YASIN
Jurnal Pendidikan dan Sosial Budaya

p-ISSN: 2808-2346
e-ISSN: 2808-1854

Terindeks: SINTA 5, Copernicus, Dimensions, Scilit, Lens, Crossref, Semantic, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/yasin.v6i3.10234

PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PADA PERUSAHAAN SEKTOR TELEKOMUNIKASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2021–2024

Effect of Profitability, Liquidity, and Leverage on the Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) in Telecommunications Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2021–2024 Period

Zulfa Khoirul Ummah, Suhesti Ningsih, Suprihati
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
zulfakhaer14@gmail.com; hesti.hegi@gmail.com

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Apr 8, 2026	May 6, 2026	May 18, 2026	May 23, 2026

Abstract

This study was motivated by post-pandemic financial pressure in the telecommunications sector and inconsistencies in previous research findings regarding financial factors that influence corporate social responsibility disclosure. This study aims to analyze the influence of profitability measured through Return on Assets (ROA), liquidity measured through the Current Ratio (CR), and leverage measured through the Debt to Equity Ratio (DER) on Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure. This study employed a quantitative approach with a causal-associative design. The research sample was determined through purposive sampling, resulting in 16 telecommunications sector companies listed on the

Yasin Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

Indonesia Stock Exchange for the 2021–2024 period, with a total of 64 observations. Secondary data sourced from annual reports and sustainability reports were analyzed using multiple linear regression through SPSS 23 after meeting the classical assumption tests. The results showed that profitability, liquidity, and leverage each had a positive and significant influence on CSR disclosure. Simultaneously, the F-test results showed that the three variables had a significant influence on CSR disclosure, with a coefficient of determination of 54.6%. The conclusion of this study affirms that corporate social transparency does not merely represent regulatory compliance but also forms part of a business strategy influenced by cash flow stability, profitability, and debt management. The implications of this study indicate that management needs to maintain fundamental financial performance to ensure the sustainability of CSR programs, while investors can use CSR disclosure as one indicator in assessing investment risk and corporate sustainability.

Keywords: Corporate Social Responsibility; Telecommunications Sector; Profitability; Liquidity; Leverage.

Abstrak: Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tekanan finansial pascapandemi pada sektor telekomunikasi serta inkonsistensi hasil penelitian terdahulu mengenai faktor keuangan yang memengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas yang diukur melalui *Return on Assets* (ROA), likuiditas yang diukur melalui *Current Ratio* (CR), dan *leverage* yang diukur melalui *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Sampel penelitian ditentukan melalui teknik pemilihan purposif sehingga diperoleh 16 perusahaan sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2024, dengan total 64 observasi. Data sekunder yang bersumber dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan dianalisis menggunakan regresi linear berganda melalui SPSS 23 setelah memenuhi uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, likuiditas, dan *leverage* masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Secara simultan, hasil uji F menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 54,6%. Simpulan penelitian ini menegaskan bahwa transparansi sosial perusahaan tidak hanya merepresentasikan kepatuhan regulasi, tetapi juga menjadi bagian dari strategi bisnis yang dipengaruhi oleh stabilitas arus kas, profitabilitas, dan pengelolaan utang. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen perlu menjaga kinerja fundamental keuangan guna menjamin keberlanjutan program CSR, sementara investor dapat memanfaatkan pengungkapan CSR sebagai salah satu indikator dalam menilai risiko investasi dan keberlanjutan perusahaan.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*; Sektor Telekomunikasi; Profitabilitas; Likuiditas; *Leverage*.

PENDAHULUAN

Perkembangan transformasi digital dewasa ini telah mendorong sektor telekomunikasi menjadi salah satu pilar strategis dalam menopang pertumbuhan ekonomi nasional. Perusahaan telekomunikasi saat ini tidak sekadar berperan sebagai penyedia layanan

komunikasi dasar, melainkan telah bertransformasi menjadi aktor utama dalam akselerasi pemerataan teknologi dan pembangunan ekonomi berbasis digital di Indonesia. Lonjakan jumlah pengguna internet di tanah air merupakan indikator nyata bahwa tingkat ketergantungan masyarakat terhadap keandalan layanan telekomunikasi semakin masif. Kondisi yang dinamis ini menempatkan perusahaan telekomunikasi pada posisi krusial yang berdampak langsung terhadap kesejahteraan ekonomi maupun sosial masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan menghadapi ekspektasi publik yang meluas, di mana orientasi bisnis tidak lagi eksklusif pada pencapaian laba maksimal, tetapi juga pada keseimbangan pemenuhan tanggung jawab sosial dan kelestarian lingkungan. Praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) kini berevolusi menjadi instrumen esensial dalam tata kelola bisnis modern. CSR bukan lagi diposisikan sebagai kegiatan filantropi periferal, melainkan sebagai wujud komitmen korporasi dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan melalui harmonisasi aspek ekonomi, sosial, dan ekologis (Sunaryo & Mahfud, 2016). Implementasi tanggung jawab sosial pada hakikatnya merupakan representasi kewajiban moral perusahaan untuk merawat hubungan yang sinergis dengan para pemangku kepentingan (Mardikanto, 2020).

