

**PENGARUH TINGKAT *LEVERAGE*, PROFITABILITAS, DAN *SIZE*
PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE*
*SOCIAL RESPONSIBILITY***

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Akuntansi



Oleh :

RADITYA TARUNA RECTAVIO
NIM : 2014310388

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2018**

**PENGARUH TINGKAT *LEVERAGE*, PROFITABILITAS, DAN *SIZE*
PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE*
*SOCIAL RESPONSIBILITY***

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Akuntansi



Oleh :

RADITYA TARUNA RECTAVIO
NIM : 2014310388

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2018**

PERSETUJUAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Raditya Taruna Rectavio
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 26 Oktober 1996
N.I.M : 2014310388
Program Studi : Akuntansi
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan
Judul : Pengaruh Tingkat *Leverage*, Profitabilitas, dan *Size* Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Disetujui dan diterima baik oleh:

Dosen Pembimbing, CO-Dosen Pembimbing,
Tanggal : Tanggal :



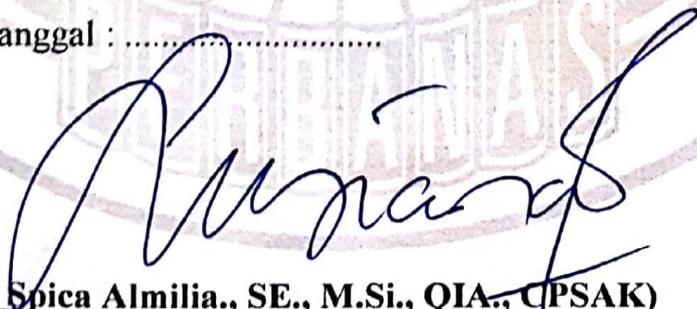
(Dr.Drs. Agus Samekto, Ak., M.Si.)



(Laely Aghe Africa, SE., MM)

Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi,

Tanggal :



(Luciana Spica Almilia., SE., M.Si., QIA., CPSAK)

**PENGARUH TINGKAT *LEVERAGE*, PROFITABILITAS, DAN *SIZE*
PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE*
*SOCIAL RESPONSIBILITY***

Raditya Taruna Rectavio

STIE Perbanas Surabaya

Email : 2014310388@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine, analyze and examine the effect of leverage, profitability, and firm size on corporate social responsibility disclosure for mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2012-2016. The population in this study are mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2012-2016. Of the 44 listed companies, only 21 companies met the criteria of the research sample that had been determined. Analysis techniques in this study are classical assumption tests, testing hypotheses using multiple regression analysis using SPSS 23 for windows. The results show that the firm size has a significant effect on the corporate social responsibility disclosure and has a negative relationship. While leverage and profitability does not affect the corporate social responsibility disclosure and has a negative relationship. The result of testing the coefficient of determination shows that the level of leverage, profitability, and size of the company has an effect of 14.7% on corporate social responsibility disclosure to mining companies listed on the Stock Exchange in 2012-2016.

Keywords : *Leverage, Profitability, Firm Size, Corporate Social Responsibility Disclosure*

PENDAHULUAN

Pada akuntansi konvensional yang menjadi pusat perhatian adalah para *stakeholders* dan *bondholders*, tanpa memperhatikan pihak lain. Berbagai kritikan pun banyak dituaikan ke akuntansi konvensional, karena telah dianggap belum mampu untuk mengakomodir kepentingan masyarakat secara luas, sehingga konsep akuntansi yang dikenal sebagai akuntansi pertanggungjawaban sosial pada akhirnya dihadirkan (Anggraini, 2006 dalam Heni, 2013). *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan berkelanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia (www.globalreporting.org). Berdasarkan GRI ada tiga indikator pengungkapan CSR

yaitu indikator kinerja ekonomi, indikator kinerja lingkungan, dan indikator kinerja sosial (Heni, 2013).

Tanggung jawab sosial suatu perusahaan atau yang biasa dikenal dengan sebutan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu bentuk dari kepedulian perusahaan terhadap masyarakat. Perusahaan harus menghadapi kenyataannya, bahwa meskipun tujuan utama suatu perusahaan adalah mencari keuntungan, namun hal itu tidak dapat terlepas dari masyarakat. Diharapkan perusahaan dapat melangsungkan usahanya dalam jangka panjang dengan penerapan CSR (Gunawan dan Suhartini, 2008 dalam Lilis Ekowati, 2014). Keselarasan hubungan antara perusahaan dan masyarakat harus dijaga, dengan cara tanggung jawab sosial harus diperhatikan oleh perusahaan karena sangat penting bagi kelancaran aktivitas perusahaan.

Terdapat teori yang berhubungan dengan pengungkapan sosial perusahaan, yakni teori legitimasi. *Legitimacy theory* secara esensial adalah teori yang berorientasi pada sistem, dalam hal ini organisasi atau perusahaan dipandang sebagai salah satu komponen dalam lingkungan sosial yang lebih besar. Teori ini secara eksplisit mengakui bahwa bisnis dibatasi oleh kontrak sosial yang menyebutkan bahwa perusahaan sepakat untuk menunjukkan berbagai aktivitas sosial perusahaan agar diterima masyarakat akan tujuan perusahaan yang pada akhirnya akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

Suatu tindakan yang lebih peduli kepada masyarakat dan lingkungan harus dilakukan oleh perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan melakukan pertanggungjawaban sosial atau CSR sebagai wujud kepedulian dan tanggung jawab suatu perusahaan. Sejak munculnya konsep *triple bottom line*, banyak perusahaan diminta oleh para investor agar melakukan CSR ditempat mereka berinvestasi. CSR dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dan menjadi elemen penting bagi kesuksesan perusahaan. Dengan ini perusahaan akan berusaha untuk melakukan aktivitas CSR yang akan memberikan kontribusi pada *stakeholder* internal maupun eksternal (Rizky, 2013).

