



Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap *Corporate Social Responsibility* dengan Ukuran Perusahaan sebagai Moderator

Reva Fadilla Dwi Lestari¹, Acep Komara², Ahmad Syifaudin^{3*}

¹⁻³Universitas Swadaya Gunung Jati, Indonesia

*Penulis Korespondensi: ahmad_syifaudin@ugj.ac.id

Abstract. *The purpose of this study is to examine how profitability and leverage affect Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure in mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2022–2024 period. In addition, this study also investigates the role of firm size as a moderating variable. Using a purposive sampling technique, 75 observations from 25 companies were obtained as research data. Moderation Regression Analysis (MRA) was employed to analyze panel data regression. The results show that leverage and profitability partially have a positive effect on CSR disclosure. Furthermore, the interaction variables between leverage and firm size (DER_LN) and profitability and firm size (ROA_LN) are also significant. These findings indicate that firm size moderates and strengthens the relationship between the two independent variables and CSR disclosure. Based on sub-group analysis, large companies (above the median) show a negative effect of profitability on CSR, while small companies (below the median) show positive effects of both leverage and profitability. The results support Stakeholder Theory, which suggests that larger firms face more complex challenges in legitimizing their CSR disclosures. This study provides strategic guidance for company management in designing CSR disclosures that align with the scale and financial condition of the organization.*

Keywords: *CSR Disclosure; Firm Size; Leverage; Mining; Moderation.*

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari bagaimana profitabilitas dan *leverage* berdampak pada *Corporate Social Responsibility (CSR)* (CSR) pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2022 hingga 2024. Selain itu, penelitian ini juga menyelidiki peran ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi. Dengan teknik *purposive sampling*, 75 observasi dari 25 perusahaan digunakan untuk mendapatkan data penelitian. *Moderation regression analysis* (MRA) digunakan untuk melakukan analisis regresi data panel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* dan profitabilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Selain itu, variabel interaksi antara *leverage* dengan ukuran perusahaan (DER_LN) dan profitabilitas dengan ukuran perusahaan (ROA_LN) juga signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memoderasi dan memperkuat hubungan antara kedua variabel independen terhadap pengungkapan CSR. Menurut analisis sub-grup, perusahaan besar (di atas median) memiliki dampak negatif terhadap CSR karena profitabilitas, sementara perusahaan kecil (di bawah median) memiliki dampak positif terhadap baik *leverage* maupun profitabilitas. Hasil penelitian mendukung Teori Pemangku Kepentingan, yang menyatakan bahwa perusahaan besar menghadapi tantangan yang lebih rumit untuk melegitimasi pengungkapan CSR mereka. Penelitian ini memberikan panduan strategis bagi manajemen perusahaan dalam merancang pengungkapan CSR yang sesuai dengan skala dan kondisi keuangan organisasi.

Kata kunci: *Leverage; Moderasi; Pengungkapan CSR; Pertambangan; Ukuran Perusahaan.*

1. LATAR BELAKANG

Pada tahun 2023, sektor pertambangan Indonesia berkontribusi sekitar 14,6% terhadap PDB (Kementerian ESDM, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa sektor tersebut memainkan peran penting dalam perekonomian nasional. Namun, dampak *environmental* dan sosial industri ini juga menantang. Data dari Kementerian ESDM (2024) menunjukkan bahwa ada lebih dari 50.000 hektare lahan tambang yang harus direklamasi hingga tahun 2024. Ini menunjukkan betapa pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) di sektor ini. Dalam konteks filosofis yang lebih luas, tuntutan ini dikaitkan dengan gagasan *Triple bottom line*,

yang mengatakan bahwa kinerja perusahaan harus dinilai dari segi ekonomi (profit), tanggung jawab sosial (*people*), dan kelestarian *environmental (planet)* (Elkington, 1997). Pandangan ini sejalan dengan Teori Pemangku Kepentingan (Freeman, 1984), yang menjadi dasar *leverage* multi-arah terhadap perusahaan pertambangan untuk mempertimbangkan dampak sosial dan *environmental* dari aktivitas bisnis mereka terhadap *Stakeholder*, termasuk pemerintah, masyarakat lokal, dan aktivis *environmental*. Perusahaan yang bergerak di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam diharuskan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan *environmental*, baik di dalam maupun di luar *environmental* perseroan, menurut peraturan seperti Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan *Environmental* Perseroan Terbatas. Dari perspektif teori pemangku kepentingan dan teori legitimasi (Roberts, 1992), peraturan ini membentuk formalisasi dari "kontrak sosial" yang mengharuskan perusahaan untuk mendapatkan dan mempertahankan legitimasi operasinya dari pemangku kepentingan utama, dalam hal ini pemerintah sebagai regulator.

