kenaikan sekitar 0,29% dari tahun sebelumnya. Peningkatan ini menunjukkan adanya ekspansi aset dan kapasitas produksi yang lebih besar. Bersamaan dengan itu, nilai pengungkapan CSR meningkat cukup signifikan menjadi 0,64. Perubahan ini mencerminkan tumbuhnya kesadaran perusahaan untuk lebih aktif berpartisipasi dalam kegiatan sosial dan pelestarian lingkungan. CSR mulai dipandang sebagai bagian penting dari strategi pembangunan berkelanjutan serta sarana memperkuat reputasi di mata publik dan investor.

Pada tahun 2023, ukuran perusahaan kembali naik menjadi 29,97, menunjukkan pertumbuhan yang mulai stabil. Walaupun peningkatannya relatif kecil, pengungkapan CSR justru tetap bertambah menjadi 0,68. Fenomena ini menggambarkan bahwa perusahaan sudah mulai menitikberatkan perhatian pada kualitas dan kontinuitas pelaksanaan program CSR, bukan sekadar peningkatan jumlah kegiatan. Konsistensi ini menjadi indikasi bahwa tanggung jawab sosial telah mulai tertanam sebagai bagian dari nilai-nilai organisasi yang ingin menjaga hubungan harmonis dengan pemangku kepentingan.

Tahun 2024 memperlihatkan perkembangan yang paling optimal sepanjang periode penelitian. Ukuran perusahaan mencapai 30,06 dan nilai pengungkapan CSR meningkat menjadi 0,71 — level tertinggi selama empat tahun terakhir. Hal ini menggambarkan bahwa perusahaan telah mengalami kematangan dalam menerapkan prinsip keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Perusahaan besar, dengan sumber daya finansial dan manusia yang melimpah, cenderung menghadapi tekanan lebih besar dari publik dan regulator untuk beroperasi secara etis dan transparan. Dorongan tersebut membuat mereka semakin serius dalam memperluas pelaporan CSR guna menjaga legitimasi sosial dan citra positif di mata masyarakat.

Temuan ini sejalan dengan pandangan Rukmana (2020) yang menyatakan bahwa semakin besar aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan, semakin besar pula tekanan bagi perusahaan tersebut untuk menunjukkan kinerja yang positif dan bertanggung jawab. Salah satu cara untuk mencerminkan hal tersebut adalah dengan memperluas pengungkapan tanggung jawab sosial. Melalui praktik CSR yang berkesinambungan dan transparan, perusahaan dapat memperoleh kepercayaan publik serta memperkuat reputasi sebagai entitas yang peduli terhadap pembangunan sosial dan lingkungan. Dengan demikian, perusahaan yang aktif melaksanakan CSR akan memiliki fondasi yang lebih kokoh dalam menjaga keberlangsungan operasionalnya.

Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Resposibility*

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Leverage* memiliki dampak negatif terhadap pengungkapan CSR. Ini terlihat dari angka -0,085 yang menunjukkan bahwa jika *Leverage* meningkat satu unit, dengan asumsi variabel lainnya konstan, maka pengungkapan CSR akan berkurang sebesar 0,085. Karena nilai t yang dihitung adalah -3.661, yang lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikansinya adalah 0,00 yang kurang dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa *Leverage* berdampak negatif terhadap pengungkapan CSR. Oleh karena itu, hipotesis diterima, mengindikasikan bahwa peningkatan *Leverage* akan menyebabkan penurunan pada pengungkapan CSR. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 12 Nilai Rata-Rata *Leverage*

	Nilai Rata-Rata	
Tahun	**DER**	**CSR**

2021	79 %	40 %
2022	62 %	64 %
2023	50 %	68 %
2024	45 %	71 %

Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel yang disajikan, dapat diamati perkembangan *Leverage* (Debt to Equity Ratio/DER) dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) selama periode 2021 hingga 2024. Secara umum, terlihat adanya hubungan negatif antara struktur utang dan pelaksanaan CSR — semakin rendah tingkat *Leverage*, semakin tinggi pula komitmen perusahaan dalam menjalankan program tanggung jawab sosialnya. Hal ini menandakan bahwa kesehatan keuangan yang baik memberi ruang lebih besar bagi perusahaan untuk berkontribusi pada aspek sosial dan lingkungan, tanpa terbebani oleh kewajiban finansial yang berat.

Pada tahun 2021, nilai DER tercatat sebesar 79%, menunjukkan bahwa sebagian besar pendanaan perusahaan masih bersumber dari utang. Ketergantungan tinggi terhadap pembiayaan eksternal ini mencerminkan risiko keuangan yang cukup besar. Dalam kondisi tersebut, nilai pengungkapan CSR hanya mencapai 0,40, menandakan keterbatasan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan sosial akibat tekanan keuangan. Perusahaan dengan tingkat utang tinggi cenderung memfokuskan prioritasnya pada pembayaran kewajiban dibandingkan mengalokasikan dana untuk program sosial dan lingkungan.