Fenomena yang terjadi saat ini dimana masyarakat adat Suku Amungme yang bermukim di dekat lahan tambang kelolaan PT Freeport Indonesia meminta perusahaan asal Amerika Serikat tersebut untuk mengganti dana tanggung jawab sosial korporasi (Corporate Social Responsibility/CSR) ke dalam bentuk bagi hasil yang nilainya lebih besar. Pasalnya, CSR tidak dipandang sebagai imbal hasil yang elok bagi masyarakat sekitar, yang sedianya memiliki hak atas tanah ulayat di Tambang Grasberg.

Ketua Masyarakat Adat Suku Amungme Odizeus Benal menuturkan, masyarakat adat ingin Freeport membagi

kepemilikan sahamnya atau menerapkan sistem bagi hasil. Langkah ini diharapkan memiliki dampak yang besar dibanding sekedar mendapatkan dana CSR. Lebih lanjut, ia juga mempertanyakan akuntabilitas pengelolaan CSR Freeport. Pasalnya, masyarakat adat sekitar hanya mengetahui jumlah dana yang diberikan tanpa tahu apakah dana yang diberikan benar-benar sebesar satu persen dari pendapatan perusahaan. Adapun menurutnya, setiap tahunnya masyarakat adat mendapatkan dana sekitar Rp500 miliar hingga Rp1 triliun yang sebagian besar dialokasikan untuk pendidikan dan kesehatan (www.cnnindonesia.com, 2017).

Alasan perusahaan melakukan pengungkapan CSR tidak lain adalah untuk menaati peraturan yang ada. UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perseroan yang bidang usahanya terkait dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu, UU No. 40 Tahun 2007 pasal 1 ayat 3, menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Adapun peraturan lainnya yang menyinggung pengungkapan CSR adalah UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, yang menyatakan bahwa setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (Indrawan, 2011 dalam Lilis Ekowati, 2014)

Rasio *leverage* dapat menggambarkan struktur modal yang dimiliki oleh perusahaan. Adanya pengawasan aktivitas perusahaan yang tinggi yang dilakukan oleh *debtholder* diakibatkan oleh perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi. Manajemen pasti akan meminimalisir perluasan CSR yang dibuat perusahaan tersebut untuk mengalihkan perhatian *debtholder* jika

manajemen memiliki *leverage* cukup tinggi (Triyanto, 2010 dalam Ida Bagus, 2015). Variabel tingkat *leverage* telah diteliti oleh Ida Bagus (2015) dengan menyatakan hasil bahwa tingkat *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sebaliknya, variabel tingkat *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR seperti penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Sukmawani (2013).

Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (profit) mencerminkan penilaian terhadap kinerja keuangan suatu perusahaan (Anggraini, 2006) mengungkapkan bahwa keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan ditunjukkan dengan rasio profitabilitas. Tekanan yang lebih dari pihak eksternal perusahaan untuk lebih melakukan pengungkapan CSR secara luas juga akan didapatkan oleh perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang kuat. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar juga perusahaan mengungkapkan informasi pertanggungjawaban sosialnya. Profitabilitas dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR oleh Uki Agustina (2014), dan Siti Munsaidah (2016). Sedangkan Heni Triastuti (2013), Sukmawani (2013), dan Azwir Nazir (2013) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Size perusahaan merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Informasi yang lebih luas akan diungkapkan oleh perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. *Size* perusahaan merupakan variabel yang menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Aktivitas yang lebih banyak dan kompleks, mempunyai dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki *shareholder* yang lebih banyak, serta mendapatkan perhatian lebih dari kalanga

publik biasanya dimiliki oleh perusahaan yang besar, oleh sebab itu tekanan yang lebih akan didapatkan perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya (Putra, 2011). Hasil penelitian yang ditunjukkan Siti Munsaidah (2016) dan Ida Bagus (2015) menyatakan bahwa *size* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Bertentangan dengan itu, hasil penelitian yang dilakukan Mohammad Ebrahim (2015), Heni Triastuti (2013) dan Azwir Nasir (2013) menunjukkan bahwa *size* perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena adanya *research gap* dari beberapa penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil penelitian yang tidak konsisten. Selain itu, terkait dengan fenomena yang ada dimana masih terdapat perusahaan pertambangan yang kurang memperhatikan masyarakat dan lingkungan sekitar sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali atas topik tersebut dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan menggunakan tiga variabel independen yaitu tingkat *leverage*, *profitability*, dan *size* perusahaan pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2012-2016. maka hal tersebut menjadi dasar bagi peneliti dalam melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH TINGKAT LEVERAGE, PROFITABILITAS, DAN SIZE PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY”**.

RERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Stakeholder Theory

Teori *stakeholder* merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi

untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain) (Imam dan Chariri, 2007:409). Kelompok *stakeholder* inilah yang menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengungkap atau tidak suatu informasi di dalam laporan perusahaan tersebut. Tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam meningkatkan penciptaan nilai sebagai dampak dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan dan meminimalkan kerugian yang mungkin muncul bagi *stakeholder*.

Legitimacy Theory

Teori legitimasi secara eksplisit mengakui bahwa bisnis dibatasi oleh kontrak sosial. Menurut Dowling dan Pfeffer (1975), legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan. Perusahaan sepakat untuk menunjukkan berbagai aktivitas sosial perusahaan, agar perusahaan memperoleh penerimaan masyarakat. Penerimaan yang baik dari masyarakat dapat membantu perusahaan mencapai tujuannya, sehingga akhirnya dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Legitimasi dari masyarakat dapat menjadikan perusahaan semakin berkembang (Kristi, 2012 dalam Lilis, 2014).