PT. Antam Tbk UBPN SULTRA telah menerapkan program CSR, tetapi penelitian sebelumnya (Theofilus et al., 2019) menunjukkan bahwa PT. Antam Tbk UBPN SULTRA perlu memperbaiki elemen penyaluran dan penunjang program karena keduanya memiliki *variable variabel* yang berlebihan dan dianggap sebagai pemborosan sumber daya. Hasilnya menunjukkan bahwa, dengan mengintegrasikan prinsip *Triple bottom line* secara efektif ke dalam inti operasi perusahaan, ada kemungkinan untuk memutuskan hubungan antara pengungkapan dan pelaksanaan CSR. Ini akan menjadi cara yang efektif untuk menanggapi *leverage* dari pihak berwenang, atau mencari legitimasi.

Dua faktor internal, yaitu *leverage* dan profitabilitas, memainkan peran penting dalam memengaruhi kualitas serta kuantitas tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung memiliki lebih banyak sumber daya untuk melaksanakan dan mengungkapkan aktivitas CSR, yang pada akhirnya dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan investor (Yusra & Hadya, 2021). Hal ini sejalan dengan temuan studi panel data pada perusahaan di Bursa Efek Indonesia yang menunjukkan bahwa profitabilitas berdampak positif terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan yang mampu mencetak laba tinggi memiliki kapasitas lebih besar untuk memenuhi harapan pemangku kepentingan melalui pengungkapan CSR yang menyeluruh (Waddock & Graves, 1997). Fenomena ini mendukung perspektif *Stakeholder Theory*, di mana perusahaan tidak hanya berfokus pada pemenuhan kebutuhan finansial (profit), tetapi juga merespons tuntutan berbagai pemangku kepentingan, seperti investor dan masyarakat yang peduli terhadap aspek ESG (*Environmental, Social, and Governance*). Meskipun demikian, penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005)

menemukan hasil yang tidak signifikan, khususnya pada perusahaan Indonesia yang memiliki profil tinggi, sehingga hubungan ini masih memerlukan kajian lebih lanjut.

Di sisi lain, tingkat *leverage* atau ketergantungan perusahaan terhadap utang juga menjadi determinan internal yang krusial. Perusahaan dengan *leverage* tinggi umumnya sangat bergantung pada kreditor sebagai pemangku kepentingan utama, yang secara langsung dapat memengaruhi alokasi sumber daya perusahaan (Andreas & Chang, 2025; Kapitan & Ikram, 2022). Dalam kerangka teori pemangku kepentingan, kreditor memiliki kekuatan finansial dan legitimasi yang signifikan (Mitchell et al., 1997), sehingga mampu mengalihkan fokus perhatian perusahaan dari isu-isu sosial dan lingkungan (*people and planet*) menuju kepentingan finansial (*profit*). Akibatnya, perusahaan dengan *leverage* tinggi cenderung mengurangi pengungkapan CSR mereka. Hal ini dibuktikan oleh studi Fitriasari dan Meirini (2014) yang menemukan bahwa *leverage* memiliki efek negatif yang signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR, khususnya pada perusahaan pertambangan di Indonesia

Ukuran perusahaan juga penting untuk moderasi. Perusahaan besar mendapat perhatian publik dan regulasi yang lebih besar, yang mendorong mereka untuk mengungkapkan CSR secara lebih luas untuk legitimasi dan mempertahankan hubungan dengan pemangku kepentingan (Nasih et al., 2022). Hal ini sejalan dengan Teori *Stakeholder* dan *Legitimacy*, yang menyatakan bahwa pengungkapan yang lebih luas sebagai bagian dari strategi manajemen kesan mendorong *leverage* legitimasi dari lebih banyak kelompok *Stakeholder*. Namun, penelitian juga menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti ukuran dan struktur kepemilikan perusahaan dapat memengaruhi bagaimana perusahaan pertambangan mengungkapkan praktik CSR mereka (Fajarini et al., 2024). Studi Hackston dan Milne (1996) menemukan bahwa ukuran perusahaan adalah indikator paling akurat tentang *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Ambiguitas teoritis dan praktis muncul karena temuan penelitian sebelumnya mengenai pengaruh *Leverage* dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR tidak konsisten. Menurut penelitian Waddock & Graves (1997), profitabilitas memiliki dampak positif. Namun, menurut Sembiring (2005), dampak tersebut tidak signifikan. Kapitan dan Ikram (2022) menemukan manfaat untuk *Leverage*. Sementara Fitriasari dan Meirini (2014) menemukan dampak yang tidak menguntungkan, celah ini mungkin merefleksikan dinamika kontekstual dan variasi dalam perhatian *Stakeholder* di setiap penelitian. Sebagai contoh, jika kreditor hanya menekankan kinerja keuangan jangka pendek, atau jika mereka termasuk *Stakeholder* yang mendorong praktik ESG, pengaruh *Leverage* dapat bersifat positif atau negatif. Penelitian

terbaru, khususnya yang berkaitan dengan industri pertambangan Indonesia dari 2022 hingga 2024, yang melibatkan masa pandemi dan pemulihan ekonomi, harus mengimbangi gap ini.