Selanjutnya, pengungkapan CSR berfungsi sebagai medium strategis bagi manajemen dalam mengomunikasikan jejak rekam aktivitas sosial dan lingkungannya kepada publik. Transparansi melalui laporan tahunan atau keberlanjutan ini membuktikan bahwa operasional perusahaan senantiasa memperhatikan aspirasi dari entitas internal maupun eksternal (Ghani, 2018). Atas dasar tersebut, kualitas pengungkapan CSR berkorelasi positif tidak hanya terhadap peningkatan citra korporat, tetapi juga pada pembentukan legitimasi perusahaan di mata publik dan pasar modal (Koddeh & Saifi, 2017). Dalam skala global, integrasi CSR telah memicu diskursus yang mendalam terkait standar operasional bisnis. Mengadopsi prinsip *Environmental, Social, and Governance* (ESG) dalam matriks CSR terbukti memiliki keterikatan struktural terhadap valuasi perusahaan dan efisiensi aktivitas bisnis (Al-Issa et al., 2022). Secara regulatif, pemerintah Indonesia turut merespons urgensi ini dengan memformulasikan kerangka hukum pengungkapan CSR melalui Undang-Undang Perseroan Terbatas untuk menjamin akuntabilitas korporasi (Kartini, 2020).

Peneliti memandang bahwa sektor telekomunikasi memiliki karakteristik operasional yang sarat akan tantangan struktural dan finansial, terutama dalam fase pemulihan pascapandemi COVID-19. Perusahaan diwajibkan untuk mengalokasikan belanja modal yang masif guna memperluas infrastruktur jaringan digital di berbagai pelosok. Di sisi lain,

manajemen perusahaan juga terus berhadapan dengan tekanan fluktuasi biaya operasional, perang tarif data, serta instabilitas makroekonomi (Hanafi & Halim, 2017). Dalam situasi yang dilematis ini, peneliti berposisi bahwa stabilitas fundamental keuangan perusahaan merupakan prakondisi yang mutlak bagi optimalisasi pengungkapan CSR. Kemampuan fundamental tersebut terefleksi melalui indikator utama seperti profitabilitas, likuiditas, dan *leverage*. Tingkat profitabilitas adalah representasi utama dari efektivitas manajemen dalam mengekstraksi keuntungan finansial melalui rantai operasi bisnisnya (Kasmir, 2018). Profitabilitas yang konsisten bertumbuh merepresentasikan ketersediaan kapital yang memadai bagi manajemen (Kasmir, 2019). Secara logis, entitas bisnis yang membukukan surplus laba dalam skala besar akan terfasilitasi untuk menyalurkan sumber daya yang jauh lebih komprehensif bagi program tanggung jawab sosialnya (Arita & Mukhtar, 2019).

Profitabilitas sering dianggap sebagai modal utama bagi perusahaan untuk melakukan aksi sosial. Jika melihat kembali rekam jejak penelitian terdahulu, akan menemukan fakta yang jauh dari kata seragam. Dinamika hubungan antara kinerja laba dan luasnya informasi CSR telah banyak diuji dalam berbagai lanskap industri (Himawan & Farokah, 2024). Kajian empiris oleh Prahesti dan Desitama (2023) berhasil membuktikan bahwa rasio profitabilitas secara signifikan mendongkrak pengungkapan CSR perusahaan. Namun, secara kontras, investigasi lain menyimpulkan bahwa tinggi rendahnya tingkat profitabilitas sama sekali tidak memiliki pengaruh yang signifikan (Firdausi & Prihandana, 2022). Selain profitabilitas, ketersediaan likuiditas juga diproyeksikan berperan krusial dalam menopang aktivitas sosial perusahaan. Likuiditas yang prima mencerminkan kapabilitas entitas dalam melunasi setiap utang jangka pendeknya secara tepat waktu. Kondisi rasio lancar yang ideal mengindikasikan bahwa manajemen memiliki ruang gerak fiskal yang longgar untuk mendanai proyek-proyek keberlanjutan (Teng et al., 2022). Terdapat bukti empiris berlawanan yang menemukan bahwa likuiditas bukanlah determinan penentu dalam kebijakan manajemen untuk mengungkap kinerja CSR mereka ke publik. Faktor struktural lainnya adalah rasio *leverage*, yang merupakan instrumen pengukur sejauh mana struktur aset operasional perusahaan dibiayai oleh beban utang (Kasmir, 2017). Ketergantungan yang tinggi terhadap utang berpotensi memperbesar risiko kebangkrutan, sehingga manajemen mungkin bertindak konservatif dalam mengalokasikan anggaran sosial. Sebuah riset mengonfirmasi asumsi ini dengan menemukan bahwa tingginya *leverage* perusahaan secara signifikan akan mengurangi volume pengungkapan informasi CSR demi menghindari intervensi berlebih dari para kreditur. Sebaliknya, studi lain yang dilakukan oleh Anhari et al. (2023) justru gagal