Corporate Social Responsibility

Berbagai definisi yang telah dikemukakan oleh banyak pihak mengenai tanggungjawab sosial perusahaan atau biasa disebut CSR. *Corporate Social Responsibility* (CSR) didefinisikan sebagai mekanisme bagi suatu organisasi yang sukarela untuk mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial di dalam

menjalin hubungannya dengan *stakeholder*, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004 dalam Heni, 2013).

World Bank mendefinisikan bahwa “*CSR is commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives, the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development*”. Menurut *World Business Council for Sustainable Development* (WBCD) menyatakan bahwa CSR adalah suatu komitmen yang dimiliki oleh dunia usaha untuk memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan kesejahteraan pekerjaannya beserta seluruh keluarganya.

Tingkat Leverage

Leverage adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal, rasio ini dapat melihat seberapa jauh utang atau pihak luar membiayai perusahaan dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal (Sofyan, 2013). *Leverage* menunjukkan kualitas layanan kewajiban perusahaan. Ada beberapa pengukuran dalam menghitung rasio *leverage* yaitu (Brigham dan Houston 2010: 146) :

- a) *Debt to Asset Ratio* (DAR)
- b) *Debt to Equity Ratio* (DER)
- c) *Time Interest Earned Ratio*

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba melalui semua kemampuan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, dan sebagainya (Sofyan, 2008: 219). Perusahaan dapat meningkatkan mutu produk, melakukan investasi baru, serta memberikan kesejahteraan bagi pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) setelah mencapai laba yang

sesuai target. Maka dari itu, suatu perusahaan dituntut harus mampu memenuhi target yang telah ditetapkan. Dalam praktiknya, jenis-jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan yaitu (Sjahrial dalam Heni, 2013) :

- a) *Profit Margin*
- b) *ROA (Return On Asset)*
- c) *ROE (Return On Equity)*

Size Perusahaan

Size perusahaan merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis. Skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Perusahaan besar cenderung akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Sehingga perusahaan besar cenderung akan mengeluarkan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil (Scott dalam Heni 2013). Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan. dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat.

Pengaruh Tingkat *Leverage* Terhadap Pengungkapan CSR

Leverage adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara utang terhadap modal, rasio ini dapat melihat seberapa jauh utang atau pihak luar membiayai perusahaan dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal (Sofyan, 2013). Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi maka

perusahaan akan mengurangi pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah (Azwir dkk, 2013). Hal ini dilakukan untuk menghilangkan keraguan pemegang saham terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur. Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan sepakat untuk menunjukkan berbagai aktivitas sosial agar perusahaan memperoleh penerimaan dari masyarakat. Penerimaan yang baik dari masyarakat dapat membantu perusahaan mencapai tujuannya, sehingga dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Rasio *leverage* yang tinggi, perusahaan akan tetap berusaha melakukan pengungkapan CSR meskipun tidak luas, hal itu dilakukan agar mendapatkan citra yang baik di masyarakat.

Legitimasi perusahaan merupakan faktor signifikan untuk mendukung citra dan reputasi perusahaan di mata *stakeholder*. Hal ini bisa diketahui dari tingkat rasio *leverage* perusahaan yang tinggi tidak menutup kemungkinan untuk perusahaan melakukan pengungkapan CSR meskipun tidak luas. Sebaliknya, jika tingkat rasio *leverage* rendah maka perusahaan akan berusaha melakukan pengungkapan CSR secara luas. Karena dengan pengungkapan CSR, perusahaan akan mendapatkan citra yang baik dan daya tarik bagi investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. semakin besar rasio *leverage* yang dimiliki perusahaan maka perusahaan akan meminimalisir pengungkapan CSR yang dilakukan.

Hal tersebut juga didukung oleh beberapa penelitian yang dilakukan oleh Siti dkk (2016), Ida (2015), dan Azwir (2013) dengan menemukan bahwa tingkat *leverage* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Namun beberapa peneliti seperti Sukmawati (2013) menemukan bahwa tidak adanya pengaruh tingkat *leverage* perusahaan terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba melalui semua kemampuan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, dan sebagainya (Sofyan, 2008: 219). Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan (Siti dkk, 2016). Perusahaan dengan profitabilitas tinggi mampu mengatasi munculnya biaya-biaya atas pengungkapan CSR tersebut. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang semakin tinggi ditunjukkan dengan tingkat profitabilitas yang semakin tinggi, sehingga tanggung jawab sosial mampu ditingkatkan oleh perusahaan, serta dapat melakukan pengungkapan CSR dalam laporan keuangan dengan lebih luas yang berguna untuk kepentingan *stakeholder* dan mengharapkan dukungan para *stakeholder*.

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun juga harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*. Kelangsungan hidup perusahaan bergantung terhadap dukungan para *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari. Semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka cenderung semakin luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Profitabilitas yang tinggi akan memberikan keyakinan perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial dan perusahaan akan tetap mendapatkan keuntungan positif yaitu mendapat respon positif masyarakat sehingga berdampak pada keuntungan perusahaan dimasa yang akan datang.

Penerimaan yang baik dari masyarakat dapat membantu perusahaan mencapai tujuannya, sehingga dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin luas pengungkapan

Beberapa penelitian yang mendukung mengenai pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR diantaranya dilakukan oleh Mohammad et al. (2015), Ida (2015), dan Uki (2014) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan Heni (2013), Sukmawati (2013), dan Azwir (2013) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Size Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Size perusahaan merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis. *Size* perusahaan bisa didasarkan pada total aset (aset tetap, tidak berwujud, dan lain-lain), jumlah tenaga kerja, volume penjualan, dan kapitalisasi pasar (Purnasiwi, 2011 dalam Ida, 2015) Skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Perusahaan besar cenderung akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil (Azwir, 2013). *Size* perusahaan salah satu dari banyak variabel yang digunakan untuk menjelaskan mengenai variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan besar cenderung akan mengeluarkan biaya dalam pengungkapan informasi sosial yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil (Watt dan Zimmerman, 1990 dalam Heni, 2013).

