

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN

ARTIKEL ILMIAH

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Jurusan Akuntansi**



Oleh :

Ganis Kartika Dwi Handayani
2015310532

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2019

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Ganis Kartika Dwi Handayani
Tempat, Tanggal Lahir : Magelang, 09 Juli 1997
N.I.M : 2015310532
Program Studi : Akuntansi
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Keuangan
Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Pertambangan

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 14 OKTOBER 2019



(Erida Herlina, SE., M.Si)

Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi

Tanggal : 19 OKTOBER 2019



(Dr. Nanang Shonhadji, SE, Ak., M.Si., CA., CIBA., CMA)

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN

Ganis Kartika Dwi Handayani
STIE Perbanas Surabaya
Email: ganiskartika09@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the factors that influence Corporate Social Responsibility in mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in the 2014-2018 period. The sample used in this study consisted of 195 mining companies in the 2014-2018 period on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The sampling method of this study used purposive sampling. The data analysis technique used in this study is the classic assumption test, multiple linear regression analysis and hypothesis testing using IBM SPSS software version 23.0 for data management. The results of this study indicate that there is an influence on size of the company, institutional ownership, board of commissioners, and managerial ownership on Corporate Social Responsibility, while liquidity, leverage and profitability do not affect the Corporate Social Responsibility of mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX).

Key words : *Corporate Social Responsibility, firm size, institutional ownership, Board of Commissioner, managerial ownership, liquidity, leverage, profitability.*

PENDAHULUAN

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*Corporate value*), yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi juga bertanggung jawab dan berpijak pada *triple bottom lines* yaitu memperhatikan masalah sosial dan lingkungan (Achmad Badjuri, 2011).

CSR banyak diperbincangkan pada beberapa tahun ini. Perusahaan banyak yang mulai menjalankan CSR ini dengan beberapa alasan, diantaranya adalah untuk menarik investor dan keunggulan bersaing, hal ini akan berdampak positif bagi perusahaan karena dapat membawa keuntungan tersendiri bagi perusahaan dan dapat menjamin kelangsungan perusahaan. Yang menerapkan CSR tidak hanya pada perusahaan di luar negeri, di Indonesia pun

sudah banyak perusahaan yang menerapkan pengungkapan CSR. Pada pelaporan tahunan walaupun masih dalam bentuk yang sederhana, tetapi berbagai aspek pertanggungjawaban sosial telah disebutkan didalam perusahaan. Umumnya perusahaan memilih bentuk pengungkapannya yaitu yang sesuai dengan yang dibutuhkan perusahaannya. Perusahaan menyadari betapa pentingnya CSR untuk diungkapkan walaupun pengungkapan dalam laporan tahunannya masih belum terlalu lengkap dan rinci.

Dari beberapa industri yang ada, salah satunya adalah industri atau perusahaan pertambangan, industri pertambangan memiliki CSR yang berbeda dibandingkan dengan industri lain seperti industri perbankan, telekomunikasi, perkebunan dan lain sebagainya. Hal ini dikarenakan CSR pertambangan harus sesuai dengan Analisis Masalah dan Dampak Lingkungan (AMDAL) masing-

masing perusahaan tambang yang telah disetujui oleh pemerintah (www.neraca.id).

Pada dasarnya, pertambangan merupakan salah satu industri yang dapat memberikan manfaat ekonomi yang tinggi. Sehingga keberadaannya di negeri ini memberikan dampak yang cukup besar. Pada tahun 2011 kontribusi sektor pertambangan dan penggalian mencapai 7,7% Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Tetapi di Indonesia, kegiatan pertambangan dalam mengambil bahan galian berharga yang ada di lapisan bumi ini sudah berlangsung cukup lama, dan hal ini menimbulkan dampak lingkungan yang sangat besar (www.neraca.id).

Perusahaan pertambangan yang menerapkan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial (CSR) PT Atlas Resources, perusahaan tambang batu bara ini menerapkan dan mengungkapkan CSR dan memasukkan program ini ke dalam visi misinya. PT Atlas memiliki visi Kemandirian Masyarakat Lokal Berbasis Kewirausahaan, pelaksanaan perusahaan ini berfokus pada 2 pilar yaitu pendidikan dan pengembangan ekonomi lokal. Selain itu misi dari PT Atlas ini yaitu memperbaiki kualitas hidup masyarakat yang tinggal di sekitar lokasi tambang perusahaan. Selain itu perusahaan juga melaksanakan program CSR di bidang lainnya seperti di bidang kesehatan dan juga penciptaan lapangan kerja bagi masyarakat setempat dengan mempekerjakan tenaga kerja lokal di lokasi tambang perusahaan (www.atlas-coal.co.id).

Perusahaan pertambangan batu bara di daerah Merapi Area melakukan program CSR, yaitu dengan mendatangi kerjasama donasi untuk BPJS dengan Bupati Lahat. Ada 21 perusahaan tambang batu bara yang melaksanakan kerja sama ini. Kerja sama ini bertujuan untuk mendukung kerjasama perusahaan pertambangan energi tentang donasi Bantuan Penyelenggaraan Jaminan Sosial

(BPJS). Dari 21 perusahaan, salah satunya ada PT Bukit Asam Tbk yang juga ikut menandatangani kerjasama ini (www.policewatch.news). PT Bukit Asam Tbk ini merupakan salah satu perusahaan pertambangan terbaik yang ada di Indonesia, PT Bukit Asam Tbk selalu mengungkapkan informasi tanggung jawab sosialnya di laporan tahunannya dan bahkan selalu mengungkapkan CSR ini dengan bentuk laporan keberlanjutan. Selain itu perusahaan ini mendapat apresiasi sebagai perusahaan tambang dengan kinerja terbaik, apresiasi ini diberikan oleh *Indonesia Mining Association* (AMI atau API) yang telah menggelar IMA Award 2018 (kontan.co.id).

CSR sangat dibutuhkan pada setiap perusahaan dengan tujuan agar perusahaan dapat meminimalisir dampak buruk terhadap aspek sosial dan lingkungan yang ditimbulkan selama menjalankan seluruh kegiatan yang ada. CSR ini bentuk pertanggungjawabannya bukan hanya dibuat untuk para pemangku kepentingan (*stakeholder*) dan atau pihak lain yang bersangkutan dengan perusahaan. Dengan adanya kesadaran tentang dampak dari aktivitas perusahaan telah menyadari jika kerusakan lingkungan yang terjadi dapat dikurangi agar dapat dimanfaatkan untuk masa depan atau untuk generasi dimasa yang akan datang (Ni Wayan & Ni Putu, 2014).

RERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*).

Legitimasi organisasi atau perusahaan dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan perusahaan dari masyarakat yang akan menjadi manfaat bagi perusahaan untuk kelangsungan hidup perusahaan dan perbedaan nilai perusahaan dengan nilai masyarakat ini disebut dengan "*legitimacy gap*". *Legitimacy gap* ini dapat dikurangi

dengan cara meningkatkan kesesuaian pada operasi perusahaan dan dengan yang diharapkan oleh masyarakat. Salah satunya cara adalah dengan meningkatkan *social responsibility* dan *social disclosure* (Ang & Marsella, 2015).

Legitimasi dianggap sebagai salah satu cara untuk mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan yang dicapai dengan melalui tindakan perusahaan yang sesuai dengan aturan dan dapat diterima oleh masyarakat sekitar perusahaan. Pada umumnya perusahaan akan menggunakan kinerja dengan berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan dengan tujuan hanya untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat atas aktivitas yang dilakukan oleh mereka dan bukan atas kesadaran perusahaan itu sendiri.