menemukan adanya pengaruh nyata dari tingkat utang terhadap indeks pengungkapan CSR. Variasi temuan empiris mengenai signifikansi *leverage* ini memvalidasi adanya inkonsistensi literatur yang membutuhkan investigasi lebih lanjut (Prasethiyo, 2017).

Berdasarkan paparan di atas, peneliti menemukan adanya *research gap* berupa ketidakkonsistenan empiris dari studi-studi terdahulu mengenai pengaruh determinan keuangan (profitabilitas, likuiditas, *leverage*) terhadap kebijakan CSR. Lebih spesifik, mayoritas penelitian terdahulu cenderung berkonsentrasi pada industri manufaktur dan pertambangan, sehingga menciptakan kekosongan literatur pada sektor telekomunikasi yang sangat padat modal dan teknologi. Bertolak dari kesenjangan tersebut, penelitian ini menawarkan *novelty* (kebaruan) dengan meletakkan fokus analisis khusus pada korporasi sektor telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia dalam lintasan waktu 2021–2024. Rentang waktu tersebut secara spesifik dipilih karena merupakan era disrupsi transisional dari puncak pandemi menuju ekonomi digital yang baru (Sugiyono, 2022). Penilaian CSR pada riset ini juga dimutakhirkan dengan menggunakan matriks standar pedoman *Global Reporting Initiative* (GRI) 2021.

Secara konseptual, penelitian ini mengakar kuat pada dua pilar teori utama, yakni teori legitimasi dan teori *stakeholder* (Sugiyono, 2019). Profitabilitas perusahaan diproksikan melalui rasio *Return on Assets* (ROA) karena dinilai paling representatif dalam memotret kemampuan sejati aset (Hery, 2016). Optimalisasi utilitas aset ini diyakini berkorelasi linier dengan kapasitas perusahaan untuk meyakinkan publik akan komitmen lingkungannya (Ghozali, 2018). Pada sisi lain, aspek likuiditas yang diukur melalui *Current Ratio* (CR) akan merefleksikan daya tahan *cash flow* perusahaan dalam membiayai operasional jangka pendek sekaligus program eksternal (Sugiyono, 2018). Adapun struktur risiko perusahaan akan diukur melalui *Debt to Equity Ratio* (DER) untuk mengevaluasi apakah rasio utang membatasi atau justru memotivasi manajemen dalam pengungkapan aktivitas CSR (Sugiyono, 2017). Pembuktian empiris ini menjadi sangat bernilai strategis mengingat pengungkapan CSR yang berkualitas diakui sebagai katalisator krusial bagi investor dalam mendiagnosis prospek *going concern* suatu emiten (Yolanda, Bakkareng, & Sunreni, 2022). Pengungkapan yang kredibel juga secara tidak langsung memoderasi retensi konsumen dan melipatgandakan valuasi reputasi jangka panjang korporasi, melampaui biaya inisiasi yang dikeluarkan di awal (Nurul, 2020). Oleh karena itu, fokus dan tujuan esensial dari riset ini adalah untuk menguji dan menganalisis secara empiris derajat pengaruh profitabilitas, likuiditas, serta *leverage* terhadap kedalaman pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di bursa efek selama periode kritis 2021–2024.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal yang bertujuan menganalisis pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan leverage terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2024. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian menggunakan data numerik berupa laporan keuangan dan sustainability report perusahaan yang dianalisis secara statistik. Penelitian dilaksanakan pada tahun 2026 dengan durasi penelitian selama proses pengumpulan, pengolahan, dan analisis data. Desain penelitian menggunakan *explanatory research* dengan analisis regresi linear berganda untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR yang diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI), yaitu perbandingan jumlah item CSR yang diungkapkan perusahaan dengan total item pengungkapan. Variabel independen terdiri dari profitabilitas yang diukur menggunakan *Return on Assets* (ROA), likuiditas menggunakan *Current Ratio* (CR), dan *leverage* menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). Pemilihan indikator didasarkan pada teori keuangan dan konsep CSR yang menyatakan bahwa kondisi keuangan perusahaan memengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Populasi penelitian terdiri atas 21 perusahaan sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling* karena tidak semua perusahaan memenuhi kriteria penelitian. Kriteria sampel meliputi perusahaan yang terdaftar secara berturut-turut selama periode 2021–2024, tidak mengalami delisting, mempublikasikan laporan keuangan lengkap, dan melaporkan aktivitas CSR secara konsisten. Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh 16 perusahaan sebagai sampel penelitian dengan total 64 data observasi selama empat tahun pengamatan. Data yang digunakan merupakan data kuantitatif dengan sumber data sekunder yang diperoleh melalui laporan keuangan tahunan, sustainability report, jurnal ilmiah, artikel, dan literatur pendukung lainnya. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan studi pustaka. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan laporan keuangan dan sustainability report perusahaan melalui *website* resmi Bursa Efek Indonesia dan perusahaan terkait. Studi pustaka dilakukan dengan menelaah teori dan penelitian terdahulu yang relevan dengan variabel penelitian. Karena data berasal dari laporan resmi perusahaan yang telah dipublikasikan, penelitian tidak melakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen secara langsung, namun tetap melakukan pengecekan kesesuaian data sebelum dianalisis.