Dibutuhkan penelitian tambahan untuk menjelaskannya dengan pengungkapan CSR di perusahaan pertambangan di Indonesia karena penelitian sebelumnya menunjukkan temuan yang beragam tentang hal ini. Model penelitian belum mencakup semua aspek perusahaan pertambangan yang berbeda (komoditas, lokasi operasi, dan tingkat dampak *environmental*) yang dapat mempengaruhi pola pengungkapan CSR. Menurut Jenkins dan Yakovleva (2006), perusahaan pertambangan di negara berkembang menghadapi pemangku kepentingan yang lebih kompleks daripada perusahaan di negara maju. Kompleksitas ini dapat dilihat dari perspektif teori pemangku kepentingan dan konsep penting. Fakta bahwa karakteristik kekuatan, legitimasi, dan urgensi dari LSM *environmental* seperti masyarakat lokal, pemerintah daerah, atau LSM *environmental* sangat berbeda tergantung pada lokasi dan jenis operasi, berdampak pada strategi dan kualitas pengungkapan CSR serta pendekatan perusahaan terhadap *Triple bottom line*. Penelitian yang mempertimbangkan heterogenitas perusahaan pertambangan di Indonesia masih terbatas.

Hasil penelitian dapat membantu manajemen dalam mengalokasikan sumber daya untuk aktivitas dan pengungkapan CSR secara lebih efisien. Carroll dan Shabana (2010) menyatakan bahwa pemahaman tentang determinan pengungkapan CSR dapat membantu perusahaan dalam membangun strategi *sustainability* yang lebih efektif.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id). Populasi penelitian mencakup seluruh perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2022–2024 sebanyak 42 perusahaan, dengan teknik *purposive sampling* sehingga diperoleh 25 perusahaan sebagai sampel berdasarkan kriteria tertentu, menghasilkan total 75 observasi. Data yang digunakan berupa laporan keuangan tahunan yang telah diaudit serta laporan keberlanjutan, yang memuat variabel profitabilitas (ROA), leverage (DER), ukuran perusahaan (total aset), dan pengungkapan CSR. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi dengan mengunduh dan menyeleksi laporan tahunan perusahaan, kemudian diverifikasi untuk memastikan kelengkapan dan keakuratan data.

Analisis data dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak *EViews* melalui beberapa tahapan, yaitu statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data seperti nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi, serta pengujian hipotesis dengan

teknik statistik yang sesuai. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2025 dengan lokasi penelitian secara daring melalui situs resmi BEI, sehingga memungkinkan akses terhadap data yang terstandarisasi, objektif, dan telah diverifikasi oleh auditor eksternal.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini mengkaji pengungkapan CSR pada 25 perusahaan sektor pertambangan di BEI (sampel dari populasi 42 perusahaan) selama periode 2022-2024, menghasilkan 75 data observasi kunci dari tiga dimensi (Environmental, Social, Governance). Berikut data sampel untuk penelitian ini

Tabel 1. Objek Penelitian

NO	KODE PERUSAHAAN	NAMA PERUSAHAAN
1	ADRO	PT Adaro Energy Tbk/ PT Alamtri Resources Indonesia Tbk
2	BSSR	PT Baramulti Suksessarana Tbk
3	BUMI	PT Bumi Resources Tbk
4	DSSA	PT Dian Swastatika Tbk
5	GEMS	PT Golden Energy Mines Tbk
6	HRUM	PT Harum Energy Tbk
7	ITMG	PT Indo Tambangraya Mega Tbk
8	KKGI	PT Resource Alam Indonesia Tbk
9	MBAP	PT Mitrabara Adiperdana Tbk
10	PTBA	PT Bukit Asam Tbk
11	SMMT	PT Golden Eagle Energy Tbk
12	BESS	PT Batulicin Nusantara Maritim Tbk
13	DWGL	PT Dwi Guna Laksana Tbk
14	MBSS	PT Mitrabahtera Segara Sejati Tbk
15	PSSI	PT IMC Pelita Logistik Tbk/PT Pelita Samudera Shipping Tbk
16	RIGS	PT Rig Tenders Indonesia Tbk
17	SGER	PT Sumber Global Energy Tbk

