

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE*
TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN
DI BEI PERIODE 2011-2015**

ARTIKEL ILMIAH



OLEH :

INDA YUNITA PURBA

2013310484

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2017

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE*
TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN
DI BEI PERIODE 2011-2015**

ARTIKEL ILMIAH



OLEH :

INDA YUNITA PURBA

2013310484

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2017

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Inda Yunita Purba
Tempat, Tanggal Lahir : Saranpunei, 18 Mei 1995
NIM : 2013310485
Program Studi : Akuntansi
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Keuangan
Judul : Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Perusahaan Pertambangan Di BEI Periode 2011-2015.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 21 Mei '17



(Dra. Gunasti Hudiwinarsih, Ak., M.Si)

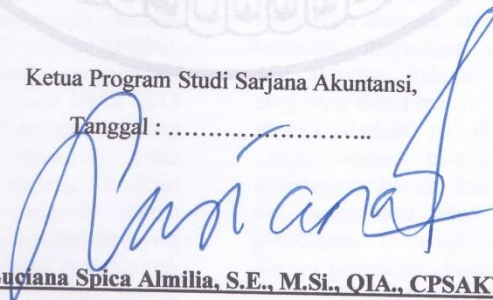
Co. Dosen Pembimbing,
Tanggal : 23 Maret 2017



(Dewi Murdiawati, SE., MM)

Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi,

Tanggal :



(Dr. Luciana Spica Almilha, S.E., M.Si., QIA., CPSAK)

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN LEVERAGE
TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
(CSR) PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN
DI BEI PERIODE 2011-2015**

Inda Yunita Purba

STIE Perbanas Surabaya

Email :indayunitap@gmail.com

Jl. Wonorejo Permai Utara III No.16, Wonorejo, Rungkut, Surabaya

ABSTRACT

The concept of Corporate Social Responsibility (CSR) appears in company circles and every company has to do a participation in every circle problems and company social. It not only makes the company focuses on financial data of the company (single bottom line), but also the company needs to pay attention the triple bottom line or it also called as 3P that consists of financial aspect (profit), social (people), and surroundings (planet). Corporate Social Responsibility gives many benefits to the company that applies the concept such as making the image of the company that will be evaluated by society, and also pushes the investors to do the investment because the company has already done the social responsibilities of company. This research has a purpose to examine the influence of company measurement, profitabilities, leverage, and measurement of company towards the act of expressing of Corporate Social Responsibility to all companies that are registered in Bursa Efek Indonesia (BEI). The population in this research is the companies that have been registered in Bursa Efek Indonesia from 2011 to 2015. From 44 companies that have been registered, there are only 17 companies that already fulfill the criteria of research's samples that have been decided. The technics of analyzing the data will be using experiment of classic assumption and also using a test of hypotheses that also has a doubled regression analysis with an assist of SPSS 21 for windows. The result of this research will show that the company measurement will influence the act of expressing of Corporate Social Responsibility (CSR). Meanwhile, the profitability an leverage will not influence the Corporate Social Responsibility Disclousure (CSR).

Key Word : *Corporate Sociality Responsibiliy, Profitability, Leverage, Firm Size*

PENDAHULUAN

Keberhasilan pembangunan suatu negara dapat dilihat dari banyaknya jumlah industri yang terdapat di negara tersebut. Jumlah industri di Indonesia yang tercatat di Badan Pusat Statistik pada tahun 2013 terakhir terdapat 23. 941 perusahaan yang dibagi menjadi dua subsektor yaitu subsektor besar dan sedang. Indikasi keberadaan industri semakin tahun semakin banyak jumlahnya ternyata menimbulkan dampak positif dan dampak negatif bagi masyarakat. Dampak positif yaitu menjadi wadah mata pencaharian dan

sumber pendapatan bagi masyarakat sedangkan dampak negatif yaitu masalah kerusakan lingkungan akibat pencemaran dari aktivitas industri seperti cerobong asap yang dapat menyebabkan polusi serta adanya limbah pabrik yang membuat sungai menjadi beracun. Kerusakan ini diakibatkan karena kurangnya kesadaran diri perusahaan akan tanggung jawab perusahaan terhadap sosial lingkungan dimana perusahaan berada.

Munculnya Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lebih dikenal

dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu konsep atau gagasan yang mengharuskan perusahaan untuk ikut dan berpartisipasi terhadap berbagai masalah lingkungan dan sosial perusahaan. Membuat perusahaan tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata (*single bottom line*) melainkan juga harus memperhatikan *triple bottom line* yang terdiri dari aspek keuangan (*profit*), aspek sosial (*people*), dan aspek lingkungan (*planet*) (Sukmawati Safitri, 2013).

Adapun aturan-aturan yang mengatur tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dirangkum di dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 ayat 1 menyatakan bahwa Perseroan yang menjalankan usahanya dibidang sumber daya alam dan bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Di Indonesia, praktik CSR telah mendapatkan perhatian yang cukup besar sebab adanya CSR membuat perusahaan menjadi bertanggung jawab akan keadaan lingkungan dimana perusahaan berada yang berdampak pada kualitas kehidupan masyarakat sehingga terjadi hubungan resiprokal (hubungan timbal balik) antara masyarakat dengan perusahaan (Okky Hendro, 2015) Perusahaan merupakan suatu tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat. Hal ini dilatarbelakangi oleh berbagai kasus yang terjadi yang menimbulkan keresahan masyarakat seperti adanya kasus *illegal logging*, peningkatan polusi, peningkatan limbah dari aktivitas operasional industri, buruknya kualitas keamanan produk, eksploitasi sumber daya alam yang berlebihan dan lain-lain. Munculnya fenomena ini yang mendasari bahwa keberadaan CSR di perusahaan-perusahaan sangat penting dalam menjaga dan memelihara kelestarian lingkungan sekitar perusahaan berada serta dengan adanya CSR maka image perusahaan akan