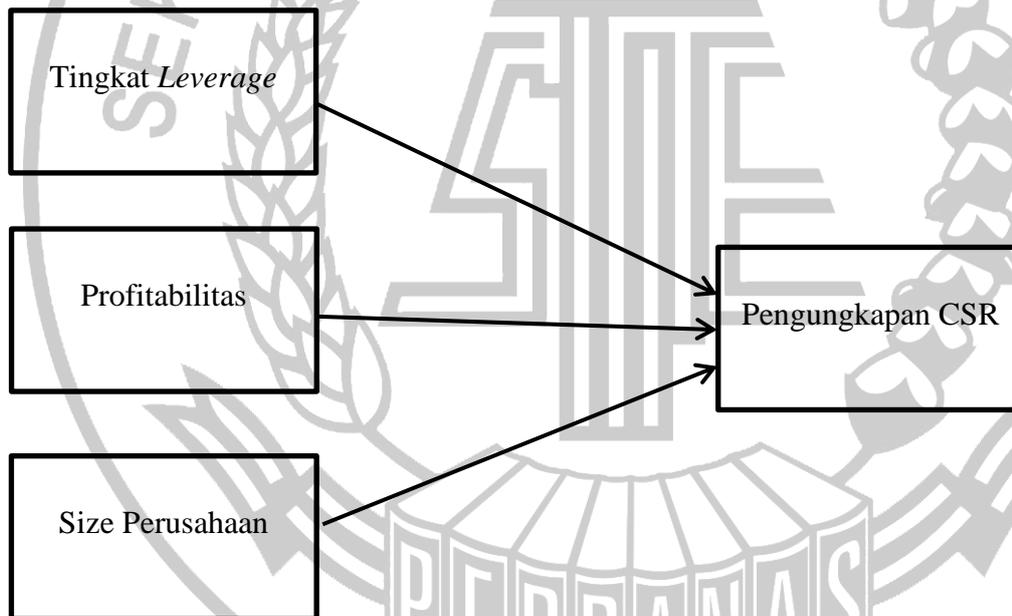
Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan sepakat untuk menunjukkan berbagai aktivitas sosial agar perusahaan memperoleh penerimaan dari masyarakat.

informasi yang akan disajikan karena masyarakat akan mengawasi terkait hal-hal yang dilakukan perusahaan dalam aktivitas perusahaan. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan

pertanggungjawaban sosial. Sehingga perusahaan besar cenderung akan mengeluarkan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil. Selain itu, perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disorot, pengungkapan yang lebih besar merupakan wujud tanggungjawab sosial perusahaan. Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh Siti dkk. (2016), Ida dan Putu (2015), dan Sukmawati (2013) mendukung pernyataan diatas dengan menemukan bahwa *size* perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Berbanding terbalik dengan beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh Mohammad *et al.* (2015) Heni (2013) dan Azwir dkk. (2013) yang menemukan bahwa *size* perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Paradigma riset pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Tujuan penelitian pada penelitian ini adalah penelitian dasar. Jika ditinjau dari karakteristik masalah, penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif.

Batasan Penelitian

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya menggunakan perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah tingkat *leverage*, profitabilitas, dan *size* perusahaan sebagai variabel independen. Sedangkan, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel dependen. Periode waktu

yang digunakan dalam penelitian ini adalah 2012-2016.

Identifikasi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Variabel independen dalam penelitian ini adalah tingkat *leverage*, profitabilitas, dan *size* perusahaan.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) didefinisikan sebagai mekanisme bagi suatu organisasi yang sukarela untuk mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial di dalam menjalin hubungannya dengan *stakeholder*, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum (Heni, 2013). Pengukuran pengungkapan sosial yang digunakan dalam penelitian ini mengadopsi *Global Report Initiative* (GRI) yang telah disesuaikan dengan pelaksanaan CSR di Indonesia. Berikut ini adalah rumus perhitungan indeks pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Heni, 2013) :

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

Tingkat *Leverage*

Leverage adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara utang terhadap modal, rasio ini dapat melihat seberapa jauh utang atau pihak luar membiayai perusahaan dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal. Perusahaan yang baik mestinya memiliki komposisi modal yang lebih besar dari hutang (Harahap, 2013: 306). Pengukuran dalam menghitung rasio

leverage pada penelitian ini yaitu menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). Rumus pengukurannya adalah sebagai berikut (Harahap, 2013: 307):

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

Profitabilitas

Profitabilitas sendiri merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba melalui semua kemampuan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, dan sebagainya (Sofyan, 2008: 219). Pengukuran profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasio *Return On Asset* Rumus (ROA) karena rasio ini dapat mengukur sejauh mana perusahaan menghasilkan laba bersih pada sejumlah aset tertentu. Rumus sistematis dari ROA adalah sebagai berikut (Heni, 2013):

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aktiva}}$$

Size Perusahaan

Size perusahaan merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis. Skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka (Heni, 2013). *Size* perusahaan bisa didasarkan pada total aset (aset tetap, tidak berwujud, dan lain-lain), jumlah tenaga kerja, volume penjualan dan kapitalisasi pasar. Pada penelitian ini *size* perusahaan yang diukur dengan total aset akan ditransformasikan dalam *logaritma of natural* (*ln*) karena total aset perusahaan nilainya relatif besar dibandingkan variabel-variabel lain (Heni, 2013).

$$Size = \ln \text{ of total asset}$$

Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan di Indonesia tahun 2012-2016. Sampel penelitian yang digunakan

dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2012-2016. Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Adapun kriteria sampel dari penelitian ini yaitu :

1. Perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut periode 2012 – 2016.
2. Perusahaan pertambangan yang telah menerbitkan laporan keuangan tahunan secara berturut-turut untuk periode 2012 – 2016.