18	TCPI	PT Transcoal Pacific Tbk
19	TEBE	PT Dana Brata Luhur Tbk
20	TPMA	PT Trans Power Marine Tbk
21	COAL	PT Black Diamond Resources Tbk
22	ANTM	PT Aneka Tambang Tbk
23	BRMS	PT Planet Resources Minerals Tbk
24	DKFT	PT Central Omega Resources Tbk
25	IFSH	PT Ifishdeco Tbk

Uji Statistik Deskriptif

	CSR	ROA	DER	LNASSETS
Mean	0.460313	0.069099	1.110105	28.04272
Median	0.469378	0.069350	1.096802	28.05597
Maximum	0.798753	0.134692	2.585995	32.20196
Minimum	0.092748	0.001533	0.119662	25.23715
Std. Dev.	0.144296	0.031570	0.508386	1.345219
Skewness	-0.167735	-0.001126	0.096844	0.246895
Kurtosis	2.896000	2.464273	2.753452	3.003185
Jarque-Bera Probability	0.385487	0.896902	0.307191	0.761994
	0.824694	0.638616	0.857619	0.683180
Sum	34.52348	5.182452	83.25789	2103.204
Sum Sq. Dev.	1.540782	0.073755	19.12579	133.9115
Observations	75	75	75	75

Gambar 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel CSR memiliki nilai rata-rata (mean) 0,460313 dan deviasi standar 0,144296. Terdapat perbedaan yang signifikan dalam tingkat pengungkapan CSR di antara perusahaan dalam sampel, dengan nilai minimum 0,092748 dan nilai maksimum 0,798753. Dengan probabilitas 0,385487 (lebih dari 0,05), hasil uji normalitas *Jarque-Bera* untuk data CSR menunjukkan bahwa distribusi data CSR cenderung normal, dengan nilai *skewness* -0,167735 (sedikit ke kiri) dan *kurtosis* 2,896 (sekitar 3). Ini menunjukkan bahwa distribusi data CSR cenderung mendekati normal. Variabel profitabilitas (ROA) rata-rata adalah 6,91% dengan deviasi standar 3,16%. *Leverage* (DER) rata-rata adalah 1,11, dan ukuran perusahaan (LNASSETS) rata-rata adalah 28,04. Seluruh variabel penelitian memenuhi asumsi normalitas, dan ketiga variabel ini menunjukkan sebaran normal dengan probabilitas di atas 0,05 menurut uji *Jarque-Bera*. Akibatnya, analisis regresi selanjutnya dapat dianggap valid secara statistik. Selain itu, tingkat keragaman data saat ini menunjukkan bahwa sampel penelitian cukup representatif untuk memeriksa hubungan antar variabel.

Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests
Equation: Untitled
Test cross-section and period fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	0.891886	(24,43)	0.6099
Cross-section Chi-square	30.299643	24	0.1750
Period F	0.609852	(2,43)	0.5481
Period Chi-square	2.097777	2	0.3503
Cross-Section/Period F	0.872681	(26,43)	0.6381
Cross-Section/Period Chi-square	31.780654	26	0.2005

Gambar 2. Hasil Uji Chow

Hasil uji Chow menghasilkan nilai probabilitas (Prob.) di atas 0,05 untuk efek *cross-section*, periode, dan kombinasi. Uji ini dilakukan dengan menggunakan uji F dan kotak chi. Ini menunjukkan bahwa efek individu bisnis (*cross-section*), efek waktu (periode), dan efek interaksi tidak signifikan secara statistik. Karena sampel penelitian tidak memiliki karakteristik yang signifikan yang berbeda antar perusahaan atau periode, model *Common Effect* (CEM) atau model *pooled* adalah pilihan terbaik. Dengan pilihan ini, variabel-variabel penelitian dapat dianalisis secara bersamaan tanpa mempertimbangkan perbedaan waktu atau heterogenitas individu.

Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: Untitled
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	2.652557	5	0.7534

Gambar 3. Hasil Uji Hausman

Nilai Chi-Square statistik sebesar 2,652557 dengan probabilitas (Prob.) sebesar 0,7534 ditemukan berdasarkan hasil Uji Hausman. Hipotesis nol yang menyatakan bahwa model *Random Effects Model* (REM) lebih tepat diterima karena nilai probabilitas lebih besar dari 0,05. Dengan kata lain, *Random Effects Model* (REM) dipilih sebagai model yang lebih efektif untuk analisis data panel dalam penelitian ini karena tidak ada perbedaan yang signifikan secara sistematis antara estimasi model efek tetap dan efek kebetulan.