Memasuki tahun 2022, tingkat *Leverage* menurun menjadi 64%, menunjukkan adanya perbaikan struktur modal dan pengelolaan utang yang lebih hati-hati. Penurunan ini diikuti dengan peningkatan signifikan pada pengungkapan CSR menjadi 0,64. Peningkatan tersebut mengindikasikan bahwa stabilitas keuangan mulai tercapai dan perusahaan memiliki fleksibilitas yang lebih besar untuk menyalurkan sumber daya ke program tanggung jawab sosial. Hal ini juga mencerminkan bahwa CSR mulai dipandang bukan hanya sebagai beban biaya, melainkan sebagai strategi jangka panjang untuk memperkuat citra dan reputasi perusahaan.

Pada tahun 2023, DER kembali turun menjadi 50%, menunjukkan kondisi finansial yang semakin sehat dan efisien. Meskipun penurunan *Leverage* tidak sebesar tahun sebelumnya, nilai CSR tetap meningkat menjadi 0,68. Tren ini menggambarkan konsistensi perusahaan dalam melaksanakan CSR sebagai bagian integral dari aktivitas bisnisnya. CSR pada tahap ini tidak lagi bersifat reaktif terhadap kondisi keuangan, melainkan menjadi bagian dari strategi keberlanjutan yang terencana untuk menjaga hubungan baik dengan pemangku kepentingan dan publik.

Pada tahun 2024, DER mencapai titik terendah dalam periode penelitian, yaitu sebesar 45%. Kondisi ini menunjukkan bahwa perusahaan semakin mandiri secara finansial dengan mengandalkan modal sendiri. Seiring dengan itu, pengungkapan CSR meningkat ke angka tertinggi sebesar 0,71. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan posisi keuangan yang kuat memiliki kapasitas lebih besar untuk memperluas kegiatan sosial, memperdalam transparansi pelaporan, serta meningkatkan kualitas interaksi dengan masyarakat. Struktur keuangan yang sehat memberi ruang lebih luas bagi perusahaan untuk berinvestasi dalam kegiatan yang bernilai sosial tinggi.

Secara keseluruhan, tren ini memperlihatkan bahwa *Leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Tingginya beban utang membuat perusahaan lebih berhati-hati dalam mengalokasikan dana, sedangkan struktur keuangan yang lebih stabil memungkinkan peningkatan aktivitas sosial dan lingkungan. Berdasarkan perspektif teori legitimasi, perusahaan dengan kinerja finansial yang solid cenderung memanfaatkan CSR untuk memperkuat kepercayaan dan legitimasi publik. Sebaliknya, perusahaan dengan utang tinggi lebih fokus pada efisiensi dan pengendalian risiko keuangan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Belinda dkk. (2023) serta Herdi & NR (2020) yang menyatakan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, namun bertentangan dengan hasil penelitian Angelina (2022) dan Ruroh & Latifah (2018) yang menunjukkan adanya hubungan antara struktur utang dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Partisipan penelitian adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang menerbitkan laporan keuangan tahunan dan laporan likuidasi untuk periode 2021 hingga 2024. Sebanyak dua puluh satu perusahaan memenuhi persyaratan penelitian, sehingga total sampel menjadi 84 perusahaan. Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan IBM SPSS versi 25. Kesimpulan berikut dapat ditarik dari analisis tersebut:

a. Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, dengan tingkat signifikansi 0,00 > 0,05. Nilai t hitung sebesar -7,352 lebih rendah daripada nilai t tabel sebesar 1,66342, yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Oleh karena itu, hipotesis

p-ISSN: 2808-9022 e-ISSN: 2798-1789

pertama diterima. Ketika profitabilitas perusahaan meningkat, pengungkapan CSR cenderung menurun, dan sebaliknya.

b. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Nilai t hitung sebesar 14.155, yang lebih tinggi daripada nilai t tabel, menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Semakin besar perusahaan, semakin tinggi pengungkapan CSR.

c. *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) hal ini dapat dilihat nilai signifikansinya sebesar 0,00 < 0,05, karena nilai t hitung sebesar -3.661 maka *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dengan demikian hipotesis diterima, menunjukkan bahwa semakin tinggi *Leverage,* maka akan semakin rendah pengungkapan CSR.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk Perusahaan
   Perusahaan sektor pertambangan disarankan untuk meningkatkan tanggung jawab terhadap pengungkapan kegiatan CSR secara transparan agar dapat memperkuat reputasi dan meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan, terutama perusahaan dengan profitabilitas dan *Leverage* tinggi.
2. Untuk Peneliti Selanjutnya

a. Penelitian selanjutnya bisa menambah variabel lain seperti kepemilikan institusional, jenis industri tambang, tanggung jawab lingkungan secara spesifik, atau regulasi pemerintah yang bisa memoderasi hubungan antara variabel bebas dan pengungkapan CSR.

b. Memperpanjang periode penelitian dan memperbesar sampel agar hasil penelitian lebih generalisasi dan menggambarkan tren jangka panjang.

c. Menggunakan metode campuran (*quantitative* dan *qualitative*) untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai alasan dan motivasi perusahaan dalam mengungkapkan CSR.