Perusahaan memiliki kontrak sosial dengan masyarakat dilingkungan bisnisnya dan dengan melalui pengungkapan tersebut diharapkan perusahaan akan mendapatkan legitimasi dari masyarakat dan hal ini akan berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan. Dan secara eksplisit teori legitimasi mengakui bahwa bisnis akan dibatasi oleh adanya kontrak sosial yang membuat perusahaan sepakat untuk menunjukkan berbagai aktivitas sosial yang dilakukan (Ang & Marsella, 2015).

Teori Agensi (*Agency Theory*)

Prinsip teori agensi ini menyatakan jika terdapat hubungan kerja antara pihak yang memberikan wewenang (prinsipal) yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (agensi) yaitu manajer. Seperti yang dinyatakan oleh Jensen dan Meckling (1976) yaitu hubungan keagenan adalah suatu kontrak dimana ada satu atau lebih orang (prinsipal) yang melibatkan orang lain (agen) untuk melakukan beberapa layanan dengan atas nama mereka yang melibatkan mendelegasikan sebagian kewenangan dalam pengambilan keputusan kepada agen.

Teori agensi mengasumsikan bahwa seluruh individu akan bertindak sesuai kepentingan masing-masing. Maka dari itu terjadilah konflik antara pemilik dan agen, hal ini karena kemungkinan agen berbuat tidak sesuai dengan kepentingan pemilik (prinsipal), sehingga biaya keagenan (*agency cost*) terjadi. Dalam teori agensi ini pihak pemegang saham (principal) hanya tertarik pada investasi mereka di perusahaan. Sedangkan pihak agen, mereka menerima kepuasan yang berupa keuangan dan juga persyaratan yang menyertai dalam hubungan tersebut.

Ada 3 faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab perusahaan di dalam hubungan teori keagenan tersebut, yaitu ada biaya pengawasan, biaya kontrak, dan visibilitas politis. Perusahaan umumnya melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial (CSR) yaitu dengan tujuan untuk membangun sebuah *image* pada perusahaan sehingga perusahaan akan mendapatkan perhatian dari masyarakat. Untuk memberikan informasi pertanggung jawaban tersebut, perusahaan memerlukan sebuah biaya, sehingga laba yang dilaporkan menjadi lebih rendah, pada umumnya perusahaan akan menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan (Raisa Pratiwi, 2012). Sehingga ketika perusahaan menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah dan visibilitas politis yang tinggi maka perusahaan akan cenderung untuk mengungkapkan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*

Ukuran perusahaan menurut Bringham dan Houston adalah sebagai rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun kedepan (Fitri & Andi, 2016). Tingkat keluasan informasi pada kebijakan luas pengungkapan perusahaan akan meningkat diringi dengan meningkatnya pula ukuran

perusahaan. Hal ini dikarenakan, perusahaan yang berukuran besar akan lebih cenderung memiliki tanggung jawab publik akan informasi yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil (Fitri & Andi, 2016).

Menurut Cowen et, al (1987) dalam Rizkia Anggita (2012), secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan dan perusahaan yang lebih besar memiliki aktivitas operasi yang lebih banyak dan banyak memberikan terhadap masyarakat, serta mungkin akan memiliki pemegang saham yang lebih banyak yang akan selalu memperhatikan program sosial perusahaan. Hal ini pula yang membuat perusahaan besar dituntut untuk memperlihatkan dan juga mengungkapkan CSR perusahaan.

Jika dikaitkan dengan teori agensi, seperti yang dinyatakan oleh Sembiring (2005) dalam Rizkia Anggita (2012), jika semakin besar suatu perusahaan, maka akan semakin besar pula biaya keagenan yang muncul. Untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, maka perusahaan yang memiliki skala lebih besar akan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas. Dan juga jika dikaitkan dengan teori legitimasi, ukuran perusahaan memiliki alasan tentang hubungan ukuran dan pengungkapan. Perusahaan yang lebih besar melakukan aktifitas yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, dan memiliki lebih banyak pemegang saham yang memiliki perhatian terhadap program yang dilakukan perusahaan dan laporan tahunan merupakan alat yang efisien untuk mengkomunikasikan ini (Cowen et Al., 1987) dalam Marzully & Denies (2012).

H₁ : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan

Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap *Corporate Social Responsibility*

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham perusahaan oleh institusi keuangan, seperti perusahaan asuransi, bank, dana pensiun, dan *asset management* (Achmad Badjuri, 2011). Tuntutan untuk perusahaan dalam memberikan informasi yang transparan, organisasi atau perusahaan yang akuntabel dan tata kelola perusahaan yang baik akan memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya (Achmad Badjuri, 2011).

Oleh karena itu tingkat kepemilikan institusional yang semakin tinggi akan meningkatkan tingkat pengawasan terhadap manajemen. Dan pengungkapan CSR merupakan salah satu aktivitas yang dimonitor oleh pemilik saham institusi (Achmad Badjuri, 2011). Jika dilihat dari teori agensi, kepemilikan institusional merupakan salah satu alat yang dapat digunakan untuk mengurangi *agency conflict*. Hal ini dikarenakan semakin tinggi tingkat kepemilikan institusional maka akan semakin kuat tingkat pengendalian yang dilakukan oleh pihak eksternal terhadap perusahaan, sehingga *agency cost* yang terjadi di dalam perusahaan akan semakin berkurang (Febrina & Lintang, 2014).

H₂ : Kepemilikan institusional berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan

Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap *Corporate Social Responsibility*

Dewan komisaris adalah wakil dari *shareholder* dalam perusahaan. Dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen untuk dapat mengungkapkan informasi tanggung jawab sosialnya (CSR) melalui wewenang yang dimiliki. Dan umumnya perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak untuk mengungkapkan informasi CSR nya. Hal ini didasari oleh pernyataan Sembiring (2005) dalam Indah & Rahmawati (2010), yang menyatakan

bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan pengawasan yang dilakukan akan lebih efektif. Dan jika dikaitkan dengan pengungkapan CSR perusahaan, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar pula untuk mengungkapkannya.

Selain itu tujuan perusahaan akan mendapatkan sebuah legitimasi dari *stakeholders* dengan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya yang akan dapat diperoleh, hal ini dikarenakan dari keberadaan dewan komisaris yang memberikan pengendalian dan pengawasan (Achmad Badjuri, 2011). Dan jika berdasarkan teori agensi, perusahaan yang memiliki manajemen dengan tugas yang besar maka akan membutuhkan dewan komisaris yang lebih banyak pula untuk mengawasi kegiatan manajemen. Hal ini dapat disimpulkan bahwa dewan komisaris yang berperan sebagai pihak intern yang mengawasi manajemen akan memberikan tekan yang semakin besar pula dalam melakukan kegiatan CSR. Sehingga dikaitkan dengan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, semakin besar tekanan untuk kegiatan sosial maka akan semakin luas pula pengungkapannya.

H₃ : Ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan pertambangan

Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap *Corporate Social Responsibility*

Kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham yang dimiliki oleh manajemen dalam perusahaan. Semakin besar proporsi kepemilikan manajerial pada perusahaan, maka manajemen akan semakin atau cenderung lebih giat dalam menciptakan nilai untuk kepentingan pemegang saham yang tidak lain adalah dirinya sendiri (Achmad Badjuri, 2011).