Uji Lagrange Multiplier

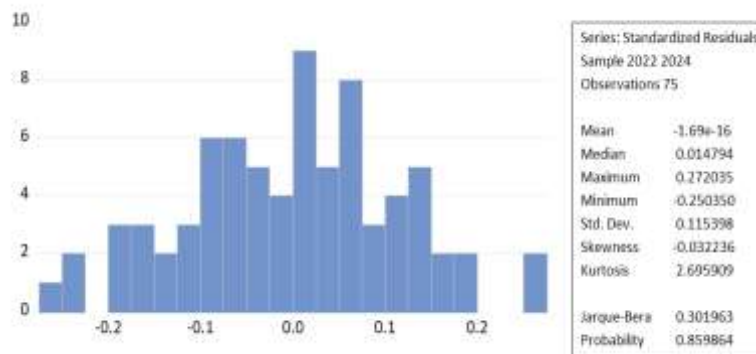
Lagrange Multiplier Tests for Random Effects
 Null hypotheses: No effects
 Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	0.065257 (0.7984)	0.424329 (0.5148)	0.489586 (0.4841)
Honda	-0.255454 (0.6008)	-0.651406 (0.7426)	-0.641246 (0.7393)
King-Wu	-0.255454 (0.6008)	-0.651406 (0.7426)	-0.696700 (0.7570)
Standardized Honda	-0.128589 (0.5512)	-0.320615 (0.6257)	-4.904809 (1.0000)
Standardized King-Wu	-0.128589 (0.5512)	-0.320615 (0.6257)	-3.268640 (0.9995)
Gourieroux, et al.	--	--	0.000000 (1.0000)

Gambar 4. Hasil Uji Lagrange Multiplier

Semua nilai probabilitas (p-value) untuk efek *cross-section*, *time*, dan *both* lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, menurut hasil *Uji Lagrange Multiplier* (LM) untuk efek acak. Ini berlaku untuk semua varian pengujian, termasuk pengujian terstandarisasi seperti Breusch-Pagan, Honda, dan King-Wu. Oleh karena itu, hipotesis nol, yang menyatakan bahwa tidak ada efek acak baik pada individu (perusahaan) maupun pada waktu, diterima. Oleh karena itu, *Common Effect Model* (CEM) bukan model efek acak adalah yang paling cocok untuk data panel penelitian ini.

Uji Normalitas



Gambar 5. Hasil Uji Normalitas

Nilai probabilitas uji Jarque-Bera sebesar 0,859864 lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, berdasarkan hasil Uji Normalitas pada residual terstandarisasi. Ini menunjukkan bahwa residual model regresi memiliki distribusi normal. Selain itu, kesimpulan bahwa sebaran residual simetris dan lebih mirip dengan distribusi normal didukung oleh nilai skewness (-0,032236) dan kurtosis (2,695909) yang hampir nol. Oleh karena itu, asumsi normalitas

dipenuhi dalam analisis regresi. Akibatnya, hasil pengujian hipotesis dan estimasi koefisien dapat dianggap valid dan dapat diandalkan secara statistik.

Uji Multikolinearitas

Variance Inflation Factors
Date: 02/08/26 Time: 18:46
Sample: 1 75
Included observations: 75

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	0.088757	466.1056	NA
ROA	0.207231	6.266426	1.070216
DER	0.000799	6.241965	1.070208
DER_LN	0.000504	1.092520	1.081615
ROA_LN	0.147487	1.088448	1.056752
LNASSETS	0.000116	478.2962	1.083499

Gambar 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Setiap variabel independen dalam penelitian ini ROA, DER, LNASSETS, dan variabel interaksi antara ukuran perusahaan dan *leverage* memiliki nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) di bawah 5. Nilai VIF yang rendah ini menunjukkan bahwa tidak ada korelasi tinggi, atau multikolinearitas, antara variabel independen. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel memberikan kontribusi yang berbeda dan independen untuk menjelaskan variasi CSR. Kondisi ini meningkatkan keandalan model regresi yang digunakan karena estimasi koefisien tidak terdistorsi oleh ketergantungan linear antar prediktor.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: White
Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	1.805916	Prob. F(17,57)	0.0499
Obs*R-squared	26.25459	Prob. Chi-Square(17)	0.0699
Scaled explained SS	18.84314	Prob. Chi-Square(17)	0.3376

Gambar 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil dari Uji Heteroskedastisitas White menunjukkan nilai ObsR-squared (*Chi-Square*) sebesar 26,25459 dengan probabilitas 0,0699, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Nilai F-statistic, di sisi lain, adalah 0,0499, yang dekat dengan ambang batas signifikansi. Meskipun uji F menunjukkan indikasi marginal, secara umum dapat disimpulkan bahwa, pada tingkat signifikansi 5%, hipotesis nol homokedastisitas tidak ditolak. Ini terutama berlaku untuk statistik Chi-Square yang lebih umum digunakan. Oleh karena itu, masalah heteroskedastisitas yang signifikan tidak ditemukan dalam model regresi yang digunakan. Akibatnya, asumsi tentang varians residual yang konstan juga dikenal sebagai

homokedastisitas telah dipenuhi, dan estimasi koefisien yang dihasilkan dianggap efisien dan dapat diandalkan.