Teknik analisis data dilakukan menggunakan *software* SPSS versi 23. Analisis dimulai dengan uji statistik deskriptif untuk melihat nilai rata-rata, maksimum, minimum, dan standar deviasi. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Monte Carlo*, uji multikolinearitas menggunakan nilai *tolerance* dan Variance Inflation Factor (VIF), uji heteroskedastisitas menggunakan metode *Glejser*, serta uji autokorelasi menggunakan metode *Cochrane-Orcutt* dan *Durbin-Watson*. Setelah seluruh asumsi terpenuhi, dilakukan analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan leverage terhadap CSR. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji F untuk melihat pengaruh simultan, uji t untuk melihat pengaruh parsial, dan uji koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

HASIL

Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation
Profitabilitas	64	-0,42	0,12	0,0119	0,08953
Likuiditas	64	0,03	1026,01	16,9225	128,14370
Leverage	64	-34,93	149,87	2,8924	19,36432
CSR	64	0,49	0,63	0,5673	0,02405
Valid N (listwise)	64				

Sumber: Olah Data SPSS, 2026

Tabel 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif menunjukkan bahwa variabel profitabilitas (ROA) memiliki nilai minimum sebesar -0,42, nilai maksimum 0,12, rata-rata 0,0119, dan standar deviasi 0,08953; likuiditas (CR) memiliki nilai minimum 0,03, maksimum 1026,01, rata-rata 16,9225, dan standar deviasi 128,14370; *leverage* (DER) memiliki nilai minimum -34,39, maksimum 149,87, rata-rata 2,8924, dan standar deviasi 19,36432; sedangkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai minimum 0,49, maksimum 0,63, rata-rata 0,5673, dan standar deviasi 0,02405, yang menunjukkan adanya variasi data pada masing-masing variabel penelitian.

Hasil Pengujian Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas (Monte Carlo)

N			64
Normal Parameters[a]	Mean		0,0000000
	Std.Deviation		0, 01582023
Most Extreme Differences	Absolute		0,162
	Positive		0,162
	Negative		-0,096
Tes Statistic			0,162
Asymp. Sig. (2-tailed)			0,000
Monte Carlo sig (2-tailed)			0,061
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,054
		Upper Bound	0,067

Sumber: Olah Data SPSS, 2026

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas menunjukkan bahwa nilai *Monte Carlo* Sig. (2-*tailed*) sebesar 0,061 atau lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics				
	Tolerance	Syarat	VIF	Syarat	Keterangan
Profitabilitas	0,892	> 0,10	1,121	< 0,10	Lolos Multikolinearitas
Likuiditas	0,999	> 0,10	1,001	< 0,10	Lolos Multikolinearitas
Leverage	0,892	> 0,10	1,121	< 0,10	Lolos Multikolinearitas