semakin baik di lingkungan masyarakat dan para investor. Menurut kompas.com yang dipublish pada 24 Juni 2015 menyatakan bahwa PT. Freeport Indonesia merupakan perusahaan pertambangan yang pernah terdaftar sebagai salah satu perusahaan multi nasional terburuk pada tahun 1996. Hal tersebut disebabkan karena keuntungan ekonomi yang dibayangkan tidak seperti yang dijanjikan melainkan kondisi lingkungan dan masyarakat di sekitar lokasi pertambangan semakin memburuk dan menuai adanya protes karena dinilai melanggar hukum dan HAM. Kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh PT. Freeport yaitu tentang masalah limbah industri yang berasal dari limbah batuan (*waste rock*) dan limbah air asam tambang (*acid mine drainage*). Sekitar 2,5 milyar ton limbah batuan Freeport dibuang kealam sehingga menyebabkan terjadinya longsor disekitar kawasan pertambangan yang sering menyebabkan adanya kecelakaan selain itu limbah batuan tersebut juga dapat mencemari perairan didaerah gunung kawasan pertambang Freeport karena dinilai mengandung logam sulfide yang sangat berbahaya yang memiliki tingkat keasaman yang sangat tinggi (Ph rendah) yang diduga telah meresap ke air tanah pegunungan. Hal tersebut menunjukkan bahwa tailing PT. Freeport sangat berbahaya karena kandungan logam berat yang terdapat di dalamnya sehingga membuat sungai yang terdapat di kawasan pertambangan menjadi tercemar yang dapat merusak ekosistem sungai serta dapat meresahkan masyarakat karena masyarakat menjadi kesulitan mendapatkan air bersih yang digunakan sebagai pemenuhan akan kebutuhan sehari-hari. Hal tersebut menunjukkan bahwa PT. Freeport telah lalai dalam mengatasi pengelolaan limbah batuan yang akhirnya menimbulkan keresahan masyarakat dan kerusakan lingkungan hidup. Fenomena tersebut merupakan cerminan bahwa pada hakekatnya perusahaan hanya mengutamakan

keuntungan (*profit*) sebagai faktor utama dari kegiatan operasionalnya tanpa memperhatikan dampak negatif yang ditimbulkan atas aktivitas perusahaan yang merugikan orang lain. Dalam konteks seperti ini maka peran *Corporate Social Responsibility* (CSR) sangat berperan penting dalam menjaga dan melestarikan lingkungan sosial yang merupakan suatu kewajiban bagi setiap perusahaan agar tetap memperhatikan kualitas lingkungan sekitar dimana perusahaan berada. Faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan untuk melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menurut Sukmawati Safitri (2013) yaitu mencakup ukuran perusahaan, tingkat profitabilitas, tingkat leverage, umur perusahaan, kepemilikan manajerial dan ukuran dewan komisaris tetapi dalam hal ini peneliti hanya menggunakan tiga faktor saja di dalam dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diantaranya yaitu faktor ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*.

Menurut Dwi Kartini (2009), ukuran perusahaan adalah suatu variabel penduga yang banyak digunakan dalam menjelaskan variasi pengungkapan CSR kedalam bentuk laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar sehingga akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut dibandingkan dengan pengungkapan informasi oleh perusahaan kecil.

Profitabilitas merupakan suatu alat ukur yang digunakan perusahaan dalam menilai keefektifan kinerja perusahaan. Profitabilitas menurut Agustya Kurratul (2015) menyatakan bahwa tingkat profitabilitas yang tinggi akan melakukan pengungkapan yang luas yang menjadi suatu upaya dalam meyakinkan pihak eksternal bahwa perusahaan berada dalam persaingan yang kuat serta dalam memperlihatkan kinerja perusahaan yang baik. Rasio profitabilitas

berfungsi untuk mengukur kemampuan para eksekutif perusahaan dalam menciptakan keuntungan baik keuntungan dalam bentuk laba perusahaan maupun nilai ekonomis atas penjualan, aset bersih perusahaan ataupun dengan modal sendiri. Jadi semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka semakin luas pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Sedangkan variabel lain yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah *leverage*. *Leverage* adalah suatu gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan sehingga dengan demikian dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Heni Triastuti (2013) mengatakan bahwa perjanjian terbatas seperti perjanjian utang yang tergambar dalam tingkat leverage bertujuan untuk membatasi kemampuan manajemen untuk menciptakan transfer kekayaan antara pemegang saham dan pemegang obligasi.

Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) hal ini dilakukan untuk menghilangkan keraguan pemegang saham terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur yakni memerlukan pengungkapan CSR sebagai suatu informasi untuk mengevaluasi resiko secara benar. Dari berbagai hasil terdapat beberapa variabel yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR yang masih menunjukkan hasil yang berbeda-beda dalam setiap penelitian. Hal inilah yang akan menjadi dasar dalam penelitian ini. Dasar penelitian yang akan digunakan yaitu penelitian Okky Hendro (2015) dan penelitian Sukmawati Safitri (2013). Kedua penelitian tersebut menjadi dasar penelitian karena sama-sama bertujuan untuk mengetahui apakah variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Penelitian- penelitian tersebut ternyata menghasilkan hasil yang tidak konsisten dimana menurut penelitian Okky Hendro

(2015) menyatakan bahwa variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sukmawati Safitri (2013) menyatakan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan tersebut maka terjadi inkonsistensi hasil penelitian dari penelitian terdahulu sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali atas topik tersebut dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diteliti dengan menggunakan tiga variabel independen yaitu variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2011-2015.

RERANGKA TEORIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Agency Teory

Teori agensi mendeskripsikan adanya suatu hubungan kontraktual antara pemegang saham (*shareholders*) sebagai prinsipal dan manajemen yang berperan sebagai agen. Dalam hal ini agen memiliki hak untuk bertindak atas nama dan kepentingan prinsipal dan atas adanya tindakan tersebut maka agen mendapatkan imbalan tertentu dari pihak *principal* (Suwardjono, 2013:485). Teori agensi memiliki pandangan bahwa dalam suatu perusahaan terdapat dua pihak yang saling terkait yaitu *principal* dan manager. Pihak yang tergolong kedalam *principal* merupakan pihak yang mempunyai modal untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan, sedangkan manager merupakan pihak pelaku kegiatan operasional perusahaan tersebut. Menurut Ikhsan Arfhan (2011:91) menyatakan bahwa jika dilihat dari sudut pandang teori agensi itu sendiri, maka *principal* (pemilik atau manajemen puncak)

membawahi agen (manajer atau para karyawan) dalam melaksanakan kinerja yang efisien.

Menurut Sudana (2011:12) bahwa dengan adanya pengungkapan CSR maka akan mengurangi terjadinya asimetris informasi antara pemilik dengan manajer perusahaan yang didasari oleh adanya perbedaan kepentingan antara manajer dengan pemilik. Adanya penerapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan ini bertujuan untuk menarik minat para investor agar berinvestasi pada perusahaan sehingga perusahaan akan mendapatkan tambahan modal dalam mengembangkan usahanya agar lebih bertumbuh dan mendapatkan nilai lebih dari produksi perusahaan. Hal ini didasari oleh pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial yang tercermin dalam teori agensi dimana menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar dari pada perusahaan kecil dalam mengungkapkan semua informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan (Sudana, 2011 : 13).