Tingkat kepemilikan manajemen yang tinggi akan cenderung tetap bertahan, dimana manajemen dapat melakukan program CSR dengan mudah, karena semakin tinggi tingkat kepemilikan manajerial, maka akan semakin tinggi pula untuk melaksanakan program CSR (Widya & Puspita, 2015). Hal ini dikarenakan struktur kepemilikan lebih banyak berada di tangan manajer, maka dari itu manajer memiliki wewenang yang sangat besar dalam mengatur untuk melakukan pilihan-pilihan metode akuntansi, dan juga kebijakan tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan (Achmad Badjuri, 2011). Kepemilikan manajerial memperoleh keuntungan secara khusus atas biaya CSR dari pemegang saham lainnya, struktur kepemilikan modal juga harus memegang peranan dalam penetapan jumlah pengeluaran CSR.

Jensen dan Meckling (1976) dalam Naila Karima (2014) menyatakan bahwa jika dilihat berdasarkan teori keagenan, perbedaan kepentingan antara manajer dengan pemegang saham akan mengakibatkan timbulnya sebuah konflik yang biasa disebut dengan *agency conflict*. Dan konflik ini menyebabkan pentingnya suatu mekanisme yang diterapkan dengan tujuan untuk melindungi kepentingan pemegang saham. Dan konflik ini akan menjadi semakin besar ketika kepemilikan manajer terhadap perusahaan semakin kecil.

H₄ : Kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan

Pengaruh Likuiditas terhadap *Corporate Social Responsibility*

Likuiditas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola perusahaan untuk memenuhi kewajiban atau membayar hutang jangka pendeknya (Fitri & Andi, 2016). Kesehatan suatu perusahaan yang dicerminkan dengan tingginya rasio likuiditas diharapkan dapat berhubungan

dengan luasnya tingkat pengungkapan informasi sosial perusahaan (Achmad Badjuri, 2011). Hal ini didasarkan dari adanya sebuah pengharapan bahwa dari segi keuangan perusahaan yang kuat akan lebih banyak untuk mengungkapkan informasi sosial dibandingkan dengan perusahaan yang lemah. Namun, jika likuiditas dipandang sebagai ukuran kinerja, maka perusahaan yang memiliki rasio likuiditas yang rendah perlu untuk memberikan informasi yang lebih banyak dan rinci untuk menjelaskan kelemahan kinerja perusahaan dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki rasio likuiditas yang lebih tinggi (Achmad Badjuri, 2011).

Pernyataan tersebut berbanding lurus dengan teori legitimasi, teori ini juga memiliki keyakinan jika perusahaan yang ditunjukkan oleh rasio likuiditas yang tinggi akan memiliki hubungan dengan tingkat pengungkapan CSR yang tinggi juga (Agustya Kurratul, 2015). Hal ini didasari bahwa kuatnya keuangan suatu perusahaan akan cenderung untuk memberikan informasi yang lebih luas dari pada kondisi keuangan yang lemah (Rina & Salis, 2017). Dan hal ini dikarenakan perusahaan dengan rasio likuiditas yang tinggi akan memberikan informasi sosial guna untuk memberikan *good news* kepada para pembaca untuk menaikkan citra dan menarik investor (Fitri & Andi, 2016).

H₅ : Likuiditas berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan

Pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara dana yang disediakan pemilik perusahaan dengan dana yang berasal dari kreditor perusahaan (Fitri & Andi, 2016). Menurut Jensen & Meckling (1976) dalam Achmad Badjuri (2011), teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *Leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih

banyak informasi sosial perusahaan mereka, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu yang lebih tinggi.

Perusahaan dengan rasio *Leverage* lebih tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang lebih rendah. Semakin Luas Pengungkapan maka semakin tinggi informasi yang didapat oleh investor. Hal ini dilakukan agar investor memiliki keyakinan atas terjaminnya mereka yang memiliki hak kreditur (Ahmad & Antonius, 2014).

H₅ : *Leverage* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan

Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*

Menurut Brigham (1999) dalam Achmad Badjuri (2011), profitabilitas merupakan suatu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, laba tersebut merupakan hasil bersih dari kebijakan manajemen baik dalam mengelola likuiditas, aset maupun utang perusahaan. Jika profitabilitas merupakan faktor yang dapat memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan juga mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas (Achmad Badjuri, 2011).

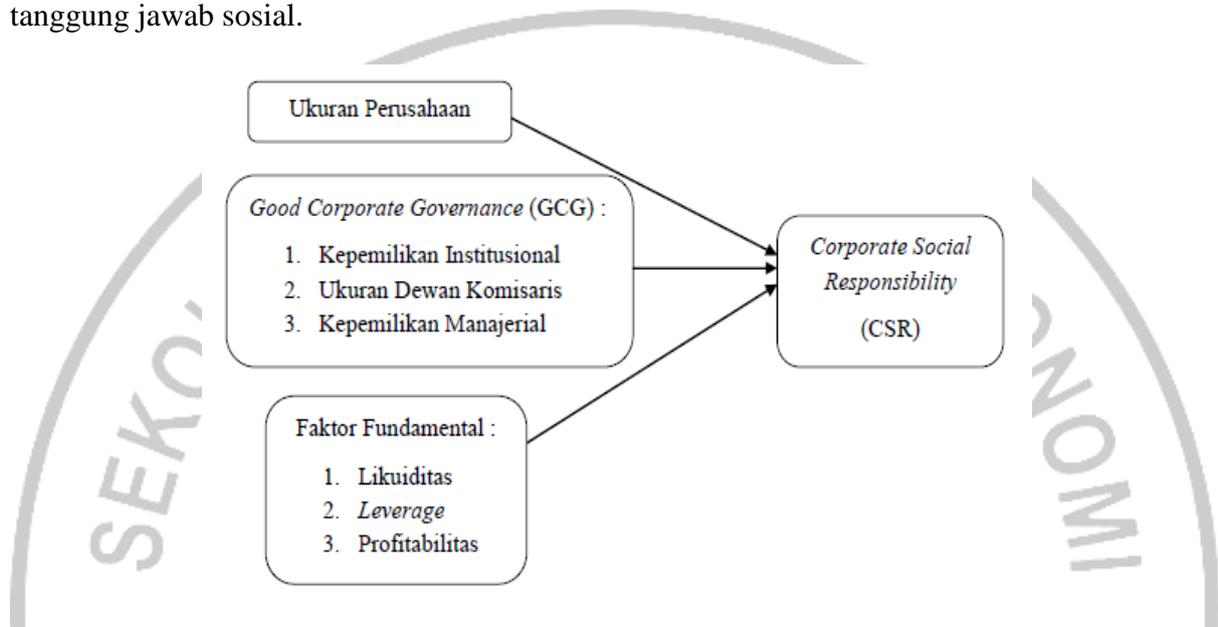
Hubungan antara profitabilitas dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini didasari oleh teori legitimasi, dimana pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Dan dengan adanya mekanisme *corporate governance* dan profitabilitas ini, perusahaan tetap akan mendapatkan keuntungan yang positif, yaitu perusahaan akan mendapatkan legitimasi dari masyarakat yang dimana hal ini akan berdampak pada

meningkatnya keuntungan perusahaan di masa yang akan datang (Rafika Anggraini, 2014).

Secara teoritis, menurut Kokubu *et al.* (2001) dalam Reny & Denies (2012) menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara kinerja ekonomi suatu perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Hal ini dikaitkan dengan teori agensi dengan premis bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas.

H₅ : Profitabilitas berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan



Gambar 2
Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Berdasarkan paradigma riset, penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menekankan pada fenomena-fenomena objek dan dikaji secara kuantitatif. (Asep & Bahruddin 2014:5). Penelitian kuantitatif ini menggunakan desain ekplanasi, dimana objek dari penelitian ekplanasi (*explanation research*) adalah untuk menguji hubungan antar variabel yang sedang dihipotesiskan. (Muhammad Mulyadi, 2011).