Sumber: Olah Data SPSS, 2026

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, likuiditas, dan leverage memiliki nilai tolerance masing-masing sebesar 0,892, 0,999, dan 0,892 atau lebih besar dari 0,10 serta nilai VIF sebesar 1,121, 1,001, dan 1,121 atau lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari gejala multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Standardized Coefficients	Sig.	Keterangan
	Beta		
1. (Canstant)		0,000	
Profitabilitas	0,189	0,159	Lolos Heteroskedastisistas
Likuiditas	-0,131	0,302	Lolos Heteroskedastisistas
Leverage	-0,010	0,938	Lolos Heteroskedastisistas

Sumber: Olah Data SPSS, 2026

Tabel 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, likuiditas, dan *leverage* memiliki nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,159, 0,302, dan 0,938 atau lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Model	df1	df2	Sig. F Change	Durbin Watson	Keterangan
1	3	60	0,000	1,832	Lolos Autokorelasi

Sumber: Olah data, 2026

Tabel 5 Hasil Uji Autokorelasi menunjukkan bahwa nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,832 berada di antara nilai dU sebesar 1,6946 dan nilai (4-dU) sebesar 2,3054 atau 1,6946 < 1,832 < 2,3054, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala autokorelasi.

Hasil Pengujian Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error		
1. (Constant)	0,562	0,002	267,347	0,000
Profitabilitas	0,182	0,024	7,551	0,000
Likuiditas	0,000005019	0,000	3,148	0,003
Leverage	0,001	0,000	5,657	0,000

Sumber: Olah Data SPSS, 2026

Tabel 6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda menunjukkan persamaan regresi CSR = 0,562 + 0,182PB + 0,00005019LK + 0,001LV + e, yang berarti profitabilitas, likuiditas,

dan *leverage* memiliki arah pengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), di mana setiap peningkatan pada variabel independen akan diikuti peningkatan nilai CSR dengan asumsi variabel lainnya konstan.

2. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Tabel 7 Hasil Uji F

Model	F hitung	F tabel	Sig.	Syarat	Keterangan
1. Regression Residual Total	26,212	2,758	0,000	< 0,05	Layak

Tabel 7 Hasil Uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 26,212 lebih besar dari F tabel 2,758 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas, likuiditas, dan leverage secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan model penelitian dinyatakan layak digunakan.

3. Uji Parsial (Uji t)

Tabel 8 Hasil Uji t

Variabel	t Hitung	t tabel	Sig	Syarat	Kesimpulan
Profitabilitas	7,551	2,00030	0,000	< 0,05	Berpengaruh
Likuiditas	3,148	2,00030	0,003	< 0,05	Berpengaruh
Leverage	5,657	2,00300	0,000	< 0,05	Berpengaruh

Sumber: Olah Data SPSS, 2026

Tabel 8 Hasil Uji t menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki nilai t hitung sebesar 7,551 dengan signifikansi 0,000, likuiditas memiliki nilai t hitung sebesar 3,148 dengan signifikansi 0,003, dan leverage memiliki nilai t hitung sebesar 5,657 dengan signifikansi 0,000, di mana seluruh nilai t hitung lebih besar dari t tabel 2,00030 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas, likuiditas, dan *leverage* secara parsial berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2024.

4. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1.	0,753	0,567	0,546	0,01621

Sumber: Olah Data SPSS, 2026

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,546, yang berarti variabel profitabilitas, likuiditas, dan *leverage* mampu menjelaskan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 54,6%, sedangkan sisanya sebesar 45,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan leverage terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2024. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, seluruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Model penelitian juga dinyatakan layak digunakan karena memenuhi seluruh asumsi klasik dan memiliki kemampuan penjelasan model sebesar 54,6%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Nilai t hitung sebesar 7,551 dengan tingkat signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba memiliki hubungan erat dengan luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi cenderung memiliki sumber daya finansial yang lebih memadai untuk mendukung pelaksanaan program CSR secara lebih luas dan berkelanjutan. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa laba tidak hanya dipandang sebagai indikator keberhasilan ekonomi perusahaan, tetapi juga sebagai instrumen pendukung legitimasi sosial perusahaan di mata masyarakat dan pemangku kepentingan.