Signalling Theory

Menurut Suwardjono (2013:583) menyatakan bahwa *Signalling theory* atau yang dikenal dengan teori pensinyalan memiliki fungsi dalam menekankan informasi penting yang berguna bagi para investor dalam menetapkan keputusan investasi untuk pihak di luar perusahaan. Informasi tersebut berupa keterangan, catatan ataupun gambaran keadaan dimasa lalu, keadaan saat ini maupun keadaan masa depan yang berguna dalam memprediksi keadaan kelangsungan hidup masa depan perusahaan (*going concern*).

Teori signaling membahas mengenai dorongan perusahaan dalam memberikan informasi kepihak eksternal. Dorongan tersebut muncul karena didasari oleh terjadinya asimetri informasi antara pihak manajemen dan pihak eksternal sehingga untuk mengurangi terjadinya asimetri informasi tersebut maka perusahaan harus mengungkapkan

informasi yang dimiliki, baik informasi keuangan maupun informasi non keuangan (Bringham dan Houston, 2012:185-186). Informasi non keuangan yang wajib untuk diungkapkan oleh perusahaan adalah informasi tentang tanggungjawab sosial perusahaan atau yang disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dimuat pada laporan keuangan tahunan (*annual report*) atau laporan sosial perusahaan terpisah.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) mendefinisikan CSR sebagai “*Continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large.*” Merupakan suatu komitmen bisnis untuk secara terus menerus berperilaku etis dan berkontribusi dalam pembangunan ekonomi serta meningkatkan kualitas hidup karyawan, keluarga, masyarakat lokal dan masyarakat luas (Sukrisno, 2009: 89).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu bentuk tindakan yang didasari oleh pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi yang diikuti dengan peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat luas (Nor, 2011: 48). Sedangkan menurut Sukrisno, 2009: 90) mengemukakan bahwa perkembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diawali dengan munculnya *The Triple Bottom Line*, dimana konsep tersebut menjelaskan bahwa perusahaan tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan semata (*single bottom line*) melainkan harus meliputi aspek keuangan (*profit*), aspek sosial (*people*) dan aspek lingkungan (*planet*) atau yang sering dikenal dengan sebutan 3P. Konsep CSR memadukan tiga fungsi perusahaan secara seimbang yang

terdiri dari fungsi ekonomis, fungsi sosial, dan fungsi alamiah. Fungsi ekonomis yaitu fungsi untuk memperoleh keuntungan (*profit*) bagi perusahaan, fungsi sosial yaitu fungsi yang berperan melalui pemberdayaan manusianya yaitu para pemangku kepentingan dalam menjaga keadilan dan menanggung beban dari aktivitas perusahaan, sedangkan yang terakhir adalah fungsi alamiah yaitu berperan dalam menjaga kelestarian alam (*planet/bumi*) (Sukrisno, 2011: 90-91).

Konsep CSR pada umumnya menyatakan bahwa tanggungjawab perusahaan tidak hanya terhadap pemilik atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para *stakeholders* yang terkait atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan tersebut. Informasi yang diungkapkan di dalam laporan tahunan dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Dalam hal ini pengungkapan CSR merupakan bentuk pengungkapan sukarela yang memberikan dampak yang positif yaitu memberikan manfaat jangka panjang bagi perusahaan kedepannya. Pengungkapan CSR merupakan suatu proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas ekonomi terhadap kelompok khusus yang juga memiliki kepentingan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Adapun kewajiban untuk melaksanakan CSR pada perusahaan yang terdapat di Indonesia diatur dalam peraturan Undang- Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) dalam pasal 74 (1) menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam (SDA) wajib untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan yang menerapkan CSR guna menjaga agar perusahaan dapat tetap bertahan hidup atau *going concern*.

Indeks Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSRDI)

Terdapat beberapa jenis indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, salah satunya adalah GRI (*Global Reporting Index*) dari *Global Reporting Initiative* yang merupakan suatu lembaga untuk mempromosikan standar yang diciptakan dengan memberikan arahan bagi perusahaan-perusahaan dalam menerbitkan laporan berkelanjutan tentang CSR. CSR yang cocok untuk diaplikasikan di Indonesia terdapat 79 item yang termasuk kedalam kategori pengungkapan CSR yang sesuai dengan kondisi di Indonesia. Indikator pengungkapan GRI dibagi menjadi tiga kelompok utama yaitu indikator kinerja ekonomi, indikator kinerja lingkungan dan indikator kinerja sosial.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan perusahaan. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil, hal ini di dasari karena perusahaan besar cenderung memiliki resiko yang lebih besar terhadap kerusakan lingkungan. Perusahaan besar berdasarkan teori keagenan yang menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar daripada perusahaan kecil (Ahmad Mukti, 2015) sehingga perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak dengan upaya untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Ukuran perusahaan diprosikan dengan menggunakan \ln total asset. Hal ini dilakukan untuk mengurangi terjadinya fluktuatif data yang berlebihan sehingga ketika dilakukan pemrosesan data maka nilai total asset perusahaan dapat dikombinasikan dengan variabel independen yang lain. Ukuran perusahaan digunakan untuk menjelaskan pengungkapan CSR yang dikaitkan dengan teori agensi dimana perusahaan besar

memiliki biaya keagenan yang lebih besar sehingga untuk mengurangi biaya keagenan tersebut maka perusahaan akan mengungkapkan informasi yang lebih luas dari perusahaan kecil yang tidak menunjukkan perilaku CSR secara jelas karena perusahaan yang berada dalam tahap dewasa dan bertumbuh yang menarik banyak perhatian dari lingkungannya serta memerlukan respon yang lebih terbuka (Sudana,2011).

Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba, Kasmir (2013:196). Rasio profitabilitas bertujuan untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu dengan tujuan untuk menilai posisi laba perusahaan pada periode sebelumnya dengan laba periode sekarang sehingga dapat diketahui kinerja laba yang dihasilkan pada periode tertentu, Kasmir (2013: 197-198). Semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dihasilkan suatu perusahaan dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan, dengan demikian semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka semakin luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Munsaidah dkk, 2016). Sedangkan menurut Maria Wijaya (2012) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan suatu faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial kepada para pemegang saham. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan berasal dari tingkat profitabilitas perusahaan yang semakin meningkat. Maka dapat dijelaskan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan entitas untuk menghasilkan laba yang diprosikan dengan menggunakan ROA sehingga dapat diketahui tingkat laba yang diperoleh perusahaan dengan membandingkan laba

setelah pajak dengan total aset perusahaan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan nilai pemegang saham, sebab hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan CSR telah dipostulasikan untuk merefleksikan pandangan bahwa kepedulian sosial membutuhkan gaya managerial agar dapat menghasilkan *profit* bagi perusahaan tersebut.