3. Perusahaan pertambangan yang melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* secara berturut-turut periode 2012 – 2016.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah pengujian yang dapat memberikan gambaran secara eksplisit mengenai masing-masing variabel.

Tabel 1
Hasil Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DER	105	,0170	8,3342	1,173223	1,3979245
ROA	105	-,7213	36,2070	,365985	3,5333268
SIZE	105	12,7072	30,5083	21,600248	5,3764100
CSR	105	,0220	,5055	,239351	,1148701
Valid N (listwise)	105				

Sumber : SPSS 23 (diolah)

Pada Tabel 1 dapat dijelaskan bahwa variabel pengungkapan CSR pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2016 terdapat sampel (N) sebanyak 105. Nilai minimum dari variabel pengungkapan CSR sebesar 0,0220 yang dimiliki oleh PT. Ratu Prabu Energi Tbk. tahun 2013 dengan pengungkapan CSR sebanyak 2 indikator dari 91 indikator yang ada. Nilai maksimum dari variabel pengungkapan CSR sebesar 0,5055 dimiliki oleh PT. Medco Energi Internasional Tbk. tahun 2014 dengan pengungkapan CSR sebanyak 46 indikator dari 91 indikator yang ada. Berdasarkan perhitungan pada Tabel 1 juga dapat dilihat bahwa pengungkapan CSR memiliki standar deviasi sebesar 0,1148701 yang berarti lebih kecil dari nilai rata-rata (*mean*) yaitu

sebesar 0,239351. Hal ini menunjukkan data penelitian pada variabel pengungkapan CSR tidak menyebar atau tidak bervariasi (homogen).

Pada Tabel 1 dapat dijelaskan bahwa variabel tingkat *leverage* pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2016 terdapat sampel (N) sebanyak 105. Nilai minimum dari variabel *leverage* sebesar 0,0170 yang menjelaskan bahwa hutang dapat membiayai perusahaan dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal sebesar 0,0170 dimiliki oleh PT. Cakra Mineral Tbk. tahun 2014 dengan nilai total liabilitas sebesar Rp.16.689.522.785 dan nilai total ekuitas sebesar Rp. 980.503.156.656. Berdasarkan perhitungan pada Tabel 1 juga dapat dilihat bahwa tingkat *leverage*

memiliki standar deviasi sebesar 1,3979245 yang berarti lebih besar dari nilai rata-rata (*mean*) yaitu sebesar 1,173223. Hal ini menunjukkan data penelitian pada variabel tingkat *leverage* yang diproksikan *Debt to Equity Ratio* (DER) menyebar atau bervariasi (heterogen).

Nilai minimum dari variabel profitabilitas sebesar -0,7213 yang dimiliki oleh PT. Mitra Investindo Tbk. tahun 2015 dengan nilai laba bersih setelah pajak sebesar Rp. -179.560.694.653 dan nilai total aset sebesar Rp 248.928.487.814. Nilai maksimum profitabilitas sebesar 36,2070 dimiliki oleh PT. Ratu Prabu Energi Tbk. tahun 2012 dengan nilai laba bersih setelah pajak sebesar Rp. 51.857.031.148 dan nilai total aset sebesar Rp. 1.432.238.854.

Pada Tabel 1 dapat dijelaskan bahwa variabel *size* perusahaan pada

perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2016 terdapat sampel (N) sebanyak 105. Nilai minimum dari variabel *size* perusahaan sebesar 12,7072 yang dimiliki oleh PT. Central Omega Resources Tbk. tahun 2016 dengan nilai total aset sebesar 330.115 USD. Nilai maksimum *size* perusahaan sebesar 30,5083 dimiliki oleh PT. Radiant Utama Interinsco Tbk. tahun 2012 dengan nilai total aset sebesar Rp. 17.766.000.000.000. Berdasarkan perhitungan pada Tabel 1 juga dapat dilihat bahwa *size* perusahaan memiliki standar deviasi sebesar 5,3764100 yang berarti lebih kecil dari nilai rata-rata (*mean*) yaitu sebesar 21,600248. Hal ini menunjukkan data penelitian pada variabel *size* perusahaan yang diproksikan *Ln of Total Asset* tidak menyebar atau tidak bervariasi (homogen).

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,10455173
Most Extreme Differences	Absolute	,054
	Positive	,054
	Negative	-,040
Test Statistic		,054
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200

Sumber : SPSS 23 (diolah)

Hasil Analisis dan Pembahasan

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Imam Ghozali, 2013: 160). Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan metode *one sample Kolmogorov-Smirnov test*. Pengujian ini

dilakukan dengan melihat nilai signifikansi statistik yang dihasilkan dari perhitungan:

1. Jika nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* < 0.05 , maka persamaan regresi tidak berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* ≥ 0.05 , maka persamaan regresi berdistribusi normal.

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa hasil pengujian *Komogorov-Smirnov* dengan data yang berdistribusi normal,

karena tingkat signifikan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* sebesar 0,200 lebih dari 0,05.

Tabel 3
Hasil Uji Multikolonieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	DER	,948	1,055
	ROA	,998	1,002
	SIZE	,949	1,054

Sumber : SPSS 23 (diolah)

Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Tingkat *Leverage*, Profitabilitas, dan *Size* Perusahaan. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Imam Ghozali, 2013:105). Batas *Variance Inflating Factor* (VIF) adalah 10 dan *tolerance value* adalah 0,1. Jika nilai VIF lebih dari 10 maka menunjukkan adanya gejala multikolonieritas, sedangkan jika nilai VIF kurang dari 10 maka gejala multikolonieritas tidak ada.