Dalam konteks perusahaan telekomunikasi, profitabilitas yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan investasi pada program sosial, pengembangan masyarakat, transformasi digital berkelanjutan, hingga program lingkungan yang relevan dengan operasional perusahaan. Perusahaan yang memperoleh keuntungan besar cenderung memiliki fleksibilitas lebih tinggi dalam mengalokasikan anggaran CSR tanpa mengganggu stabilitas operasional perusahaan. Selain itu, profitabilitas yang baik juga memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan memiliki kemampuan menjalankan bisnis secara berkelanjutan dan bertanggung jawab. Secara teoritis, hasil penelitian ini memperkuat pandangan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan berupaya memperoleh penerimaan sosial melalui pengungkapan aktivitas sosial dan lingkungan. Ketika perusahaan

memperoleh laba yang tinggi, ekspektasi publik terhadap kontribusi sosial perusahaan juga meningkat. Oleh sebab itu, perusahaan terdorong untuk memperluas pengungkapan CSR guna mempertahankan legitimasi dan reputasi perusahaan di mata publik. Temuan penelitian ini juga memperlihatkan bahwa CSR tidak lagi dipandang sebagai beban biaya, melainkan sebagai investasi jangka panjang yang mampu memperkuat citra perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Prahesti dan Desitama (2023) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa perusahaan dengan kemampuan menghasilkan laba yang tinggi cenderung lebih aktif dalam melakukan pengungkapan sosial karena memiliki dukungan sumber daya yang memadai. Namun demikian, hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Firdausi dan Prihandana (2022) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan laba perusahaan, tetapi juga dipengaruhi oleh kebijakan manajemen, orientasi perusahaan terhadap keberlanjutan, serta tekanan dari pemangku kepentingan. Selain profitabilitas, penelitian ini juga menemukan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Nilai t hitung sebesar 3,148 dengan tingkat signifikansi 0,003 menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek turut menentukan luas pengungkapan CSR perusahaan. Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi cenderung memiliki kondisi keuangan yang stabil sehingga lebih mampu melaksanakan aktivitas sosial secara konsisten.

Likuiditas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menjaga kelancaran operasional perusahaan. Ketika perusahaan memiliki kemampuan memenuhi kewajiban jangka pendek secara baik, maka tingkat kepercayaan kreditur, investor, dan pemasok terhadap perusahaan juga meningkat. Kondisi tersebut memberikan ruang bagi perusahaan untuk lebih fokus pada aktivitas strategis, termasuk pengembangan program CSR. Dalam industri telekomunikasi, stabilitas likuiditas menjadi faktor penting karena perusahaan membutuhkan dana yang besar untuk menjaga kualitas layanan, pengembangan infrastruktur digital, dan inovasi teknologi. Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki likuiditas tinggi akan lebih mudah mengalokasikan sebagian sumber dayanya untuk kegiatan CSR. Temuan ini memperlihatkan bahwa pengungkapan CSR tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan menghasilkan laba, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan menjaga stabilitas arus kas dan memenuhi kewajiban finansial jangka pendek. Dengan kata lain, perusahaan yang memiliki kondisi keuangan sehat cenderung lebih percaya diri dalam mengungkapkan

aktivitas sosialnya kepada publik. Pengungkapan CSR dalam kondisi tersebut dapat dipahami sebagai bentuk transparansi perusahaan untuk mempertahankan kepercayaan pemangku kepentingan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Sauh Hwee Teng et al. (2022) yang menjelaskan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi dinilai memiliki kemampuan lebih baik dalam mendukung aktivitas sosial perusahaan. Akan tetapi, hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Prahesti dan Desitama (2023) yang menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Perbedaan hasil penelitian tersebut dapat dipengaruhi oleh perbedaan karakteristik industri, kondisi ekonomi, serta kebijakan perusahaan dalam memprioritaskan penggunaan dana perusahaan. Selanjutnya, penelitian ini menemukan bahwa leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Nilai t hitung sebesar 5,657 dengan tingkat signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa tingkat penggunaan utang perusahaan turut memengaruhi luas pengungkapan CSR. Temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat leverage tinggi cenderung melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas sebagai bentuk transparansi dan upaya menjaga kepercayaan kreditur serta investor.

Dalam perspektif teori *stakeholder*, perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* tinggi akan menghadapi tekanan lebih besar dari pihak eksternal, khususnya kreditur dan investor. Oleh sebab itu, perusahaan terdorong untuk meningkatkan pengungkapan informasi, termasuk informasi sosial dan lingkungan, guna mengurangi asimetri informasi dan meningkatkan kredibilitas perusahaan. Pengungkapan CSR dalam kondisi tersebut dapat dipahami sebagai strategi perusahaan untuk memperlihatkan bahwa perusahaan tetap memiliki tanggung jawab sosial yang baik meskipun memiliki tingkat utang yang tinggi. Pada sektor telekomunikasi, *leverage* yang tinggi sering kali berkaitan dengan kebutuhan investasi infrastruktur dan pengembangan teknologi yang membutuhkan pembiayaan besar. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjaga citra dan reputasi perusahaan agar tetap memperoleh dukungan dari kreditur maupun investor. Salah satu strategi yang dilakukan adalah dengan meningkatkan transparansi melalui pengungkapan CSR yang lebih luas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Firdausi dan Prihandana (2022) yang menjelaskan bahwa leverage berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Penelitian tersebut menegaskan bahwa perusahaan dengan tingkat utang tinggi cenderung melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas untuk mengurangi kekhawatiran kreditur terhadap

risiko perusahaan. Namun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Anhari et al. (2022) yang menyatakan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa hubungan leverage dan CSR dapat dipengaruhi oleh kondisi keuangan perusahaan, tingkat risiko industri, serta orientasi manajemen terhadap keberlanjutan perusahaan.