Leverage

Leverage adalah rasio yang digunakan dalam mengukur nilai utang dengan ekuitas yang di proksikan melalui *Debt To Equity Ratio*, Kasmir (2013: 157-158). Perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan lebih banyak membiayai asetnya dengan dana modal sendiri. Hal tersebut menggambarkan bahwa resiko keuangan perusahaan jika dikaitkan dengan teori keagenan memprediksikan bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang rendah karena dipengaruhi oleh biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal yang berasal dari pinjaman luar.

Leverage menunjukkan kualitas layanan kewajiban perusahaan yang diprosika dengan menggunakan DER yaitu dengan membandingkan seberapa besar rasio antara total kewajiban dan total modal yang dimiliki perusahaan. Sehingga *leverage* dapat dikatakan sebagai suatu perjanjian hutang yang digambarkan dengan tingkat *leverage*, yang dimaksud untuk membatasi kemampuan manajemen dalam menciptakan transfer kekayaan antar pemegang saham dan pemegang obligasi (Okky Hendro, 2015). Berdasarkan teori keagenan menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan maka semakin besar juga

pengungkapan informasi yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menghilangkan keraguan para pemegang saham terhadap dipenuhinya hak-hak sebagai kreditur yang membutuhkan informasi tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Berdasarkan teori agensi secara umumnya menyatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi yang dilakukan dibandingkan dengan perusahaan kecil karena perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar sehingga perusahaan tidak membutuhkan adanya biaya tambahan yang besar dalam melakukan pengungkapan yang luas. Selain itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak di soroti pengungkapannya sehingga dengan melakukan pengungkapan informasi yang luas maka dapat mengurangi biaya politis perusahaan dimana hal tersebut dijadikan sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sukmawati Safitri, 2013).

Selain itu ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan variabel yang penting dalam praktik CSR dimana memiliki peran sebagai barometer mengenai alasan mengapa perusahaan harus terlibat dalam praktik CSR. Selain itu juga ukuran perusahaan berperan sebagai variabel penduga yang digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dan menunjukkan seberapa besar kinerja keuangan

perusahaan dalam memperoleh keuntungan (*profit*). Profitabilitas dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan dalam menjalankan aktivitas perusahaan agar mendapatkan laba sebesar-besarnya, oleh sebab itu semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka cenderung perusahaan tersebut melakukan pengungkapan CSR secara luas. Berdasarkan teori agensi bahwa semakin besar laba yang diperoleh suatu perusahaan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Perusahaan menggunakan *Return on Asset* (ROA) sebagai alat untuk mengukur tingkat profitabilitas perusahaan karena rasio ini dinilai dapat mengukur sejauh mana laba bersih yang telah dihasilkan oleh perusahaan pada sejumlah aset tertentu.

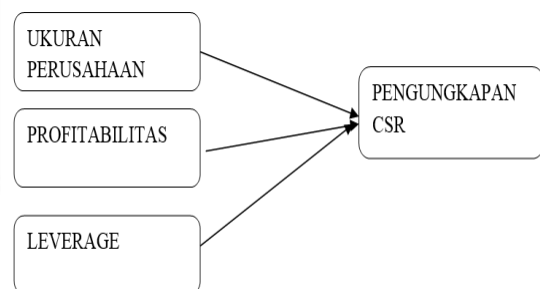
Selain itu menurut Heni Triastuti (2013) menyatakan bahwa rasio profitabilitas dapat mengukur para eksekutif perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan baik keuntungan dalam bentuk laba perusahaan maupun keuntungan dalam bentuk nilai ekonomis yang berasal dari aktivitas penjualan, aset bersih perusahaan maupun modal perusahaan sendiri (*shareholders equity*). Dengan demikian jika perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi maka perusahaan tersebut memiliki dana yang cukup untuk dialokasikan ke dalam kegiatan sosial dan lingkungan sehingga tingkat pertanggungjawaban sosial perusahaan akan tinggi.

Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Leverage merupakan variabel yang menunjukkan kualitas layanan kewajiban perusahaan yang menjelaskan seberapa besar rasio antara total kewajiban dengan total modal perusahaan maka kemungkinan besar perusahaan tersebut

akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang sehingga pihak manager akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan dengan laba dimasa depan. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan sedikit mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial hal tersebut didasari agar perusahaan dapat melaporkan laba sekarang lebih tinggi (mengurangi biaya pengungkapan). Penelitian yang dilakukan oleh Ahcmad Mukti (2015) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Heni Triastuti (2013) yang menyatakan bahwa tinggi rendahnya *leverage* tidak mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu maka kerangka penelitian ini dapat digambarkan pada bagan di bawah ini.



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Dari kerangka pemikiran diatas, maka dapat disimpulkan hipotesis yang akan diajukan untuk dilakukan pengujian dalam penelitian ini sebagai berikut.

H1: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

H2 : Profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

H3 : *Leverage* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

METODE PENELITIAN

RANCANGAN PENELITIAN

Metode penelitian pada umumnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan adanya tujuan dan kegunaan tertentu bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Pembahasan dalam metode penelitian ini mencakup jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan teknik pengumpulan data. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan juga bertujuan untuk menemukan bukti empiris tentang pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) khususnya terhadap perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Penelitian ini tergolong dalam metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif adalah penelitian yang bersifat induktif dan cenderung berasal dari sebuah teori yang berfungsi untuk menguji dan membuktikan kebenaran dari teori tersebut. Berangkat dari sebuah teori maka hasil dari penelitian ini nantinya akan di konversikan ke dalam angka-angka menggunakan uji statistik yang menunjukkan atau membuktikan apakah terdapat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

Ditinjau dari karakteristik masalah, penelitian ini termasuk dalam penelitian klausul komparatif. Penelitian klausul komparatif adalah merupakan penelitian yang menunjukkan hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Di dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sedangkan variabel independen yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*.

Batasan Penelitian

Di dalam penelitian ini, peneliti menyadari adanya batasan penelitian diantaranya seperti batasan operasional

dan batasan sumber daya yang digunakan. Hal-hal yang menjadi batasan penelitian ini diantaranya, membatasi sampel yang akan diteliti, yaitu hanya menggunakan perusahaan pertambangan yang listing di BEI sedangkan untuk perusahaan yang *nonlisting* tidak termasuk dalam kategori, membatasi variabel independen yang digunakan yaitu variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan membatasi periode penelitian yang dilakukan yakni hanya lima tahun penelitian yaitu periode 2011-2015.