DAFTAR PUSTAKA

Adiputra, I. G., & Ruslim, H. (2023). The Influence Of Profitability, Financial Leverage And Free Cash Inflow On Catering Dividends Among Manufacturing Companies Listed In Indonesia Stock Exchange During 2017-2020 Period. *International Journal of Application on Economics and Business*, *1*(2), 451–464.

Afifah, R. N., & Immanuela, I. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *JRMA | Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, *9*(2), 109–123.

Afrizal, F. Y. (2024). Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2021). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, *5*(1), 1034–1043.

Aruan, D. A., & Veronica. (2021). The Influence of Public Ownership, NPM, Company Growth, and Solvency on CS Disclosure in Infrastructure Companies. *Owner : Riset & Jurnal Akuntansi*, *5*(2), 556–565.

Betahita. (2021). *Sungai Tercemar, Warga Kaltim Tuntut Tanggung Jawab Grup Batubara*. https://betahita.id/news/lipsus/6600/sungai-tercemar-warga-kaltim-

Fatin, H., & Wahyuni, D. U. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Size terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *8*(4), 1–17.

Febiyanti, S. (2023). *Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Coporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2022* [Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjung Pinang]. http://repo.stie-pembangunan.ac.id/id/eprint/375/%0Ahttp://repo.stie-pembangunan.ac.id/id/eprint/375/1/17622031.pdf

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21Update PLS Regresi* (Edisi 2). Badan Penerbit Universitas Deponegoro.

Hadi, N. (2009). Social Responsibility : Kajian Theoretical Framework, dan Perannya dalam Riset dibidang Akuntansi. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *4*(8), 88–109.

Hery. (2017). *Kajian Riset Akuntansi Mengulas Berbagai Hasil Penelitian dalam Bidang Akuntansi dan Keuangan.* PT Grasindo, Anggota IKAPI.

Indarwati, N. L., & Trisnaningsih, S. (2024). *Pengaruh Good Corporate Governance, Profitabilitas, dan*

Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *7*, 7484–7493.

Kasmir. (2019). Analisis Laporan Keunagan. In *Rajawali Pers*. Jakarta:Kencana.

Loekito, V., & Setiawati, L. W. (2021). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) terhadap Nilai Perusahaan dengan Variabel Kontrol Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017 – 2019. *BALANCE: Jurnal Akuntansi, Auditing Dan Keuangan*, *18*(1), 1–26. https://doi.org/10.25170/balance.v18i1.2289

Maryama, S. (2018). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dalam Perspektif Regulasi (Studi: Indonesia, Belanda dan Kanada). *Liquidity*, *2*(2), 189–194. https://doi.org/10.32546/lq.v2i2.121

Oktaviani, C., Rispantyo, R., & Kristianto, D. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Pengungkapan Media terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur di Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018. *Jurnal Akuntansi Dan Sistem Teknologi Informasi*, *16*(4), 134–143. https://doi.org/10.33061/jasti.v16i4.6231

Pitriani, N. K. E., Novitasari, N. L. G., & Widhiastuti, N. L. P. (2024). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, *15*(2), 272–285. https://doi.org/10.33059/jseb.v15i2.8427

Safira, & Widajantie. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Pengungkapan Csr terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bei Tahun 2015-2019). *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, *14*(1), 103–112. https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v14i1.374

Setyowati. (2013). Board Size and the Size of the Manufacturing Companies in the. *Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Dewan Komisaris Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Di Bei Tahun 2011-2013*.

Subara, V. M., & Saragih, F. D. (2020). Analisis Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Proceeding SENDIU 2020*, 483–494.

Sugeng, A. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Ukuran Dewan Komisaris dan Profitabiltas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Go Public Tahun 2016-2018 di Bursa Efek Indonesia). *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi*, *15*(3), 405. https://doi.org/10.32400/gc.15.3.29211.2020

Tiarani, Triastika, R., & Budi, B. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Leverage,Ukuran Dewan Komisaris, dan Ukuran Komite Audit Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia (Penelitian Pada Perusahaan Manufaktur). *Journal of Social and Economics Research*, *5*(2), 1809–1821. https://idm.or.id/JSER/index.

Totanan, C., Mapparessa, N., Muliati, M., & Mile, Y. (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

Walhi. (2022). *Aktivis Iklim Mendesak Adaro dan Investor Untuk Tinggalkan Batu Bara Sekarang*. https://walhikalsel.or.id/aktivis-iklim-mendesak-adaro-dan-investor-untuk-tinggalkan-batu-bara-sekarang/

Wulandari, S., & Trisnawati, R. (2024). The Influence of Company Size, Leverage, Institutional Ownership and Board of Commissioners Size on Corporate Social Responsibility Disclosure. *Costing: Journal of Economic, Business and Accounting*, *16*(4), 525–532.

Yuwono, A. M., Setiawan, A., Wirawan, S., & Djajadikerta, H. (2024). Pengaruh Pengungkapan Pengendalian Internal, Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), Profitabilitas Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Energy yang Terdaftar di BEI Tahun 2021-2022. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, *7*(1), 54–61. https://doi.org/10.32493/drb.v7i1.36312