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* dari variabel *leverage* sebesar 0,948, variabel

profitabilitas sebesar 0,998, dan variabel *size* perusahaan sebesar 0,949. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,1 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen. Hasil perhitungan nilai *Variance Inflating Factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama, nilai variabel *leverage* sebesar 1,055, variabel profitabilitas sebesar 1,002, dan variabel *size* perusahaan sebesar 1,054. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi.

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-,00483
Cases < Test Value	52
Cases >= Test Value	53
Total Cases	105
Number of Runs	51
Z	-,489
Asymp. Sig. (2-tailed)	,625

Sumber : SPSS 23 (diolah)

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu

pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t - 1$ (sebelumnya). Jika korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi.

Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya (Imam, 2016:107). Ada atau tidaknya korelasi auto korelasi dapat dideteksi dengan menggunakan uji *Runs test*. *Runs test* sebagai bagian dari non-parametrik dapat pula digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Jika hasil dari *asympt. Sig (2 = tailed)* pada output *Runs test* >

0.05 maka data tidak mengalami autokorelasi dan sebaliknya jika hasil dari *asympt. Sig (2 = tailed)* pada output *Runs test* < 0.05 maka data mengalami autokorelasi.

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai dari *asympt. Sig (2-tailed)* lebih besar sama dengan 0,05 yaitu sebesar 0,625. Hal ini dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 5
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,116	,026		4,480	,000
	DER	,001	,005	,018	,182	,856
	ROA	-,002	,002	-,122	-1,249	,215
	SIZE	-,002	,001	-,132	-1,314	,192

Sumber : SPSS 23 (diolah)

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah varian dari residual untuk setiap periode pada model regresi identik (konstan). Uji heteroskedastisitas dengan metode *glejser* dilakukan untuk meregresikan semua variabel bebas (independen) terhadap nilai mutlak residualnya. Jika terdapat pengaruh variabel Tingkat *Leverage*, Profitabilitas, dan *Size* Perusahaan yang signifikan terhadap nilai mutlak residualnya maka dalam model terdapat masalah heteroskedastisitas. Namun jika tingkat signifikan $\geq 0,05$ maka data tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika nilai signifikan < 0,05, maka data terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 5 menunjukkan hasil pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan metode *glejser*. Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa tidak adanya heteroskedastisitas pada masing-

masing variabel independen yang menunjukkan hasil Signifikan > 0,05 yaitu sebesar 0,856 pada variabel *leverage*, 0,215 pada variabel profitabilitas, dan 0,192 pada variabel *size* perusahaan. Karena nilai signifikansi dari masing-masing variabel independen lebih besar sama dengan 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi baik dan terbebas dari adanya indikasi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Berganda

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data uji regresi linier berganda. Model regresi berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh antar variabel Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (dependen) dan variabel Tingkat *Leverage*, Profitabilitas, dan *Size* Perusahaan (independen).

Tabel 6
Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,418	,043		9,708	,000
	DER	-,005	,008	-,065	-,700	,485
	ROA	-,005	,003	-,147	-1,621	,108
	SIZE	-,008	,002	-,371	-3,986	,000

Sumber : SPSS 23 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.10 diperoleh model regresi linier berganda sebagai berikut :

$$\text{Pengungkapan CSR} = 0,418 - 0,005(\text{DER}) - 0,005(\text{ROA}) - 0,008(\text{SIZE}) + e$$

Dari persamaan model tersebut dapat dijelaskan bahwa :

- a. Konstanta (a) sebesar 0,418 memperlihatkan bahwa variabel-variabel independen dianggap konstan, maka pengungkapan CSR akan bertambah sebesar 0,418.
- b. Koefisien regresi tingkat *leverage* (X1) sebesar -0,005 memperlihatkan bahwa setiap penambahan tingkat *leverage* sebesar satu persen dan jika variabel lainnya dianggap konstan, maka pengungkapan CSR akan turun sebesar 0,005

- c. Koefisien regresi profitabilitas (X2) sebesar -0,005 memperlihatkan bahwa setiap penambahan profitabilitas sebesar satu persen dan jika variabel lainnya dianggap konstan, maka pengungkapan CSR akan turun sebesar 0,005.

- d. Koefisien regresi *size* perusahaan (X3) sebesar -0,008 memperlihatkan bahwa setiap penambahan *size* perusahaan sebesar satu persen dan jika variabel lainnya dianggap konstan, maka pengungkapan CSR akan turun sebesar 0,008.

- e. 'e' menunjukkan variabel pengganggu diluar variabel tingkat *leverage*, profitabilitas, dan *size* perusahaan

Tabel 7
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,235	3	,078	6,973	,000
	Residual	1,137	101	,011		
	Total	1,372	104			

Sumber : SPSS 23 (diolah)

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Signifikan model regresi ini diuji dengan melihat antara F-tabel dan F-hitung atau dengan membandingkan nilai sig dengan nilai alpha yang telah ditentukan. Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah *leverage* (DER), profitabilitas (ROA), *size* perusahaan (*ln of total asset*) secara

bersama-sama mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*. Model dikatakan signifikan atau fit (cocok) jika nilai F-hitung > F-tabel atau nilai sig < $\alpha = 0.05$ (toleransi kesalahan). Perumusan hipotesis adalah sebagai berikut:

H_0 : Tingkat *leverage* (DER), profitabilitas (ROA), *size* perusahaan (*ln of total asset*) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

H_1 : *Leverage* (DER), profitabilitas (ROA), *size* perusahaan (*ln of total asset*) berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengujian hipotesis secara keseluruhan (F) menghasilkan F sebesar 6,973 dengan

tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel tingkat *leverage*, profitabilitas, dan *size* perusahaan secara keseluruhan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibilities* perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2012-2016. Hal ini dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang artinya model regresi fit.