Identifikasi Variabel

Penelitian ini menggunakan variabel dependen dan variabel independen diantaranya:

1. Variabel yang dipengaruhi (variabel dependen) adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)
2. Variabel yang mempengaruhi (variabel independen) yaitu : Ukuran perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*

Corporate Social Responsibility

Penelitian ini menggunakan variabel dependen pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yakni merupakan suatu proses pengkomunikasian dari adanya dampak sosial dan lingkungan akibat keberadaan kegiatan ekonomi organisasi terhadap masyarakat. CSR tersebut bertujuan untuk meningkatkan ekonomi dan kualitas hidup bagi semua orang baik bagi pekerja, keluarga dan organisasi. Informasi mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) terdiri dari enam kategori yang diadopsi dari *Indeks Global Reporting Initiative* (GRI) yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, praktek tenaga kerja dan pekerjaan yang layak, hak asasi manusia, masyarakat/sosial, dan tanggung jawab produk. Penghitungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dilakukan dengan menggunakan variabel dummy yaitu :

Score 0: Jika perusahaan tidak mengungkapkan item-item pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Score 1: Jika perusahaan mengungkapkan item-item pengungkapan

Corporate Social Responsibility (CSR).

Indeks pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$CSRDI = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

CSRDI: *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

n_j : Jumlah indikator untuk perusahaan j, $n_j \leq 79$

X_{ij} : variabel dummy : 1 jika item i diungkapkan ; 0 jika item i tidak diungkapkan. Dengan demikian, $0 \leq CSRDI_j \leq 1$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan besarnya lingkup suatu perusahaan dalam menjalankan aktiva operasi. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan dilihat berdasarkan banyaknya total asset perusahaan yang diprosikan dengan log total asset. Tujuannya adalah untuk mengurangi perbedaan yang signifikan antara ukuran perusahaan dengan ukuran perusahaan kecil sehingga dengan hal tersebut maka data total aset dapat terdistribusi normal.

Ukuran perusahaan dapat dihitung menggunakan rumus :

$$\text{Size Perusahaan} = \ln \text{ of Total Asset}$$

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam mengasilkan laba atau keuntungan dalam rangka meningkatkan nilai *shareholder* (pemegang saham). Dalam penelitian ini profitabilitas perusahaan diukur dengan *earning per share* yang diprosikan

dengan menggunakan ROA (*Return on Asset*) yang merupakan ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan cara memanfaatkan aktiva yang dimiliki. Adapun ROA diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan pada periode 2011-2015 yaitu Laporan Laba Rugi untuk data laba bersih dan Neraca untuk data total aktiva. ROA dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}}$$

Leverage

Leverage merupakan tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya, sehingga *leverage* dinilai dapat mencerminkan tingkat resiko keuangan suatu perusahaan. *Leverage* menunjukkan kualitas layanan kewajiban perusahaan yang diprosikan dengan menggunakan DER yaitu dengan membandingkan seberapa besar rasio antara total kewajiban dengan total modal yang dimiliki perusahaan. *Leverage* dapat dikatakan sebagai suatu perjanjian hutang yang digambarkan dengan tingkat *leverage* yang Membatasi kemampuan manajemen dalam menciptakan transfer kekayaan antar pemegang saham dan pemegang obligasi. Dalam penelitian ini indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat *leverage* adalah *Debt To Equity Rasio* (DER). Adapun pengukuran dalam penelitian ini menggunakan rumus :

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

POPULASI SAMPLE DAN TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2011-2015. Sampel adalah unit dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang proses pengambilannya bersifat mewakili

(*representative*) sedangkan menurut Lijan Poltak (2014:95) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi yang telah ditetapkan. Pada penelitian ini menggunakan sampel dari seluruh populasi perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2011-2015 dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan *metode purposive sampling* dengan kriteria :

1. Perusahaan dari industri pertambangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2011-2015.
2. Perusahaan mempublikasikan laporan keuangan tahunan periode 2011-2015.
3. Laporan keuangan yang berakhir per 31 Desember
4. Laporan keuangan perusahaan menggunakan satuan mata uang rupiah.
5. Perusahaan yang menerapkan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR).

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Ghozali (2013:19) mengatakan bahwa statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), *standard deviasi*, varian, maksimum, minimum, sum, range, kuortosis dan *skewness* (kemencengan distribusi). Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian. Analisis statistik deskriptif akan memberikan gambaran mengenai variabel-variabel dalam penelitian ini yaitu *Corporate Social Responsibility*, ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage. mengenai nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata dan standar deviasi.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Berdasarkan uji kolmogorov smirnov bahwa nilai asymp. Sig sebesar 0.968. hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi normal Karena nilai sig $0.968 > 0.0$.

Uji Multikolinearitas

Melihat Nilai *Tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) merupakan ukuran yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya korelasi. Menurut Ghozali (2013:105) nilai *cutoff* yang umum digunakan untuk menunjukkan multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* ≥ 0.10 atau sama dengan nilai VIF ≤ 10 .

Tidak ada satupun variabel independen yang memiliki nilai VIF > 10 dan tidak ada juga satupun variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* < 0.10 . maka tidak terjadi multikolinearitas dalam model

Uji Autokorelasi

Dilihat dengan menggunakan uji Durbin-Watson akan didapat nilai batas bawah (dL) sebesar 1.575 dan diperoleh nilai batas atas (dU) sebesar 1.721. Nilai DW yakni sebesar 1.869 $\geq dU$, yakni 1.721 dan $\leq 4 - dU$, yaitu sebesar 2.279 ($4 - 1.721$) maka berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima sehingga dapat dikatakan tidak terjadi adanya autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Cara yang dapat dilakukan dalam mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada penelitian ini yakni dengan uji Glejser. Uji ini dilakukan dengan mengabsolutkan nilai residual dan menjadikannya sebagai variabel dependen. Kemudian pengambilan keputusan didasarkan pada nilai signifikansi (Sig) ≥ 0.05 maka menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas dan bila nilai signifikansi (Sig) ≤ 0.05 . Dalam penelitian ini tidak ada satupun variabel independen yang memiliki nilai sig < 0.05 tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 1
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	85	.04	.52	.2865	.13601
PROFITABILITAS	85	-.78	1.94	.0408	.25746
LEVERAGE	85	-1.50	7.47	1.0856	1.30098
SIZE_PERUSAHAAN	85	21.02	36.76	28.4033	2.38210
Valid N (listwise)	85				