Berdasarkan pada tujuan penelitian, penelitian ini termasuk ke dalam penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif (*descriptive research*) adalah suatu metode penelitian yang ditunjukkan untuk

menggambarkan suatu fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena saat ini maupun fenomena yang lampau (Asep & Bahruddin 2014:5). Penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif tidak mengadakan adanya manipulasi atau perubahan pada variabel-variabel bebas, namun lebih menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya (Asep & E. Bahruddin 2014:5)..

Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa batasan, yaitu :

1. Penelitian ini menguji pengaruh dari ukuran perusahaan dengan pengukuran total aset, kepemilikan institusional, ukuran dewan komisaris, kepemilikan manajerial dan faktor

fundamental yang meliputi likuiditas, *leverage*, dan profitabilitas.

2. Perusahaan yang diteliti pada penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
3. Periode yang digunakan dalam penelitian ini selama 5 periode, yaitu 2014-2018
4. Perusahaan pertambangan yang diambil adalah perusahaan pertambangan yang mengungkapkan laporan tahunan dan juga *Corporate Social Responsibility*.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Corporate Social Responsibility

Ebert (2003) dalam Raisa Pratiwi (2012), mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* merupakan usaha perusahaan untuk menyeimbangkan komitmennya terhadap kelompok dan individu dalam lingkungan perusahaan tersebut, termasuk pelanggan, perusahaan lain, para karyawan dan juga investor. CSR diungkapkan dengan menggunakan alat analisis isi (*Content Analysis*) yang bersumber dari data sekunder. Acuan yang digunakan dalam melakukan analisis ini adalah dengan berpedoman indikator kerja *Global Reporting Initiative (GRI) G4*. Hasil yang akan diperoleh dari analisis ini berupa beberapa indikator untuk mengukur tingkat keluasan pengungkapan dari CSR. Dan berikut adalah indikator pengungkapan CSR:

1. Kuantitas Pengungkapan CSR (CSR D1)

Kuantitas pengungkapan CSR ini terkait dengan seberapa banyak perusahaan mengalokasikan sumber daya yang dimiliki untuk pengungkapan CSR. Kuantitas tersebut diukur dengan menggunakan jumlah halaman yang digunakan untuk pengungkapan CSR. Jumlah halaman dapat menunjukkan

seberapa banyak informasi yang disajikan oleh perusahaan terkait dengan tanggung jawab sosialnya.

2. Proporsi Pengungkapan CSR (CSR D2)

Proporsi pengungkapan CSR adalah perbandingan dari jumlah halaman yang digunakan dalam mengungkapkan CSR dengan total dari halaman pada laporan tersebut. Hal ini untuk melihat proporsi perusahaan dalam mengungkapkan CSR.

3. Dimensi Pengungkapan CSR (CSR D3)

Dimensi pengungkapan adalah sub bagian dari CSR untuk menyebutkan hal pokok yang harus ada dalam pengungkapan CSR. Terdapat 6 dimensi pengungkapan CSR yaitu, ekonomi, ketenagakerjaan, hak asasi, lingkungan, tanggung jawab produk dan kemasyarakatan. Pengungkapan ini untuk melihat berapa dimensi yang diungkapkan oleh perusahaan.

4. Aspek pengungkapan CSR (CSR D4)

Aspek pengungkapan CSR ini merupakan tinjauan dari setiap dimensi. Dari keenam dimensi yang ada, setiap dimensi akan dirinci lagi menjadi ke dalam beberapa aspek.

5. Tingkat kesesuaian pengungkapan CSR dengan indikator kinerja yang ada pada setiap aspek pengungkapan (CSR D5)

Rincian yang paling akhir didalam pengungkapan CSR adalah indikator kinerja. Indikator kinerja disusun berdasarkan aspek yang ada. Jumlah keseluruhan item indikator kinerja adalah 91. Sehingga pengukuran ini adalah untuk melihat seberapa luas perusahaan mengungkapkan CSRnya.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga, dimana perusahaan yang lebih besar memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran lebih kecil.

Pada penelitian ini pengukuran ukuran perusahaan menggunakan indikator total aset. Total aset akan ditransformasikan dengan *logaritma of natural* untuk menyamakan dengan variabel lain.

Ukuran Perusahaan = $\text{Log} (\text{Total Aset})$

Kepemilikan Instiusional

Kepemilikan institusional adalah jumlah saham yang dimiliki oleh suatu institusi dalam perusahaan. (Al Azhar, 2014). Tingkat kepemilikan institusional yang semakin tinggi akan meningkatkan tingkat pengawasan terhadap manajemen. Variabel ini dapat dihitung dan diukur dengan menggunakan indikator persentase jumlah saham yang dimiliki (Rowland, dkk, 2015). Yaitu dengan melakukan perbandingan antara jumlah saham yang dimiliki dengan jumlah saham secara keseluruhan yang dimiliki oleh perusahaan.

$$K_i = \frac{\text{Jumlah Saham Institusi}}{\text{Jumlah Saham Beredar}} \times 100\%$$

Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris merupakan suatu mekanisme untuk mengawasi dan memberikan petunjuk serta arahan pada pengelolaan perusahaan atau pihak manajemen. Manajemen bertanggung jawab untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing perusahaan, sedangkan dewan komisaris bertanggung jawab untuk mengawasi manajemen (Achmad Badjuri, 2011). Ukuran dewan komisaris merupakan total dari dewan komisaris yang ada dan dimiliki oleh perusahaan.

Ukuran Dewan Komisaris = Jumlah dewan komisaris perusahaan

Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham yang dimiliki oleh manajemen dari suatu perusahaan. Menurut Ross *et al* (2004) dalam Rowland, dkk (2015), semakin besar proporsi

kepemilikan manajemen pada perusahaan, maka manajemen cenderung lebih giat untuk kepentingan saham, karena hal ini tidak lain adalah dirinya sendiri. Kepemilikan manajerial dalam penelitian ini dapat dihitung atau dapat diukur dengan :

$$KM = \frac{\text{Jumlah Saham Manajemen}}{\text{Saham Yang Beredar}} \times 100\%$$

Likuiditas

Rasio likuiditas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan pengelola perusahaan dalam memenuhi kewajiban atau membayar utang jangka pendeknya.. Jika perusahaan mampu memenuhi kewajibannya, maka perusahaan dinilai sebagai perusahaan yang likuid. Sebaliknya, jika perusahaan tidak dapat memenuhi kewajibannya, maka perusahaan dinilai sebagai perusahaan yang likuid (Fitri & Andi, 2016).

Semakin tinggi angka rasio likuiditas, akan semakin baik bagi investor. Pengukuran dan perhitungan dari likuiditas ini adalah menggunakan perbandingan, Bila dirumuskan sebagai berikut :

$$LI = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

Leverage

Rasio *leverage* merupakan rasio yang mengukur perbandingan antara dana yang disediakan oleh pemilik perusahaan dengan dana yang berasal dari kreditor perusahaan. Rasio ini menunjukkan risiko *financial* yang dihadapi perusahaan. Dengan adanya komponen modal yang berasal dari utang, pemilik akan memperoleh manfaat berupa keuntungan yang diperoleh dari penambahan modal, tetapi di sisi lain pemilik harus membayar bunga utang (Fitri & Andi, 2016) Pengukuran dan perhitungan untuk mengukur *leverage* adalah dengan melakukan perbandingan. Bila dirumuskan sebagai berikut :