Tabel 8
Hasil Uji R^2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,414	,172	,147	,1060931

Sumber : SPSS 23 (diolah)

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (*R square*) merupakan suatu pengaruh yang diberikan variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dipakai untuk memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan syarat hasil uji F dalam analisis regresi bernilai signifikan.

Berdasarkan Tabel 8 menunjukkan bahwa tingkat determinasi (R^2) bernilai 0,147 atau 14,7 %. Hal ini menunjukkan bahwa 14,7% pengungkapan CSR bisa dijelaskan oleh variabel tingkat *leverage*, profitabilitas, dan *size* perusahaan. Sedangkan, sisanya ($100\% - 14,7\% = 85,3\%$) dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini.

Tabel 9
HASIL UJI - t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,418	,043		9,708	,000
	DER	-,005	,008	-,065	-,700	,485
	ROA	-,005	,003	-,147	-1,621	,108
	SIZE	-,008	,002	-,371	-3,986	,000

Sumber : SPSS 23 (diolah)

Uji Parsial (Uji t)

Tujuan uji parsial adalah untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel tingkat *leverage*, profitabilitas, dan *size* perusahaan (independen) secara

individual dalam menjelaskan variasi variabel pengungkapan *corporate social responsibility* (dependen). Uji t menggunakan tingkat signifikansi 5%, jadi variabel yang tingkat signifikansinya

kurang dari 0.05 dinyatakan berpengaruh signifikan. Perumusan hipotesis adalah sebagai berikut:

H_0 : Tingkat *leverage* (DER), profitabilitas (ROA), *size* perusahaan (*ln of total asset*) secara parsial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

H_1 : Tingkat *leverage* (DER), profitabilitas (ROA), *size* perusahaan (*ln of total asset*) secara parsial berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Adapun kriteria statistik diterima dan ditolaknya hipotesis adalah sebagai berikut:

Berdasarkan hasil statistic uji t pada tabel 9 dapat diketahui bahwa:

H1: Tingkat *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Hipotesis pertama dilakukan untuk menguji pengaruh tingkat *leverage* terhadap *pengungkapan corporate social responsibility*. Variabel tingkat *leverage* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,485. Nilai tersebut lebih dari 0,05 (0,485 > 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh antara tingkat *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

H2: Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Hipotesis kedua dilakukan untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Variabel profitabilitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,108. Nilai tersebut lebih dari 0,05 (0,108 > 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh antara profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

H3: *Size* Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Hipotesis ketiga dilakukan untuk menguji pengaruh *size* perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Variabel *size* perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000. Nilai tersebut kurang dari 0,05 (0,000 < 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan ada pengaruh antara *size* perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen tingkat *leverage*, profitabilitas, dan *size* perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Penelitian ini menggunakan 105 sampel perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2012-2016. Hasil dari *output SPSS 23* menunjukkan nilai dari *Adjusted R Square* adalah 0,147 yang artinya bahwa kemampuan variabel independen tingkat *leverage*, profitabilitas, dan *size* perusahaan dalam menjelaskan variabel dependen pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) sebesar 14,7% dan sisanya 85,3% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini. Jika dilihat berdasarkan uji t maka menunjukkan bahwa variabel tingkat *leverage*, profitabilitas, dan *size* perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Pengaruh Tingkat *Leverage* Terhadap Pengungkapan CSR

Hasil analisis regresi linear berganda yang dilihat dari uji t menunjukkan bahwa variabel *leverage* memiliki nilai sig sebesar 0,485. Nilai sig lebih besar dari 0,05 yang menunjukkan bahwa variabel *leverage* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap

pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi atau rendahnya tingkat *leverage* tidak akan mempengaruhi pengungkapan CSR. Masing-masing perusahaan telah diwajibkan untuk melakukan pengungkapan CSR, sebagaimana telah diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perseroan yang bidang usahanya terkait dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Leverage memiliki arah hubungan negatif, ini menunjukkan adanya hubungan yang berbanding terbalik dengan tingkat pengungkapan CSR. Yang berarti keberadaan *leverage* tinggi dapat menurunkan tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan (Azwir dkk, 2013). Sebaliknya, jika *leverage* yang dimiliki sebuah perusahaan sangat rendah namun pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan cukup tinggi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sukmawati (2013) yang menunjukkan bahwa tingkat *leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR

Hasil analisis regresi linear berganda yang dilihat dari uji *t* menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki nilai sig sebesar 0,108. Nilai sig lebih besar dari 0,05 yang menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Artinya semakin tinggi atau rendahnya tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka tidak akan mempengaruhi luas pengungkapan CSR. Hal ini dianggap ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, maka perusahaan menganggap tidak perlu menambah biaya pengungkapan ataupun menambah tindakan-tindakan sosialnya.

Profitabilitas mempunyai arah hubungan negatif, ini menunjukkan adanya hubungan yang berbanding terbalik antara

profitabilitas dengan pengungkapan CSR. Meskipun profitabilitas yang dimiliki perusahaan sangat rendah namun pengungkapan CSR yang dilakukan cukup tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa dengan profitabilitas yang rendah perusahaan akan tetap melakukan pengungkapan CSR karena faktor mandatori atau perusahaan diwajibkan untuk melakukan pengungkapan CSR sebagaimana telah diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perseroan yang bidang usahanya terkait dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Heni (2013), Sukmawati (2013), dan Azwir (2013) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Size Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Hasil analisis regresi linear berganda yang dilihat dari uji *t* menunjukkan bahwa variabel *size* perusahaan memiliki nilai sig sebesar 0,000. Nilai sig lebih kecil dari 0,05 yang menunjukkan bahwa variabel *size* perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR. Ini dapat diartikan bahwa besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi luas pengungkapan CSR yang dilakukan. Karena perusahaan besar dianggap memiliki resiko yang lebih besar terhadap kerusakan lingkungan sosial daripada perusahaan kecil. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan sepakat untuk menunjukkan berbagai aktivitas sosial agar perusahaan memperoleh penerimaan dari masyarakat. Selain itu, perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disorot, pengungkapan yang lebih besar merupakan wujud tanggungjawab sosial perusahaan.