Uji Auto Korelasi

Dependent Variable: CSR
 Method: Least Squares
 Date: 02/08/26 Time: 19:04
 Sample: 1 75
 Included observations: 75

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.122818	0.297921	-3.768848	0.0003
ROA	0.436629	0.455227	0.959145	0.0408
DER	0.091976	0.028269	3.253582	0.0018
DER_LN	0.038915	0.022452	1.733263	0.0087
ROA_LN	0.092695	0.384041	0.241369	0.0099
LNASSETS	0.051627	0.010750	4.802683	0.0000

R-squared	0.360433	Mean dependent var	0.460313
Adjusted R-squared	0.314087	S.D. dependent var	0.144296
S.E. of regression	0.119506	Akaike info criterion	-1.334284
Sum squared resid	0.985434	Schwarz criterion	-1.148885
Log likelihood	56.03567	Hannan-Quinn criter.	-1.260257
F-statistic	7.777086	Durbin-Watson stat	1.761853
Prob(F-statistic)	0.000008		

Gambar 8. Hasil Uji Auto Korelasi

Berdasarkan hasil regresi yang diperoleh, nilai Prob(F-statistic) sebesar 0,000008 dan nilai F-statistic 7,777086 menunjukkan bahwa model ini secara keseluruhan signifikan dalam menjelaskan variasi CSR, dengan R-squared 0,360433. Secara parsial, variabel profitabilitas (ROA) berdampak positif terhadap CSR (prob. 0,0408), bersama dengan *leverage* (DER) yang signifikan pada tingkat 0,0018, dan ukuran perusahaan (LNASSETS) juga sangat signifikan (prob. 0,0000). Selain itu, variabel interaksi antara *leverage* dan ukuran perusahaan (DER_LN) dan variabel interaksi antara profitabilitas dan ukuran perusahaan (ROA_LN) juga signifikan secara statistik (prob. 0,0087 dan 0,0087). Ini mengonfirmasi bahwa ukuran perusahaan berfungsi sebagai variabel pemoderasi yang meningkatkan pengaruh positif profitabilitas dan *leverage* terhadap CSR. Ini sesuai dengan Teori Pemangku Kepentingan, yang menyatakan bahwa perusahaan besar lebih responsif terhadap *leverage stakeholder* dalam mengungkapkan praktik CSR. Nilai Durbin-Watson 1,761853 menunjukkan bahwa tidak ada autokorelasi yang signifikan dalam model ini. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian diterima: tingkat pengungkapan CSR secara signifikan dipengaruhi oleh profitabilitas, *leverage*, ukuran, dan interaksi perusahaan.

Uji Hipotesis

Dependent Variable: CSR
 Method: Least Squares
 Date: 02/08/26 Time: 19:04
 Sample: 1 75
 Included observations: 75

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.122818	0.297921	-3.768848	0.0003
ROA	0.436629	0.455227	0.959145	0.0408
DER	0.091976	0.028269	3.253582	0.0018
DER_LN	0.038915	0.022452	1.733263	0.0087
ROA_LN	0.092695	0.384041	0.241369	0.0099
LNASSETS	0.051627	0.010750	4.802683	0.0000
R-squared	0.360433	Mean dependent var	0.460313	
Adjusted R-squared	0.314087	S.D. dependent var	0.144296	
S.E. of regression	0.119506	Akaike info criterion	-1.334284	
Sum squared resid	0.985434	Schwarz criterion	-1.148885	
Log likelihood	56.03567	Hannan-Quinn criter.	-1.260257	
F-statistic	7.777086	Durbin-Watson stat	1.761853	
Prob(F-statistic)	0.000008			

Gambar 9. Hasil Uji Hipotesis

Setiap variabel independen dan interaksinya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap CSR, menurut hasil regresi. Secara khusus, *leverage* (DER) dan profitabilitas (ROA) memiliki pengaruh positif langsung terhadap CSR, yang menunjukkan bahwa perusahaan dengan utang yang lebih tinggi dan profitabilitas yang lebih tinggi cenderung mengungkapkan CSR lebih banyak. Signifikansi variabel interaksi DER_LN dan ROA_LN menunjukkan peran moderasi ukuran perusahaan.