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

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang dapat dikur dengan menggunakan *gross profit margin ratio*, *operating profit margin ratio*, *operating cost ratio*, *net profit margin*, *return on asset* (Heni Triastuti, 2013). Perhitungan dan pengukuran untuk mengukur profitabilitas adalah dengan melakukan perbandingan. Perbandingan dari laba bersih dengan total aset akan menghasilkan yang dinamakan profitabilitas perusahaan. Bila dirumuskan sebagai berikut :

$$PB = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan Sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2018, dan sampel yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. itu terdapat beberapa kriteria yang harus dipenuhi agar sampel yang digunakan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, yaitu:

1. Perusahaan pertambangan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia
2. Perusahaan pertambangan yang melaporkan dan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* dalam

laporan tahunannya selama lima tahun 2014-2018

3. Perusahaan pertambangan yang memiliki data lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Data dan Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu dengan mengakses www.idx.co.id atau melalui *website* perusahaan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode *purposive sampling* yaitu dengan menggunakan kriteria yang telah ditentukan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah statistik deskriptif; uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas; analisis regresi linear berganda; dan uji hipotesis yang terdiri dari uji statistik F, uji ketetapan model (R^2), dan uji statistik t.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif ini akan memberikan hasil berupa suatu gambaran deskripsi yang dapat dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), nilai maksimal, nilai minimal, dan standar deviasi sebagai berikut :

Tabel 1
Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Uk perusahaan (X1)	157	25.7223	32.2584	29.063883	1.3788085
Kp Institusional (X2)	157	.0000	.9739	.628956	.2445270
Uk Dewan Komisaris (X3)	157	2	9	4	1.5774677
Kp Manajerial (X4)	157	.0000	.6075	.066839	.1376690
Likuiditas (X5)	157	.0524	12.6487	1.797982	1.5532162
Leverage (X6)	157	-2.3814	6.3904	1.187966	1.2616961
Profitabilitas (X7)	157	-.3076	.3941	.039801	.0997395
CSR	157	50.4670	136.9697	77.463320	16.5300353
Valid N (listwise)	157				

Sumber : Data diolah

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data yang kita miliki berdistribusi normal atau tidak. Salah satu cara uji normalitas ialah dengan *Kolmogorov-Smirnov test*. Data dianggap berdistribusi normal apabila nilai *Kolmogorov-Smirnov* dan *Asymp. Sig (2-tailed) > 0,05*.

Tabel 2
Uji Normalitas

	<i>Unstandardized Residual</i>
N	157
<i>Kolmogorov-Smirnov</i>	0,068
<i>Asymp. Sig (2-tailed)</i>	0,052

Sumber : Data diolah

Hasil tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov* dan *Asymp. Sig (2-tailed) > 0,05* yang berarti bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah uji untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kesamaan atau kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Uji multikolinieritas dilihat dari nilai *Vif* dan *tolerance*. Apabila nilai *tolerance > 0,10* dan nilai *VIF < 10*, maka antar variabel independen tidak memiliki masalah multikolinieritas.

Tabel 3
Uji Multikolinieritas

Model	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
(Constant)		
UK	0,783	1,277
KI	0,811	1,233
UDK	0,779	1,284
KM	0,727	1,376
LI	0,900	1,112
LV	0,740	1,351
PR	0,885	1,130

Sumber : Data diolah

Hasil tabel 3 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai *VIF < 10*

dan $tolerance > 0,10$, maka variabel independen pada regresi ini tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji untuk mengetahui terjadinya perbedaan *variance* residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Untuk mengetahui apakah suatu data bebas dari kasus heteroskedastisitas ialah dengan menggunakan uji *gletser*, apabila nilai $sig > 0,05$ maka model bebas dari kasus heteroskedastisitas.

Tabel 5
Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.
(Constant)	0,043
UK	0,006
KI	0,252
UDK	0,553
KM	0,061
LI	0,988
LV	0,701
PR	0,373

Sumber : Data diolah

Hasil dari tabel 5 menunjukkan bahwa nilai sig seluruh variabel independen selain ukuran perusahaan $> 0,05$, maka model tidak mengalami heteroskedastisitas. Sedangkan ukuran perusahaan $< 0,05$, maka variabel ini mengalami heterokeseadastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah uji untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Suatu model dikatakan bebas dari autokorelasi apabila nilai $DU < DW < 4 - DU$.

Tabel 4
Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	1,591

Sumber : Data diolah

Hasil tabel 4 menunjukkan bahwa nilai DW sebesar 1,591 dengan jumlah sampel sebanyak 157 dan variabel independen berjumlah 7 ($n=157, k=7$) dengan tingkat signifikansi 0,05, maka dengan data tersebut dapat diketahui nilai $DL = 1,6470$ dan $DU = 1,8329$, nilai $0 < 1,591 < 1,6470$, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi autokorelasi.

Uji Analisis Regresi

Analisis regresi adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen serta untuk menguji kebenaran hipotesis dalam penelitian. Berikut ini merupakan model regresi linier berganda :

Tabel 6
Uji Analisis Regresi

Model	Unstandardized Coefficients	Sig.
	B	
(Constant)	-13,9902	0,613
UK	3,313	0,001
KI	-14,914	0,005
UDK	1,662	0,049
KM	-22,278	0,026
LI	-0,504	0,525
LV	-0,677	0,529
PR	19,474	0,119

Sumber : Data diolah

Persamaan regresi pada penelitian ini, yaitu :

$$CSR = -13,902 + 3,313 UK - 14,914 KI + 1,662 UDK - 22,278 KM - 0,502 LK - 0,677 LV + 19,474 PR + e$$

Persamaan diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut, yaitu :

- a. Konstanta (a): nilai $a = -13,902$ menunjukkan besarnya variabel terikat CSR (Y) yang dipengaruhi oleh variabel-variabel bebas
- b. Nilai β_1 (koefisien ukuran perusahaan)= 3,313 artinya apabila ukuran perusahaan mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka CSR akan mengalami kenaikan sebesar 3,313. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara ukuran perusahaan dengan CSR.
- c. Nilai β_2 (koefisien kepemilikan institusional)= -14,914 artinya apabila kepemilikan institusional mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka CSR akan mengalami kenaikan sebesar -14,914. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan negatif antara kepemilikan institusional dengan CSR.
- d. Nilai β_3 (koefisien ukuran dewan komisaris)= 1.662 artinya apabila ukuran dewan komisaris mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka CSR akan mengalami kenaikan sebesar 1,662. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara ukuran dewan komisaris dengan CSR.
- e. Nilai β_4 (koefisien kepemilikan manajerial)= -22,278 artinya apabila kepemilikan manajerial mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka CSR akan mengalami kenaikan sebesar -22,278. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan negatif antara kepemilikan manajerial dengan CSR.
- f. Nilai β_5 (koefisien likuiditas)= -0,504 artinya apabila likuiditas mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka CSR akan mengalami kenaikan sebesar -0,504. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan negatif antara likuiditas dengan CSR.
- g. Nilai β_6 (koefisien *leverage*)= -0,677 artinya apabila *leverage* mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka

CSR akan mengalami kenaikan sebesar -0,677. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan negatif antara *leverage* dengan CSR.

- h. Nilai β_7 (koefisien profitabilitas)= 19,474 artinya apabila profitabilitas mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka CSR akan mengalami kenaikan sebesar 19,475. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara profitabilitas dengan CSR.

Uji Hipotesis

Uji Statistik F (Anova)

Uji statistik F untuk mengetahui apakah model persamaan yang dibuat merupakan model fit atau tidak fit dan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Model dikatakan fit apabila nilai signifikansi $< 0,05$.

Tabel 7
Uji Statistik F

Model	F	Sig.
Regression	7,516	0,000

Sumber : Data diolah

Hasil dari tabel 7 menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti $\text{Sig} < 0,05$, maka model dikatakan fit.