Size perusahaan mempunyai arah hubungan negatif, ini menunjukkan adanya

hubungan yang berbanding terbalik antara *size* perusahaan dengan pengungkapan CSR. Meskipun *size* perusahaan yang dimiliki perusahaan sangat besar namun pengungkapan CSR yang dilakukan tidak luas. Diduga hal ini terjadi karena perusahaan pertambangan pada periode penelitian terjadi penurunan laba hingga terjadi kerugian. Jadi dapat disimpulkan bahwa dengan *size* perusahaan yang besar akan tetapi pengungkapan CSR yang dilakukan tidak luas karena perusahaan tidak memiliki cukup dana untuk melakukan pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti seperti Ida (2015), Uki (2015), dan Sukmawati (2016) bahwa semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka semakin besar pula pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Dan begitu juga sebaliknya, ukuran perusahaan yang kecil akan mengurangi pengungkapan CSR yang dilakukan.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh tingkat *leverage*, profitabilitas, dan *size* perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari *website* Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id. Sampel penelitian didapat dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan dilakukan pembuangan *outlier*. Jumlah data dari penelitian ini setelah dilakukan *outlier* sebesar 105 data perusahaan dari sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan tahun penelitian 2012-2016. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan uji statistik deskriptif, uji model yang meliputi uji normalitas data, uji multikolonieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas, dan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis pengujian dengan menggunakan SPSS 23, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tingkat *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Size* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016.

Penelitian ini masih ditemukan beberapa keterbatasan, maka diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya yang lebih baik. Keterbatasan yang timbul setelah melakukan penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan kecilnya variabel tingkat *leverage*, profitabilitas, dan *size* perusahaan dalam mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yakni sebesar 14,7% dimana ada 85,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.
2. Penentuan indeks pengungkapan *corporate social responsibility* cenderung subjektif, sehingga hal ini menyebabkan kemungkinan adanya item-item tertentu yang terlewat pada saat pengamatan.

Berikut adalah saran-saran yang dapat disampaikan sehubungan dengan penelitian yang telah dilakukan, dengan harapan untuk penelitian selanjutnya dapat memberikan hasil yang lebih baik:

1. Pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel independen lain yang memiliki kemampuan lebih baik dalam mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas sampel yang digunakan. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi banyaknya pengurangan data saat pengujian data.

Fr.Reni. Retno Anggraini (2006). "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar Bursa Efek Jakarta)". Prosiding SNA IX. Padang.

Heni Triastuti Kurniangsih. (2013) "Pengaruh Profitabilitas dan Size Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility". Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis. Vol. 13 No. 1 / Maret.

Hermawan, Marko S. Dan Stephanie G. Mulyawan. (2014) "Profitability and Corporate Social Responsibility: an Analysis of Indonesia's Listed Company". Asia Pacific Journal of Accounting and Finance. Vol. 3 No. 1 / December.

Ida Bagus Gede Indra Wedhana Purba dan Putu Yadnya. (2015) "Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility". E-jurnal Manajemen Unud. Vol. 4 No. 8 : 2428-2443.

Imam Ghozali. 2006. *Aplikai Analisis Multivarite dengan SPSS*. Semarang: Cetakan Keempat, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Imam Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

DAFTAR RUJUKAN

Agus Purwanto. (2011) "Pengaruh Tipe Perusahaan Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap Corporate Social Responsibility". Jurnal Akuntansi & Auditing. Vol. 8 No. 1 / November : 1-94

Azwir Nasir, dan Pipin Kurnia, Teguh Dheki Hakri. (2013) "Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage, Profitabilitas, Ukuran, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar Di BEP". Jurnal Ekonomi. Volume 21, Nomor 4 Desember 2013

Bodie, Kane Alex, dan Marcus Alan. 2006. *Investasi*, Alih Bahasa oleh Zuliani Dalimunthe dan Budi Wibowo. Jakarta: Salemba Empat.

Brigham dan Houston. 2010. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan buku 1* (edisi 11). Jakarta: Salemba Empat

Eddy Rismanda Sembiring. (2003) "Kinerja Keuangan, Political Visibility, Ketergantungan Pada Hutang, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan". Prosiding SNA VI. Surabaya.

- Juliansyah Noor. 2013. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kasmir. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Lilis Ekowati dan Prasetyono, Anis Wulandari. (2015) "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Growth, dan Media Exposure Terhadap Tanggungjawab Sosial Perusahaan". Prosiding SNA XVII. Mataram.
- Nur Hadi. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Poppy Dian dan Mahfud Sholihin. (2016) "Penilaian Etis Manajer Atas Investasi Berlebihan Pada CSR" Prosiding SNA XIX. Lampung.
- Siti Munsaidah, dan Rita Andini, Agus Supriyanto. (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". *Journal Of Accounting*, Volume 2 No. 2 Maret
- Sofyan Syafri Harahap. 2008. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sofyan Syafri Harahap. 2013. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Cetakan Kesebelas, Penerbit Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati Safitri Dewi dan Maswar Patuh Priyadi. (2013) "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI". *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* Vol. 2 No. 3
- Uki Agustina dan Oman Rusmana, Irianing Suparlinah. (2015) "The Influence of Corporate Governance and Company Characteristic to The Disclosure of Corporate Responsibility". Prosiding SNA XVII. Mataram.
- www.cnnindonesia.com
www.globalreporting.org
www.idx.co.id
www.ptfi.co.id