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa banyak sampel perusahaan dalam penelitian adalah sebanyak 85 perusahaan pertambangan. Berdasarkan tabel analisis deskriptif pada variabel CSR dapat dilihat bahwa nilai tertinggi 0,52 yang dimiliki oleh PT. TIMAH (Persero) Tbk menunjukkan bahwa perusahaan ini melakukan pengungkapan indikator CSR lebih banyak dari perusahaan-perusahaan lain dalam sektor industri pertambangan karena perusahaan tersebut telah mengapresiasi pelaksanaan CSR dengan sebaik mungkin yang sesuai dengan kebutuhan para pemangku kepentingan. Indikator CSR yang banyak diungkapkan yaitu EC1,EC2,HR3 dan PR6. Jumlah CSR yang terendah dimiliki oleh PT. Cita Mineral Investindo Tbk dengan nilai 0.04, yang menunjukkan bahwa perusahaan tersebut melakukan pengungkapan CSR lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang lain. PT. Cita Mineral Investindo Tbk hanya mengungkapkan indikator EC8 dan LA8 yang berfokus pada aspek ekonomi tidak langsung dan praktek tenaga kerja dan pekerjaan yang layak. Berdasarkan nilai rata-ratanya, nilai CSR dalam penelitian ini sebesar 0.2865. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan sektor industri pertambangan mencapai kurang dari

setengah nilai maksimal 1, yang bermakna bahwa perusahaan sektor pertambangan dalam mengungkapkan CSR belum terlaksana dengan baik. Adapun rata-rata item yang diungkapkan terkait dengan indikator GRI dengan menggunakan 79 item adalah indikator kinerja ekonomi (EC6,EC7,EC8) indikator masyarakat/sosial (SO1,SO7), indikator praktek tenaga kerja (LA1,LA2,LA4,LA13), indikator HAM (HR5,HR6,HR8,HR9).Pengungkapan rata-rata CSR jika dibandingkan dengan standar deviasi CSR yakni sebesar 0.13601, menunjukkan bahwa data CSR tidak begitu bervariasi atau bersifat homogen karena nilai standar deviasi CSR lebih kecil dari nilai rata-rata CSR. Rata-rata pengungkapan CSR keseluruhan selama tahun 2011-2015 adalah sebesar 0.28 atau dapat dikatakan bahwa perusahaan industri sektor pertambangan yang memiliki nilai pengungkapan CSR diatas nilai rata-rata 0.28 terdiri dari 39 perusahaan atau sekitar 46% dari total keseluruhan perusahaan pertambangan selama periode 2011-2015, sedangkan nilai pengungkapan CSR yang dibawah nilai rata-rata 0.28 terdiri dari 46 perusahaan atau sekitar 54% dari total keseluruhan perusahaan pertambangan selama tahun 2011-2015. Hal ini bermakna bahwa mayoritas perusahaan masih belum mengungkapkan indikator-indikator CSR secara keseluruhan dalam menjalankan aktivitas perusahaan. Berdasarkan grafik gambar 4.1 juga dapat dilihat bahwa

pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan pada sektor industri pertambangan mengalami peningkatan setiap tahunnya. Peningkatan ini disebabkan karena perusahaan sektor pertambangan sudah mulai sadar akan tanggungjawabnya untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan hidup.

Profitabilitas adalah suatu rasio yang berfungsi untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan atau menciptakan laba bagi suatu perusahaan. Rasio ini bertujuan untuk menilai posisi laba perusahaan pada periode sebelumnya dengan laba periode sekarang sehingga dapat diketahui kinerja laba yang dihasilkan suatu perusahaan pada periode tertentu, Kasmir (2013,197-198). Berdasarkan tabel analisis deskriptif pada variabel profitabilitas dapat dilihat bahwa jumlah profitabilitas yang paling tinggi dimiliki oleh PT. Garda Tujuh Buana Tbk dengan jumlah profitabilitas sebesar 1.94 yang menunjukkan bahwa PT. Garda Tujuh Buana Tbk memiliki tatakelola perusahaan yang baik didalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan sehingga perusahaan ini dapat menghasilkan laba. Jumlah profitabilitas yang paling rendah dimiliki oleh PT. Mitra Investindo Tbk, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan PT. Mitra Investindo Tbk memiliki tatakelola perusahaan yang kurang baik dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan sektor industri pertambangan lainnya yaitu hanya sebesar -0.78 hal ini dikarenakan karena perusahaan pertambangan mengalami kerugian dalam menjalankan aktivitas industrinya dimana hal tersebut disebabkan kurangnya sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan tidak berjalan baik. Standar deviasi dari data penelitian ini adalah sebesar 0.25746. Nilai standar deviasi ini tergolong besar bila dibandingkan dengan nilai rata-rata sehingga menunjukkan bahwa data nilai

profitabilitas dalam penelitian ini bersifat heterogen.

Rata-rata profitabilitas perusahaan sektor pertambangan secara keseluruhan selama tahun 2011-2015 adalah sebesar 0.0408 yang terdiri dari 29 perusahaan atau sekitar 34% dari total keseluruhan sampel digunakan, sedangkan profitabilitas yang dibawah nilai rata-rata terdiri dari 56 perusahaan atau sekitar 66% dari total keseluruhan perusahaan pertambangan selama tahun 2011-2015. Perusahaan pada tahun 2012 dan 2013 berada pada kondisi baik karena nilai yang ditunjukkan adalah diatas rata-rata keseluruhan. Hal ini dapat dilihat dari komparasi rata-rata keseluruhan profitabilitas perusahaan pertambangan dengan perbandingan banyaknya rata-rata total aset dan laba bersih perusahaan pada tahun 2012 dan 2013, yang menunjukkan bahwa proporsi total aset perusahaan lebih besar dari laba bersih perusahaan memiliki arti bahwa perusahaan pertambangan memiliki aset yang cukup besar dalam menjalankan bisnisnya yang terdiri dari aset berwujud dan aset tak berwujud dengan tujuan untuk menghasilkan laba bagi perusahaan. Indikator pengungkapan CSR yang banyak diungkapkan oleh perusahaan adalah indikator LA8 dan LA11 sedangkan tahun 2011, 2014, dan 2015 memiliki nilai dibawah rata-rata keseluruhan yang berarti bahwa keadaan perusahaan berada dalam kondisi yang kurang baik. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa profitabilitas perusahaan pertambangan selama tahun 2011-2015 mengalami fluktuasi.

Leverage adalah suatu gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan dengan tujuan untuk dapat melihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Berdasarkan tabel analisis deskriptif pada variabel *leverage* dapat dilihat bahwa proporsi *leverage* yang paling tinggi dimiliki oleh PT. Cakra Mineral Tbk dengan proporsi nilai sebesar 7.47. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Cakra Mineral Tbk memiliki tatakelola perusahaan yang

baik karena perusahaan dinilai mampu dalam melunasi kewajiban perusahaan. Jumlah proporsi *leverage* yang paling rendah dibandingkan dengan perusahaan pertambangan yang lain yaitu dimiliki oleh PT. Golden Eagle Energy Tbk yakni sebesar -1.50. Hal tersebut menyebabkan adanya ketidakpastian mengenai kemampuan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan usahanya karena modal yang dimiliki perusahaan mengalami defisit. Nilai standar deviasi dalam penelitian ini yakni sebesar 1.30098, karena nilai standar deviasi lebih besar dari nilai rata-rata maka dapat disimpulkan bahwa data *leverage* dalam penelitian ini bersifat heterogen (tingkat variasi data cukup tinggi).