Uji Ketepatan Model (R^2)

Uji ketepatan model (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel independen secara jelas atau tidak terhadap variabel dependen. Nilai koefisien yang digunakan antara 0 dan 1, yaitu berarti jika hasil uji lebih mendekati 0 maka kemampuan variabel independen terbatas dalam menjelaskan variasi terhadap variabel dependen, sedangkan jika hasil uji lebih mendekati 1 maka kemampuan variabel independen cukup luas dalam menjelaskan variasi terhadap variabel dependen.

Tabel 8
Uji Ketepatan Model (R^2)

Model	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,226	14,540

Sumber : Data diolah

Hasil tabel 8 menunjukkan bahwa angka hasil dari uji F diperoleh F hitung sebesar 7,516. Sedangkan nilai F pada taraf signifikansi 0,000, karena angka tersebut atau tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang artinya variabel tersebut H_0 diterima, artinya bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap CSR.

Uji Statistik t

Uji statistik t bertujuan untuk mengetahui secara parsial variabel independen berpengaruh secara nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Uji t dikatakan signifikan apabila nilai Sig \leq 0,05.

Tabel 9
Uji Statistik t

Model	B	Sig.
1 (Constant)	-13,902	0,613
UK	3,313	0,001
KI	-14,914	0,005
UDK	1,662	0,049
KM	-22,278	0,026
LI	-0,504	0,525
LV	-0,677	0,529
PR	19,474	0,119

Sumber : Data diolah

Hasil tabel 9 menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen memiliki nilai signifikansi yaitu ukuran perusahaan sebesar 0,001, kepemilikan institusional sebesar 0,005, ukuran dewan komisaris sebesar 0,049, kepemilikan manajerial sebesar 0,026, likuiditas

sebesar 0,525, *leverage* sebesar 0,529 dan profitabilitas sebesar 0,119. Berdasarkan nilai signifikan maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat empat variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap CSR yaitu ukuran perusahaan, kepemilikan institusional, ukuran dewan komisaris dan kepemilikan manajerial karena keempat variabel tersebut memiliki nilai signifikan \leq 0,05, sedangkan terdapat tiga variabel independen lain yaitu likuiditas, *leverage*, dan profitabilitas yang tidak berpengaruh terhadap CSR karena variabel tersebut memiliki nilai signifikan $>$ 0,05.

Pembahasan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Ukuran perusahaan adalah skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang skalanya besar umumnya cenderung lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial daripada perusahaan yang mempunyai skala kecil (Rizkia Anggita, 2012). Tingkat keluasan informasi pada kebijakan luas pengungkapan perusahaan akan meningkat seiring dengan meningkatnya pula ukuran perusahaan. Hal ini dikarenakan, perusahaan yang berukuran besar akan lebih cenderung memiliki tanggung jawab publik akan informasi yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil (Fitri & Andi, 2016).

Berdasarkan hasil dari uji t dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikan ukuran perusahaan sebesar 0,001, nilai tersebut kurang dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) dengan arah t_{hitung} positif yang artinya ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*. Hal ini sesuai dengan teori agensi yaitu seperti yang dinyatakan oleh Sembiring (2005), jika semakin besar suatu perusahaan, maka

akan semakin besar pula biaya keagenan yang muncul. Untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, maka perusahaan yang memiliki skala lebih besar akan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas (Rizkia Anggita, 2012). Dan hal ini sesuai dengan teori legitimasi, yaitu perusahaan yang lebih besar melakukan aktifitas yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, dan memiliki lebih banyak pemegang saham yang memiliki perhatian terhadap program yang dilakukan perusahaan dan laporan tahunan merupakan alat yang efisien untuk mengkomunikasikan ini (Cowen *et Al.*, 1987) dalam Marzully & Denies (2012)

Pengaruh Kepemilikan Institusional Terhadap Corporate Social Responsibility

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham perusahaan oleh institusi keuangan, seperti perusahaan asuransi, bank, dana pensiun, dan *asset management* (Achmad Badjuri, 2011). Tuntutan untuk perusahaan dalam memberikan informasi yang transparan, organisasi atau perusahaan yang akuntabel dan tata kelola perusahaan yang baik akan memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya (Achmad Badjuri, 2011). Oleh karena itu tingkat kepemilikan institusional yang semakin tinggi akan meningkatkan tingkat pengawasan terhadap manajemen. Dan pengungkapan CSR merupakan salah satu aktivitas yang dimonitor oleh pemilik saham institusi (Achmad Badjuri, 2011).

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar 0,005, nilai tersebut kurang dari 0,05 ($0,005 < 0,05$) dengan arah t_{hitung} negatif, yang artinya kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap *Corporate Social Responsibility*. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi yaitu contoh dari kontrol kepemilikan institusional adalah dengan memberikan arahan dan masukan kepada manajemen ketika

manajemen tidak melaksanakan aktivitas yang positif seperti pengungkapan informasi tanggung jawab sosial (CSR) untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Dan kepemilikan institusional dapat memberikan monitoring terhadap manajemen untuk melakukan aktivitas positif tersebut. Dengan demikian pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat dipengaruhi oleh tingkat kepemilikan institusional (Heti Herawati, 2015). Hal ini dapat dilihat pula pada teori agensi, semakin tinggi tingkat kepemilikan institusional maka akan semakin kuat tingkat pengendalian yang dilakukan oleh pihak eksternal terhadap perusahaan, sehingga *agency cost* yang terjadi di dalam perusahaan akan semakin berkurang sehingga akan mengurangi *agency conflict* (Febrina & Lintang, 2014).

Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Corporate Social Responsibility

Dewan komisaris adalah wakil dari *shareholder* dalam perusahaan. Dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen untuk dapat mengungkapkan informasi tanggung jawab sosialnya (CSR) melalui wewenang yang dimiliki. Dan umumnya perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak untuk mengungkapkan informasi CSR nya.

Hasil dari uji t menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar 0,049, nilai tersebut kurang dari 0,05 ($0,049 < 0,05$) dengan nilai t_{hitung} positif yang artinya ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*. Hal ini sesuai dengan teori yang dinyatakan Sembiring (2005) yang menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan pengawasan yang dilakukan akan lebih efektif. Dan jika dikaitkan dengan pengungkapan CSR perusahaan,

maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar pula untuk mengungkapkannya (Indah & Rahmawati, 2010). Sesuai dengan teori legitimasi dari *stakeholders* dengan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya yang akan dapat diperoleh, hal ini dikarenakan dari keberadaan dewan komisaris yang memberikan pengendalian dan pengawasan (Achmad Badjuri, 2011). Dan jika berdasarkan teori agensi, perusahaan yang memiliki manajemen dengan tugas yang besar maka akan membutuhkan dewan komisaris yang lebih banyak pula untuk mengawasi kegiatan manajemen.

Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Corporate Social Responsibility

Kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham yang dimiliki oleh manajemen dalam perusahaan. Semakin besar proporsi kepemilikan manajerial pada perusahaan, maka manajemen akan semakin atau cenderung lebih giat dalam menciptakan nilai untuk kepentingan pemegang saham yang tidak lain adalah dirinya sendiri (Achmad Badjuri, 2011).