Hasil ini sejalan dengan Teori Pemangku Kepentingan, yang mengatakan bahwa perusahaan besar dipaksa untuk bertanggung jawab secara sosial dan *environmental* oleh *stakeholder*. Selain kinerja ekonomi, komitmen perusahaan terhadap masalah sosial dan *environmental* menunjukkan dukungannya terhadap *Triple bottom line*. Model ini tidak mengalami masalah autokorelasi (Durbin-Watson 1,762), dan signifikan secara statistik (F-statistic 7,777; $p=0,000008$). Oleh karena itu, penelitian ini menunjukkan bukti nyata bahwa ukuran organisasi memainkan peran penting dalam memperkuat hubungan antara pengungkapan CSR dan kinerja keuangan.

Sub-group Analysis

Dependent Variable: CSR
 Method: Least Squares
 Date: 02/08/26 Time: 19:09
 Sample: 1 39
 Included observations: 39

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.061162	0.478803	-2.216282	0.0333
ROA	-0.339365	0.679924	-0.499122	0.0420
DER	0.078107	0.045522	1.715814	0.0950
LNASSETS	0.051736	0.017292	2.991884	0.0051

R-squared	0.286210	Mean dependent var	0.479659
Adjusted R-squared	0.225028	S.D. dependent var	0.152135
S.E. of regression	0.133928	Akaike info criterion	-1.086112
Sum squared resid	0.627786	Schwarz criterion	-0.915490
Log likelihood	25.17918	Hannan-Quinn criter.	-1.024894
F-statistic	4.678011	Durbin-Watson stat	1.202475
Prob(F-statistic)	0.007512		

Gambar 10. Hasil Analisis Diatas Median

Secara keseluruhan, model signifikan (Prob. F = 0,0075) dan memiliki kemampuan untuk menjelaskan variasi CSR sebesar 28,62% berdasarkan hasil regresi untuk sub-grup perusahaan di atas median ukuran. Profitabilitas (ROA) secara parsial memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap CSR (Prob. 0,0420), menunjukkan bahwa pada perusahaan besar, peningkatan profitabilitas justru diikuti oleh penurunan pengungkapan CSR.

Namun, *leverage* (DER) berdampak positif pada tingkat 5% tetapi tidak signifikan (prob. 0,0950), dan ukuran perusahaan (LNASSETS) masih berdampak positif dan sangat signifikan (prob. 0,0051). Hasil menunjukkan bahwa bagi perusahaan besar, *leverage* untuk menjaga kinerja keuangan (profit) mungkin lebih dominan daripada dorongan untuk meningkatkan pengungkapan layanan masyarakat (CSR). Akibatnya, meskipun ukuran perusahaan tetap menjadi pendorong utama, hubungan negatif antara profitabilitas dan CSR muncul. Ini menunjukkan bahwa hubungan antara CSR dan kinerja keuangan sangat kompleks di perusahaan besar, di mana motivasi CSR tidak selalu linier dan dapat dipengaruhi.

Dependent Variable: CSR
 Method: Least Squares
 Date: 02/08/26 Time: 19:12
 Sample: 1 36
 Included observations: 36

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.295499	0.477004	-2.715909	0.0106
ROA	1.124502	0.605290	1.857790	0.0424
DER	0.083548	0.034637	2.412096	0.0218
LNASSETS	0.056894	0.017666	3.220492	0.0029

R-squared	0.430254	Mean dependent var	0.439354
Adjusted R-squared	0.376841	S.D. dependent var	0.134256
S.E. of regression	0.105982	Akaike info criterion	-1.546656
Sum squared resid	0.359430	Schwarz criterion	-1.370710
Log likelihood	31.83981	Hannan-Quinn criter.	-1.485246
F-statistic	8.055142	Durbin-Watson stat	1.011949
Prob(F-statistic)	0.000388		