Secara simultan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, likuiditas, dan leverage secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Nilai F hitung sebesar 26,212 dengan signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan hubungan antarvariabel. Selain itu, nilai *adjusted R square* sebesar 0,546 menunjukkan bahwa ketiga variabel independen mampu menjelaskan pengungkapan CSR sebesar 54,6%, sedangkan sisanya sebesar 45,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan CSR pada perusahaan telekomunikasi tidak hanya dipengaruhi oleh satu aspek keuangan saja, tetapi merupakan kombinasi dari kemampuan menghasilkan laba, menjaga stabilitas likuiditas, dan mengelola struktur pendanaan perusahaan. Dengan demikian, keputusan perusahaan dalam melakukan pengungkapan CSR merupakan bagian dari strategi perusahaan untuk menjaga legitimasi, reputasi, dan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

Dari sisi implikasi teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori legitimasi dan teori *stakeholder* dengan memperlihatkan bahwa kondisi keuangan perusahaan memiliki hubungan erat dengan praktik pengungkapan CSR. Penelitian ini juga memperkuat pandangan bahwa CSR bukan sekadar kewajiban normatif, tetapi telah menjadi bagian dari strategi bisnis perusahaan modern. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi perusahaan telekomunikasi agar tidak hanya berfokus pada pencapaian laba, tetapi juga memperhatikan kualitas pengungkapan CSR secara berkelanjutan. Perusahaan perlu meningkatkan transparansi dan konsistensi dalam menyampaikan informasi sosial dan lingkungan agar mampu meningkatkan kepercayaan publik dan memperkuat reputasi perusahaan. Bagi investor dan kreditur, hasil penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan dalam menilai kualitas perusahaan, karena pengungkapan CSR mencerminkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan usaha. Dari sisi metodologis, penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan analisis regresi linear berganda mampu memberikan gambaran empiris mengenai hubungan antara variabel keuangan dan

pengungkapan CSR. Penggunaan data perusahaan telekomunikasi selama periode 2021–2024 juga memberikan gambaran yang cukup relevan mengenai dinamika pengungkapan CSR pada era transformasi digital dan pascapandemi.

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Penelitian hanya menggunakan perusahaan sektor telekomunikasi sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasi pada seluruh sektor industri. Selain itu, variabel independen yang digunakan hanya terbatas pada profitabilitas, likuiditas, dan *leverage*, padahal pengungkapan CSR juga dapat dipengaruhi oleh faktor lain seperti ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, ukuran dewan komisaris, tekanan media, dan regulasi pemerintah. Keterbatasan lainnya terletak pada periode pengamatan yang relatif pendek sehingga belum mampu menggambarkan konsistensi pengungkapan CSR dalam jangka panjang. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa pengungkapan CSR pada perusahaan telekomunikasi dipengaruhi secara signifikan oleh kondisi keuangan perusahaan, khususnya profitabilitas, likuiditas, dan *leverage*. Penelitian ini menjadi penting karena memberikan pemahaman bahwa keberhasilan finansial perusahaan tidak dapat dipisahkan dari tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh temuan bahwa profitabilitas, likuiditas, dan *leverage* secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Profitabilitas menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba menjadi faktor penting yang mendorong peningkatan aktivitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Semakin tinggi laba yang diperoleh, semakin besar pula kemampuan perusahaan dalam mengalokasikan sumber daya untuk mendukung program sosial dan lingkungan. Likuiditas juga terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, yang menunjukkan bahwa perusahaan dengan kondisi keuangan jangka pendek yang baik cenderung lebih mampu menjaga reputasi dan memenuhi ekspektasi pemangku kepentingan melalui pengungkapan informasi sosial yang lebih luas. Selain itu, *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, yang mengindikasikan bahwa perusahaan dengan tingkat utang yang tinggi tetap berupaya meningkatkan transparansi dan akuntabilitas kepada kreditur maupun investor melalui pengungkapan tanggung jawab sosial.