Hasil dari uji t menunjukkan bahwa hasil signifikan sebesar 0,026 hasil ini kurang dari 0,05 ($0,026 < 0,05$) dan memiliki t_{hitung} negatif, yang artinya kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap *Corporate Social Responsibility*. Dan hasil ini mendukung teori agensi yaitu perbedaan kepentingan antara manajer dengan pemegang saham akan mengakibatkan timbulnya sebuah konflik yang biasa disebut dengan *agency conflict*. Dan konflik ini menyebabkan pentingnya suatu mekanisme yang diterapkan dengan tujuan untuk melindungi kepentingan pemegang saham. Dan konflik ini terjadinya hubungan antara kepemilikan manajerial dengan pengungkapan CSR

Pengaruh Likuiditas Terhadap Corporate Social Responsibility

Likuiditas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola perusahaan untuk memenuhi kewajiban atau membayar hutang jangka pendeknya (Fitri & Andi, 2016). Kesehatan suatu perusahaan yang dicerminkan dengan tingginya rasio likuiditas diharapkan dapat berhubungan dengan luasnya tingkat pengungkapan informasi sosial perusahaan (Achmad Badjuri, 2011).

Hasil dari uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,525, nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,524 > 0,05$) yang artinya jika likuiditas tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*. Sehingga hal ini membuat tinggi rendahnya likuiditas tidak mempengaruhi CSR. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori yang mendasari, hal ini dikarenakan pada teori legitimasi, teori ini memiliki keyakinan jika perusahaan yang ditunjukkan oleh rasio likuiditas yang tinggi akan memiliki hubungan dengan tingkat pengungkapan CSR yang tinggi juga (Agustya Kurratul, 2015).

Pengaruh Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility

Rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara dana yang disediakan pemilik perusahaan dengan dana yang berasal dari kreditor perusahaan (Fitri & Andi, 2016). Perusahaan dengan rasio *Leverage* lebih tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang lebih rendah. Semakin Luas Pengungkapan maka semakin tinggi informasi yang didapat oleh investor

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,529, nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,529 > 0,05$), yang artinya *leverage* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Sehingga hal ini membuat tinggi rendahnya *leverage* tidak mempengaruhi CSR. Hasil ini tidak sesuai dengan teori yang mendasari *leverage*, karena pada teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *Leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi sosial perusahaan mereka, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu yang lebih tinggi.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility

Menurut Brigham (1999), profitabilitas merupakan suatu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, laba tersebut merupakan hasil bersih dari kebijakan manajemen baik dalam mengelola likuiditas, aset maupun utang perusahaan (Achmad Badjuri, 2011). Jika profitabilitas merupakan faktor yang dapat memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan juga mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas (Achmad Badjuri, 2011).

Hasil dari uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,119, nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,119 > 0,05$) yang artinya profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR. Sehingga profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*. Sehingga hal ini membuat tinggi rendahnya profitabilitas tidak mempengaruhi CSR. Hasil ini tidak sesuai dengan teori yang mendasari profitabilitas yaitu pada teori legitimasi, dimana pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Dan dengan adanya mekanisme *corporate governance* dan profitabilitas ini, perusahaan tetap akan mendapatkan keuntungan yang positif, yaitu perusahaan akan mendapatkan legitimasi dari masyarakat yang dimana hal ini akan berdampak pada meningkatnya

keuntungan perusahaan di masa yang akan datang (Rafika Anggraini, 2014). Dan berbanding terbalik pula pada teori agensi yaitu dengan premis bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Profitabilitas adalah sebuah faktor yang membuat manajemen menjadi semakin bebas dan fleksibel dalam mengungkapkan pertanggung jawaban sosial kepada pemegang saham, maka dari itu semakin tinggi nilai atau tingkat profitabilitas dalam perusahaan, maka akan semakin besar pula pengungkapan informasi sosialnya.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari ukuran perusahaan, kepemilikan institusional, ukuran dewan komisaris, kepemilikan manajerial, likuiditas, *leverage*, dan profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2018. Sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti dengan menggunakan *purposive sampling* di dapat 195 sampel dan setelah dilakukan *outlier* menjadi 157 sampel, dengan menggunakan uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolenieritas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi), analisis regresi berganda dan uji hipotesis (uji statistik F, Uji R^2 , dan uji t).

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan berdasarkan uji asumsi klasik, uji normalitas, data sudah berdistribusi normal setelah dilakukan satu kali *outlier* dan artinya data ini baik dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya. Pada uji multikolenieritas, didapatkan jika ukuran perusahaan, kepemilikan institusional, ukuran dewan komisaris,

kepemilikan manajerial, likuiditas, *leverage*, dan profitabilitas tidak terjadi multikolenieritas yang artinya model regresi linier tersebut bebas sehingga dapat menghasilkan hasil referensi yang baik. Untuk uji heterokedastisitas, variabel kepemilikan institusional, ukuran dewan komisaris, kepemilikan manajerial, likuiditas, *leverage* dan profitabilitas tidak terjadi heterokedastisitas yang artinya model regresi pada keenam variabel adalah baik, sedangkan untuk ukuran perusahaan terjadi heterokedastisitas sehingga ukuran perusahaan ini disebut homokedastisitas. Dan untuk uji autokorelasi, seluruh variabel terjadi autokorelasi sehingga data terdapat korelasi yang terjadi antar variabel.

Uji hipotesis, uji F didapatkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini model yang baik/fit, artinya model regresi yang terdiri dari ukuran perusahaan, kepemilikan institusional, ukuran dewan komisaris, kepemilikan manajerial, likuiditas, *leverage*, dan profitabilitas dapat digunakan untuk memprediksi *Coporate Social Responsibility*. Uji R^2 , dapat dilihat nilai *R Square* sebesar 26,1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 26,1% CSR dipengaruhi oleh ketujuh variabel independen yang digunakan pada penelitian ini, yaitu ukuran perusahaan, kepemilikan institusional, ukuran dewan komisaris, kepemilikan manajerial, likuiditas, *leverage*, dan profitabilitas. Sedangkan 73,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model.

Berdasarkan uji t menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR, hal ini karena besarnya total aset perusahaan akan memunculkan biaya keagenan yang tinggi sehingga perusahaan perlu untuk mengeluarkan biaya kegiatan sosial, kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap CSR, yang artinya saat saham institusional mengalami penurunan,

pengungkapan CSR terus meningkat. Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap CSR, banyaknya dewan komisaris akan mempengaruhi luasnya pengungkapan CSR karena akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan pengawasan yang dilakukan akan lebih efektif. Sedangkan likuiditas, *leverage*, dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR, sehingga tinggi rendahnya likuiditas, *leverage*, dan profitabilitas tidak mempengaruhi CSR.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan yang mempengaruhi dari hasil penelitian. Hasil yang lebih baik bagi penelitian selanjutnya sangat diharapkan agar lebih mempertimbangkan keterbatasan yang ada pada penelitian ini.

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu dari 42 perusahaan, ada 8 perusahaan yang tidak memiliki data lengkap untuk 5 tahun sehingga pada penelitian ini didapat 195 sampel yang digunakan sebelum *outlier* dan mengalami pengurangan sampel menjadi 157 setelah mengalami *outlier*.

Saran

Berbeda dengan keterbatasan yang dihadapi pada studi ini, dengan memperhatikan hasil yang didapat dari penelitian ini dan keterbatasan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan saran kepada penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Untuk penelitian yang akan datang diharapkan mengambil sampel yang lebih banyak dan tidak terbatas pada perusahaan pertambangan saja
2. Untuk penelitian yang akan datang disarankan agar menambah variabel lain yang unik, yang berpengaruh terhadap CSR, sehingga dapat lebih mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi CSR.