Dapat diketahui bahwa selama periode 2011 sampai dengan 2015 nilai rata-rata data *leverage* mengalami fluktuasi, dimana nilai rata-rata keseluruhan variabel *leverage* selama tahun 2011-2015 adalah 1.0856. Jika dibandingkan dengan nilai rata-rata keseluruhannya dapat diketahui bahwa keadaan perusahaan pada tahun 2012 dan 2013 berada pada kondisi yang baik karena nilai yang ditunjukkan adalah diatas komparasi nilai rata-rata keseluruhan yang menunjukkan proporsi total modal perusahaan lebih besar jika dibandingkan dengan total utang perusahaan. Indikator pengungkapan CSR yang mendorong kenaikan nilai *leverage* adalah indikator tanggung jawab produk yang terdiri dari item PR3, PR4, PR5, PR6, PR7, PR8 dan PR9. Sedangkan di tahun 2011, 2014, dan 2015 memiliki nilai dibawah rata-rata walaupun dalam hal ini proporsi total modal lebih besar dari total utang perusahaan tetapi modal yang dimiliki perusahaan tersebut belum mampu dalam mendanai segala kebutuhan perusahaan yang menyebabkan kegiatan operasional perusahaan menjadi terganggu serta hal ini juga membuat perusahaan untuk tidak menambah jumlah pinjamannya sehingga perusahaan tidak

mengungkapkan banyak indikator CSR dalam aktivitas operasionalnya.

Ukuran perusahaan merupakan besar lingkungannya suatu perusahaan dalam menjalankan aktiva operasi. Pada tabel analisis deskriptif dapat dilihat bahwa tingkat ukuran perusahaan yang paling tinggi dimiliki oleh PT. Timah Persero Tbk sebesar 36.76, hal ini menunjukkan bahwa PT. Timah Persero Tbk memiliki ukuran perusahaan dalam lingkup yang besar dalam menjalankan aktiva operasi perusahaan sedangkan ukuran perusahaan yang paling rendah dimiliki oleh PT. Garda Tujuh Buana Tbk. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki ukuran perusahaan yang paling rendah yakni sebesar 21.02 dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang lainnya. Nilai standar deviasi data dalam penelitian ini yakni sebesar 2.38210 dimana dalam hal ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi sehingga dapat disimpulkan bahwa data ukuran perusahaan dalam penelitian ini bersifat homogen.

Rata-rata ukuran perusahaan pada perusahaan-perusahaan pada sektor pertambangan secara keseluruhan selama tahun 2011-2015 adalah sebesar 28.4033 yang terdiri dari 35 perusahaan atau sekitar 41% dari total keseluruhan perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan yang dibawah rata-rata terdiri dari 50 perusahaan atau sebesar 59% dari total keseluruhan perusahaan pertambangan selama tahun 2011-2015. selama periode 2011 sampai dengan 2015 nilai rata-rata ukuran perusahaan mengalami peningkatan setiap tahunnya, dimana nilai rata-rata keseluruhan variabel ukuran perusahaan selama tahun 2011-2015 adalah sebesar 28.4033 yang apabila dibandingkan dengan nilai komparasi rata-rata keseluruhannya dapat diketahui bahwa keberadaan perusahaan di tahun 2011-2015 berada pada kondisi yang baik karena perusahaan pertambangan telah memiliki ketersediaan aset yang cukup besar yang terdiri dari aset berwujud dan

aset tak berwujud yang digunakan dalam membiayai kegiatan operasional perusahaan. Hal ini membuat pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan juga ikut besar, dimana indikator yang paling banyak diungkapkan adalah indikator kinerja lingkungan yang terdiri dari EN12, EN27, EN20.

Uji Hipotesis

Analisis data menggunakan regresi dengan bantuan spss 16.00 for windows, maka persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{Pengungkapan CSR} = -0.518 + 0.049 \text{ profitabilitas} - 0.006 \text{ leverage} + 0.028 \text{ size perusahaan} + e.$$

Uji F

Menunjukkan bahwa hasil tingkat signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat diambil keputusan bahwa model yang diuji adalah model yang fit. Serta menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan (X_1), profitabilitas (X_2), leverage (X_3) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Uji Koefisien Determinasi

Menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* 0.257 (25,7%). Hal ini bahwa nilai 25,7% variasi dalam pengungkapan CSR yang dijelaskan oleh variabel size perusahaan, profitabilitas, dan leverage. Sedangkan sisanya yakni 74.3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Uji t

Berdasarkan uji t menunjukkan bahwa variabel profitabilitas dan leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai Sig dari masing-masing variabel dimana jika nilai Sig > 0.05 maka

menunjukkan bahwa H_0 ditolak sedangkan jika Sig < 0.05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR.

Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dan menunjukkan seberapa besar kinerja keuangan perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Profitabilitas diprosikan dengan menggunakan *Return on Asset* (ROA) yang digunakan sebagai alat untuk mengukur tingkat profitabilitas perusahaan. Berdasarkan *agency theory* bahwa semakin besar laba yang diperoleh suatu perusahaan membuat perusahaan lebih cenderung mengungkapkan informasi CSR yang lebih luas dengan demikian jika perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi maka perusahaan tersebut memiliki dana yang cukup untuk dialokasikan kedalam kegiatan sosial dan lingkungan. Berdasarkan analisis regresi linear berganda bahwa variabel profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Jika dikaitkan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa semakin besar *profit* yang diperoleh suatu perusahaan maka semakin luas juga pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan tersebut, karena perusahaan tersebut memiliki dana yang cukup untuk dialokasikan kedalam kegiatan sosial dan lingkungan.

Dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas yang tinggi belum tentu akan mengungkapkan CSR yang lebih luas daripada perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas yang rendah, sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas yang rendah belum tentu akan mengungkapkan CSR lebih kecil dari pada perusahaan yang mempunyai profitabilitas yang tinggi. Jadi profitabilitas mempunyai arah hubungan

negatif, hal ini menunjukkan adanya hubungan yang berbanding terbalik antara profitabilitas dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial, sehingga tidak cukup bagi para investor menjadikan tingkat profitabilitas sebagai barometer untuk melihat seberapa luas pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa sudah meningkatnya kesadaran perusahaan, khususnya perusahaan pertambangan yang ada di Indonesia atas pentingnya melakukan pengungkapan CSR mengingat kegiatan operasional perusahaan pertambangan bergerak dalam bidang eksploitasi sumberdaya alam yang sangat rentan melakukan kerusakan alam. Hal ini berarti bahwa besar kecilnya profitabilitas perusahaan tidak akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan karena pengungkapan CSR juga telah ditetapkan oleh pemerintah yang diatur dalam Undang-Undang No 40 Tahun 2007 Pasal 74. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yakni penelitian yang dilakukan oleh Okky Hendro (2015) sedangkan penelitian yang menyatakan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR adalah penelitian yang dilakukan oleh Munsaidah, dkk (2016).

Pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR.

Leverage merupakan variabel yang menjelaskan kualitas layanan kewajiban perusahaan yang menunjukkan seberapa besar rasio antara total utang dengan total modal perusahaan. *Leverage* perusahaan diproksikan dengan DER. DER adalah rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas sehingga melalui *leverage* suatu perusahaan dapat menunjukkan kondisi struktur modal perusahaan kepada para *stakeholder*. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut sangat bergantung pada pinjaman

untuk membiayai asetnya sedangkan perusahaan dengan *leverage* yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan lebih banyak membiayai asetnya dengan dana modal sendiri. Berdasarkan *agency theory* yang menjelaskan tentang adanya hubungan kontraktual antara principal dan agen dimana agen harus bertindak sesuai dengan kepentingan *principal*. Jika dikaitkan dengan teori agensi maka semakin tinggi *leverage* yang dimiliki suatu perusahaan maka semakin besar juga pengungkapan informasi CSR yang dilakukan oleh perusahaan tersebut Berdasarkan hasil uji t dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat keterkaitan antara *leverage* dengan pengungkapan CSR karena rata-rata tingkat *leverage* yang meningkat dan menurun tidak mempengaruhi nilai indeks pengungkapan CSR yang terus meningkat setiap tahunnya. Hal ini dikarenakan di Indonesia telah memperlakukan UUPT No. 40 tahun 2007 pasal 74 ayat (1) tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR), sehingga dengan adanya peraturan tersebut maka mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan CSR dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Okky hendro (2015) sedangkan variabel *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ahcmad Mukti (2015).

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR.

Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki pengungkapan informasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran lebih kecil hal ini dikarenakan perusahaan besar cenderung memiliki resiko yang lebih besar terhadap kerusakan lingkungan. Ukuran perusahaan pada penelitian ini diproksikan dengan menggunakan *Ln total asset*.

Berdasarkan teori agensi menyatakan maka semakin besar pengungkapan informasi yang dilakukan oleh perusahaan tersebut dibandingkan dengan perusahaan kecil. Berdasarkan analisis regresi linear berganda bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini juga dapat dilihat pada data analisis deskriptif yang menunjukkan rata-rata variabel ukuran perusahaan mengalami peningkatan yang selaras dengan peningkatan pengungkapan CSR. Peningkatan jumlah ukuran perusahaan dikarenakan perusahaan industri pertambangan mengalami pertumbuhan dalam bisnisnya sehingga perusahaan mulai memiliki ukuran perusahaan yang relatif besar dimana *aktiva* yang dimiliki perusahaan dalam menjalankan operasional juga tersedia dalam jumlah yang besar. Perusahaan yang memiliki ukuran besar kecenderungan untuk mengungkapkan CSR juga lebih besar. Hal ini dikarenakan keberadaan perusahaan telah diketahui oleh masyarakat sehingga perusahaan harus mengungkapkan CSR secara luas untuk meningkatkan citra perusahaan di mata para investor dan masyarakat.

SIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN DAN KETERBATASAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2011-2015 sedangkan sampel yang digunakan adalah perusahaan pertambangan yang menerapkan aktivitas *corporate social responsibility* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan hasil perhitungan regresi

bahwa semakin besar ukuran perusahaan bahwa variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini hanya mampu menjelaskan besarnya variasi dalam variabel terikat sebesar 25.7% sedangkan sisanya sebesar 74.3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model. Berdasarkan hasil uji F maka variabel profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan hasil uji t menunjukkan bahwa profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR sedangkan variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap CSR.

Dari hasil analisis dan kesimpulan yang telah dijelaskan maka dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yakni sampel yang digunakan hanya 17 perusahaan dengan kriteria yang telah ditetapkan serta penelitian ini hanya menggunakan variabel profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage*. sedangkan saran untuk penelitian selanjutnya pertama menambahkan sampel yang digunakan yakni seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI, kedua yakni menambahkan variabel independen yang lainnya seperti kepemilikan manajerial, ukuran dewan komisaris, profil perusahaan, kinerja lingkungan dll.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustya Kurratul. 2015. Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada perusahaan yang terdaftar di indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia (BEI).”*Jurnal kinerja keuangan*. Vol. 12 No.1/2015. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.
- Ahemad Mukti. 2015. Pengaruh karakteristik perusahaan dan ukuran dewan komisaris terhadap *Riset Akuntansi* Vol.4 No. 12..

- Ikhsan Arfhan. 2011. *Akuntansi Keprilakuan*. Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat.
- Bringham dan Houston. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 11. Jakarta : Salemba Empat.
- Dwi Kartini. 2009. *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Banskung : PT. Refika Aditama.
- Heni Triastuti. 2013. Pengaruh profitabilitas dan size perusahaan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility. "Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Vol.13 No. 1/Maret 2013. FE-UISU.
- Sudana Made Ali. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori & Praktik*. Jakarta : Erlangga.
- Ghozali Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. 21. Edisi 7. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kasmir. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi 1. Jakarta : Rajawali Pers
- Lijan Poltak. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk bidang ilmu administrasi, kebijakan publik, ekonomi, sosiologi, komunikasi dan ilmu sosial*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Maria Wijaya. 2012. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Vol 1 No. 5.
- Nor Hadi . 2011. *Corporate Social Responsibility*. Edisi 1. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Okky Hendro . 2015. Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility." *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*. Vol.4 No. 9 /2015. STIE-SBY.
- Munsaidah, dkk. 2016. Analisis pengaruh *firm size, age, profitabilitas, leverage, dan growth* perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar di bursa efek Indonesia pada tahun 2010-2014. " *Jurnal Of Accounting*, Volume 2 No.2 Maret 2016.
- Sukmawati Safitri. 2013. Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*." *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* Vo.2 No.3. STIESA-SBY.
- Sukrisno Agoes. 2009. *Etika Bisnis Dan Profesi Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya*. Jakarta : Salemba Empat.
- Suwardjono.2013. *Teori Akuntansi : Perencanaan Pelaporan Keuangan*. Edisi 4. Yogyakarta : BPFE.
- Undang-Undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang memberikan kewajiban hukum bagi korporasi untuk melaksanakan CSR.