Hasil penelitian ini berhasil menjawab tujuan penelitian mengenai hubungan antara kondisi keuangan perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR pada sektor telekomunikasi. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dengan memperkuat kajian mengenai legitimasi dan stakeholder theory yang menjelaskan bahwa perusahaan cenderung meningkatkan pengungkapan sosial untuk memperoleh legitimasi publik dan mempertahankan kepercayaan para pemangku kepentingan. Secara praktis, penelitian ini memberikan implikasi bagi perusahaan agar menjaga stabilitas kinerja keuangan sebagai dasar dalam mendukung keberlanjutan program CSR secara konsisten dan transparan.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak hanya dipengaruhi oleh aspek profitabilitas, tetapi juga oleh kemampuan likuiditas dan struktur pendanaan perusahaan. Penelitian ini memiliki implikasi penting bagi manajemen perusahaan, investor, maupun regulator dalam meningkatkan kualitas pengungkapan CSR sebagai bagian dari strategi keberlanjutan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelaporan CSR secara komprehensif dan berkelanjutan agar mampu meningkatkan citra perusahaan serta memperkuat kepercayaan publik. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan menambahkan variabel lain, memperpanjang periode observasi, serta menggunakan sektor industri yang berbeda agar diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif dan mampu menggambarkan pengungkapan CSR dalam berbagai kondisi ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Issa, N., Khaki, A. R., Jreisat, A., Al-Mohamad, S., Fahl, D., & Limani, E. (2022). Impact of environmental, social, governance, and corporate social responsibility factors on firm's marketing expenses and firm value: A panel study of US companies. *Cogent Business & Management, 9*(1), Article 2135214. https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2135214

Arita, E., & Mukhtar, R. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Likuiditas terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2014–2018. *Menara Ilmu, 13*(10), 13–21. https://jurnal.umsb.ac.id/index.php/menarailmu/article/view/1619

Bursa Efek Indonesia. (2025). *Laporan Keuangan dan Tahunan Perusahaan Tercatat*. https://www.idx.co.id/id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan

Damanik, A. G., Harmain, H., & Harahap, M. I. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015–2021. *Journal of Student Development Informatics Management*

(JoSDIM), *3*(2), 119–131. https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/JoSDIM/article/view/5046/0

Dzikir, A. N., Syahnur, S., & Tenriwaru, T. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi: Studi Empiris pada Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016–2018. *AJAR, 3*(2), 219–235. https://doi.org/10.35129/ajar.v3i02.134

Firdausi, S., & Prihandana, W. A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility: Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks SRI KEHATI Tahun 2014–2018. *Jurnal Akuntansi AKUNESA, 10*(2), 12–23. https://doi.org/10.26740/akunesa.v10n2.p12-23

Ghani, M. A. (2016). *Model CSR Berbasis Komunitas: Integrasi Penerapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Korporasi* (Edisi 1). IPB Press.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.

Global Reporting Initiative. (2021). *GRI 2: General Disclosures 2021*. Global Reporting Initiative. https://www.globalreporting.org/pdf.ashx?id=12358

Hanafi, M. M., & Halim, A. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. UPP STIM YKPN.

Hery. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Grasindo.

Himawan, F. A., & Farokah, A. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis, 27*(1), 50–65. https://doi.org/10.56943/esensi.v27i1.27

Kartini, D. (2020). *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Refika Aditama.

Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. RajaGrafindo Persada.

Kasmir. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. RajaGrafindo Persada.

Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. RajaGrafindo Persada.

Koddeh, A. A., & Saifi, M. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan: Studi pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013–2015. *Jurnal Administrasi Bisnis, 50*(3), 67–72.

Mardikanto, T. (2020). *Corporate Social Responsibility: Tanggung Jawab Sosial Korporasi*. Alfabeta.

Prahesti, D. O., & Desitama, S. F. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Likuiditas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Mirai Management, 8*(1), 476–487. https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/4348

Prasethiyo, D. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Sensitivitas Industri, dan Media Exposure terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Akuntansi, 5*(2), 1–24.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sunaryo, B. A., & Mahfud, M. K. (2016). Pengaruh Size, Profitabilitas, Leverage, dan Umur terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI Tahun 2010–2013. *Diponegoro Journal of Management, 5*(2), 537–550. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13977

Teng, S. H., Cahyani, A., Isabella, S. O., & Aisyah, F. E. (2022). Pengaruh Profitabolitas, Likuiditas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR di Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017–2019. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi, 6*(2), 1464–1474. https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.768

Yolanda, L., Bakkareng, & Sunreni. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating: Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014–2018. *Pareso Jurnal, 4*(2), 273–294.