Daftar Rujukan

- Achmad Badjuri. (2011). Faktor-Faktor Fundamental, Mekanisme *Corporate Governance*, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Perusahaan Manufaktur dan Sumber Daya Alam di Indonesia. *Dinamika Keuangan dan perbankan*, Vol 3 No 1 Hal 38-54.
- Agustya Kurratul Aini. (2015). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia. *Kinerja*, Vol 12 No 1 Hal 1-11.
- Ahmad Kamil, & Antonius Herusetya. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan *Corporate Social Responsibility*. *Media Riset Akuntansi*, Vol 2 No 1 Hal 1-17.
- Al Azhar L. (2014). Pengaruh Elemen *Corporate Governance* Terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, Vol 3 No 1 Hal 54-71.
- Ang Swat Lin Lindawati, & Marsella Eka Puspita. (2015). *Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder Dan Legitimacy Gap* Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, Vol 6 No 1 Hal 157-174.
- Asep Saepul Hamdi, & E Bahrudin. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish
- Bambang MD. (2019, 03 02). 21 *Perusahaan Tambang Batubara di Merapi Area Teken Kerjasama Donasi Untuk BPJS*. Retrieved from <http://www.policewatch.news/2019/03/21-perusahaan-tambang-batubara-di.htmlm=1>
- Brigham, E. F. & Houston, J. F. (2010). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Buku 1 (Edisi 11). Jakarta : Salemba Empat.
- Dede Abdul Hasyir. (2016). Perencanaan CSR pada Perusahaan Pertambangan: Kebutuhan untuk Terlaksananya Tanggungjawab Sosial yang Terintegrasi dan Komprehensif. *Jurnal Akuntansi*, Vol 8 No 1 Hal 105-118
- Dita Rohmah. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* Di Dalam Laporan *Sustainability* (Studi Empiris Pada Perusahaan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol 5 No 2 Hal 243-262..
- Farah Margaretha, & Candra Gunadi Witedjo. (2014). CSR, Nilai Perusahaan dan Kinerja Keuangan Perusahaan pada Industri Pertambangan dan Manufaktur di Indonesia. *Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi*, Vol.14 No.1 Hal 89-114.
- Febrina Wibawati Sholekah & Lintang Venusta. (2014). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, *Leverage*, *Firm Size*, Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *High Profile* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode tahun 2008-2012. *Jurnal*

- Ilmu Manajemen*. Vol 2 No 3 Hal 795-807.
- Fitri Aulia Arif, & Andi Wawo. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Assets*, Vol 6 No 2 Hal 177-195.
- Global Reporting Initiative*. Retrieved from <http://www.globalreporting.org>
- Heni Triastuti Kurnianingsih. (2013). Pengaruh Profitabilitas dan *Size* Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Riset Akuntansi*, Vol 13 No 1 Hal 93-111.
- Heti Herawati. (2015). *Corporate Governance*, Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Riset Akuntansi dan Perpajakan*, Vol 2 No 2 Hal 2013-217.
- Ikatan Akuntansi Indonesia (Revisi 2009). *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta.
- Indah Dewi Utami & Rahmawati. (2010). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Asing, Dan Umur Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Manajemen*, Vol 21 No 3 Hal 297-306.
- Jensen, Michael C dan Meckling. William H., (1976). "*Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost, and Ownership Structure*", *Journal of Financial Economics*, Vol. 3, No. 4, October pp. 305-360.
- Leni Masnidar Nasution, (2017). Statistik Deskriptif. *Jurnal Hikmah*, Vol 14 No.1 Hal 49-55.
- Maria Wijaya. (2012). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, Vol 1 No 1 Hal 26-30.
- Marzully Nur & Denies Priantinah. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori *High Profile* Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Nominal*. Vol 1 No 1. Hal 22-34.
- Mohammad Mulyadi. (2011). Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, Vol 15 No 1 Hal 127-138.
- Naila Karima. (2014). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Intitusional, Dan Kepemilikan Asing Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Widya Warta No 02 Tahun XXXV III / ISSN 0854-1981*. Hal 219-230
- Ni Made Windya Apriyanti, & I.G.A.N Budiasih. (2016). Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan *High* dan *Low profile*. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol 14 No 2 Hal 977-1004.
- Ni Wayan Oktariani, & Ni Putu Sri Mimba. (2014). Pengaruh

- Karakteristik Perusahaan dan Tanggung Jawab Lingkungan Pada Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan. *E-jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol6. No3 Hal 402-418.
- PT Atlas Resources (2019). *Tanggung Jawab Sosial PT Atlas Resources*. Retrieved from Atlas Resource : www.atlas-coal.co./page/csr
- Raisa Pratiwi. (2012). Pengaruh Tingkat Pengungkapan Tanggung jawab Sosial dan *Corporate Social Responsibility* dengan Kinerja Keuangan Perusahaan. *Forum Bisnis dan Kewirausahaan Jurnal Ilmiah STIE MDP*, Vol 2 No 1 Hal 17- 23.
- Rafika Anggraini Putri, & Yulius Jogi Christiawan. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Business Accounting Review*, Vol 2 No 1 Hal 61-70.
- Reny Dyah Retno M & Denies Priantinah. (2012). Pengaruh *Good Corporate Governance* Dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010). *Jurnal Nominal*, Vol 1 No 1 Hal 84-103.
- Ridwan Nanda Mulyana. (2018, 12 17). *Kinerja Perusahaan Tambang Terbaik Mendapat Apresiasi IMA Award 2018*. Retrieved from Kontan: <http://www.google.com/amp/amp.kontan.co.id/news/kinerja-perusahaan-tambang-terbaik-mendapat-apresiasi-ima-awards-2018>
- Rina Mudjiyanti & Salis Saevy Maulani. (2017). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi*, Vol 13 No 3 Hal 324-346.
- Rizkia Anggita Sari. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal* Volume 1 Nomor 1 Hal 124-140.
- Rowland Bismark Pasaribu, Dionysia Kowanda, & Dian Kurniawan. (2015). Pengaruh *Earning Management* dan Mekanisme *Good Corporate Social Responsibility* pada Emiten Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *JRMB*, Volume 10 No 2 Hal 97-121.
- Sharma, Deepankar., & Bhatnagar, Priya. (2014, 03 10). *Corporate Social Responsibility of Mining Industries*. Retrieved 04 05, 2019, from SSRN: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.240714>
- Silvia Tumewu, & Felizia Arni Rudiawarni. (2014). Pengaruh *Earning Management* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Corporate Financial performance* pada Industri Perbankan yang Terdaftar di BEI Periode 2010-2012. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya* , Vol 3 No 2 Hal 1-19.
- Syahrir, R. K & Suhendra, S. (2010). *The Effect of Company Characteristic To Disclosure Fitting of Miscellaneous Industry Sector*

- Annual Report Which Is Registered In IDX*. Tesis, Magister Akuntansi, Universitas Gunadarma.
- Thio Lie Sha. (2014). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi*, Vol XVIII No 1 hal : 86:98
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2009 tentang Batubara dan Mineral.
- Undang-Undang Republik Indonesia Pasal 108 tentang Minerba
- Undang-Undang Republik Indonesia Pasal 74 Tentang Perseroan Terbatas.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang *Perseroan Terbatas*
- Widya Novita Sari, & Puspita Rani. (2015). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, Return On Assets (ROA) dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013. *Jurnal akuntansi dan keuangan FE Universitas Budi Luhur*, Vol 4 No 1 Hal 1-20.
- Yuansyah Satya. (2012, 11 24). *Perusahaan Tambang Diminta Terapkan CSR Lingkungan-Rentan Pencemaran*. Retrieved 04 01, 2019, from Neraca: <http://www.neraca.co.id/article/21817/perusahaan-tambang-diminta-terapkan-csr-lingkungan-rentan-pencemaran> diakses 3 April 2018
- Yulia Setyarini, & Melvie Paramitha. (2011). Pengaruh Mekanisme *Good Corporate Governance* Terhadap *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Kewirausahaan*, Vol5 No 2 Hal 10-17.