Gambar 11. Hasil Analisis Dibawah Median

Profitabilitas (ROA) perusahaan kecil justru berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR (prob. 0,04024), menunjukkan bahwa peningkatan laba mendorong pengungkapan CSR yang lebih tinggi, kemungkinan karena sumber daya keuangan yang memadai. Berdasarkan hasil regresi untuk sub-grup perusahaan yang lebih kecil dari median ukuran, model secara keseluruhan signifikan (Prob. F = 0,000388) dan mampu menjelaskan 43,03% variasi CSR. Ukuran perusahaan (LNASSETS) tetap berpengaruh positif dan sangat signifikan (prob. 0,0029), yang konsisten dengan perannya sebagai pendorong CSR. Hasil ini menunjukkan bahwa CSR cenderung dipandang sebagai investasi strategis untuk memperkuat reputasi dan hubungan dengan pemangku kepentingan bagi perusahaan kecil. Di sini, *leverage* dan profitabilitas berfungsi sebagai enabler, bukan penghambat.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengujian pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas (ROA) dan leverage (DER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR, sehingga mendukung H1 dan H2 serta sejalan dengan *Stakeholder Theory*, *Resource Slack Theory*, dan *Signaling Theory*; ukuran perusahaan terbukti memoderasi hubungan tersebut melalui interaksi ROA_LN dan DER_LN sehingga memperkuat pengaruh keduanya terhadap CSR (mendukung H3 dan H4), meskipun analisis sub-grup menunjukkan bahwa pada perusahaan besar profitabilitas berdampak negatif terhadap CSR, sementara pada perusahaan kecil profitabilitas dan leverage tetap berpengaruh positif signifikan sebagai upaya membangun legitimasi; secara keseluruhan model signifikan dengan nilai R² sebesar 36,04%, yang menunjukkan bahwa variabel penelitian mampu menjelaskan lebih dari sepertiga variasi pengungkapan CSR serta menegaskan pentingnya ukuran perusahaan sebagai faktor kontekstual.

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar manajemen perusahaan pertambangan mengembangkan pengungkapan CSR yang proporsional dan kontekstual, meningkatkan kualitas serta konsistensi pelaporan dengan mengacu pada standar seperti *GRI* atau *ISSB*, serta memperkuat keterlibatan dengan pemangku kepentingan untuk meningkatkan transparansi dan mengurangi risiko. Peneliti selanjutnya disarankan memperluas cakupan sampel, menambahkan variabel moderasi atau mediasi lain, serta menggunakan pendekatan *mixed methods* guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terkait hubungan antara profitabilitas, leverage, dan pengungkapan CSR.

DAFTAR REFERENSI

- Andreas, H. H., & Chang, M. L. (2025). Profitability, leverage, and disclosure of corporate social responsibility in Indonesian companies. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 14(4), 458–469.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85–105. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x>
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone. <https://doi.org/10.1002/tqem.3310080106>
- European Commission. (2011). *A renewed EU strategy 2011–14 for corporate social responsibility*.
- Fajarini, D., Sulistiowati, S., & Rahmawati, A. (2024). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 6(5), 2890–2905.
- Fitriasari, D., & Meirini, D. (2014). Pengaruh leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan dan kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 3(1), 1–15.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman.
- Global Reporting Initiative. (2021). *GRI standards*.
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting: A review of the literature and a longitudinal study. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8(2), 47–77. <https://doi.org/10.1108/09513579510146996>

- Hackston, D., & Milne, M. J. (1996). Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 9(1), 77–108. <https://doi.org/10.1108/09513579610109987>
- International Organization for Standardization. (2010). *ISO 26000: Guidance on social responsibility*.
- Jenkins, H., & Yakovleva, N. (2006). Corporate social responsibility in the mining industry: Exploring trends in social and environmental disclosure. *Journal of Cleaner Production*, 14(3–4), 271–284. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2004.10.004>
- Kapitan, V. S., & Ikram, S. (2022). The influence of profitability and leverage on corporate social responsibility disclosure. *Journal of Accounting Auditing and Business*, 2(2), 14. <https://doi.org/10.24198/jaab.v2i2.22505>
- Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral. (2023). *Laporan kinerja Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral tahun 2023*.
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *Academy of Management Review*, 26(1), 117–127. <https://doi.org/10.2307/259398>
- Nasih, M., Harymawan, I., Paramitasari, Y. I., & Handayani, A. (2022). Carbon emissions, firm size, and corporate governance structure: Evidence from the mining and agricultural industries in Indonesia. *Sustainability*, 11(9). <https://doi.org/10.3390/su11092483>
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78–92.
- Sembiring, E. R. (2005). Karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial: Studi empiris pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 2(1), 71–95. <https://doi.org/10.21002/jaki.2005.08>

- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610. <https://doi.org/10.2307/258788>
- Theofilus, S., Sumarli, S., & Syaifuddin, S. (2019). Analisis penerapan program corporate social responsibility (CSR) dalam mengurangi waste pada PT Antam Tbk. UBPN Sultra. *Mandalika: Journal of Social Science*, 1(1), 14–25.
- United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development*.
- Waddock, S. A., & Graves, S. B. (1997). The corporate social performance–financial performance link. *Strategic Management Journal*, 18(4), 303–319. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199704\)18:4<303::AID-SMJ869>3.0.CO;2-G](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199704)18:4<303::AID-SMJ869>3.0.CO;2-G)
- World Bank. (2020). *Corporate social responsibility and sustainable development*.
- Yusra, I., & Hadya, R. (2021). Pengaruh profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility. *Jurnal Pundi*, 5(2), 235–248. <https://doi.org/10.31575/jp.v5i2.361>