



## ANALISIS PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

(Studi Kasus Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2015-2019)

Nur Isra Laili<sup>2</sup>, Riesna Apramilda<sup>2</sup>

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Ibnu Sina

Email : [nurisralaili@yahoo.com](mailto:nurisralaili@yahoo.com)

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh dari ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility. Studi ini dilatar belakangi dengan masih rendahnya perusahaan pertambangan yang melakukan aktivitas CSR dan pengungkapannya serta beragamnya hasil penelitian sebelumnya. Rendahnya aktivitas CSR disebabkan oleh kurangnya kesadaran perusahaan atas pentingnya aktivitas CSR dan pengungkapannya dalam laporan tahunan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di industri pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2015-2019. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan tahunan selama periode 2015-2019 yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) Variabel penelitian ini adalah SIZE, DER, dan ROA. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *sampling purposive*, dan metode analisis data yang digunakan adalah SPSS 20. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada 9 perusahaan pertambangan pada periode 2015 sampai dengan 2019 dapat disimpulkan berdasarkan perhitungan koefisien regresi secara parsial (uji t) bahwa variabel SIZE dan ROA berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengungkapan corporate social responsibility sedangkan Variabel DER tidak berpengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility. Berdasarkan hasil uji secara bersama-sama menunjukkan terdapat pengaruh antara SIZE, DER, dan ROA secara bersama-sama terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Besar pengaruh adalah sebesar 20,3%. Dan sisanya 79,7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian atau diluar persamaan regresi

**Kata Kunci** : SIZE, DER, ROA, dan CSR

### 1) Pendahuluan

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat ditandai dengan munculnya berbagai perusahaan yang berskala produksi besar dan menyerap banyak tenaga kerja. Bidang-bidang usaha yang tersedia semakin banyak sehingga lapangan pekerjaan tersedia cukup luas bagi masyarakat. Harus dipahami, bahwa dalam mengimplementasi usahanya, pihak investor tidak hanya mementingkan keuntungan semata bagi dirinya sendiri (*profit oriented*), tetapi juga harus berkewajiban memiliki tanggung jawab sosial terhadap masyarakat (Daniri, 2008 dalam Sri Utami 2013;1). Kajian mengenai *corporate social responsibility* semakin berkembang pesat seiring banyak kasus yang terjadi dimana perusahaan tidak memberikan kontribusi positif secara langsung kepada masyarakat bahkan memberikan dampak negatif atas beroperasinya perusahaan, seperti kasus PT. Freeport dan PT. Newmont.

*Global Compact Initiative* dalam Kurnianto (2011;20) menyebutkan pemahaman CSR dengan 3P yaitu *profit, people, planet*. Konsep ini memuat pengertian bahwa bisnis tidak hanya sekedar mencari keuntungan (*profit*) melainkan juga kesejahteraan orang (*people*) dan menjamin keberlangsungan hidup (*planet*). Dewasa ini konsep CSR berkaitan erat dengan keberlangsungan atau *sustainability* perusahaan. Menurut konsep CSR sebuah perusahaan dalam melaksanakan aktivitas dan pengambilan keputusannya tidak hanya berdasarkan faktor keuangan semata misalnya deviden dan keuntungan melainkan juga berdasarkan konsensus sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun masa yang akan datang

Isu mengenai tanggung jawab sosial menjadi sangat populer di Indonesia sejak beberapa tahun terakhir. Seiring dengan proses globalisasi, kesadaran masyarakat terhadap dampak aktivitas bisnis perusahaan tersebut mengakibatkan tekanan dan tuntutan terhadap perusahaan agar perusahaan dapat memperluas tanggung jawab sosialnya. Dinamika ini sejalan dengan meningkatnya kesadaran dan keberanian masyarakat menuntut hak atas keadilan sosial, lingkungan hidup hak asasi manusia (HAM) dan penegakan hukum (*law enforcement*) serta transparansi dan informasi terbuka (*well informed*) berkaitan dengan aktivitas dunia usaha. Secara politis, tuntutan masyarakat tersebut sangat wajar, karena kekayaan sumber daya alam (SDA) yang dimiliki bangsa Indonesia hanya dinikmati sebagian kecil atau kelompok tertentu saja. Sehingga, menimbulkan berbagai kerusakan dan dampak lingkungan.

Akuntansi pun mengalami perkembangan pesat dengan hadirnya revolusi industri. Pelaporan akuntansi digunakan sebagai alat pertanggungjawaban kepada pemilik modal sehingga mengakibatkan orientasi perusahaan lebih berpihak kepada pemilik modal. Berpihaknya perusahaan kepada pemilik modal mengakibatkan perusahaan melakukan eksploitasi sumber-sumber alam dan masyarakat sosial secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan pada akhirnya mengganggu kehidupan manusia. Para pemilik modal, yang hanya berorientasi pada laba material, telah merusak keseimbangan kehidupan dengan cara menstimulasi pengembangan potensi ekonomi yang dimiliki manusia secara berlebihan yang tidak memberi kontribusi bagi peningkatan kemakmuran mereka tetapi justru menjadikan mereka mengalami penurunan kondisi sosial [Galtung & Kada (1995) dan Rich (1996)]

Dalam pengambilan keputusan investasi, investor seringkali melihat besar kecilnya perusahaan dan melakukan penilaian terhadap kinerja keuangan perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan (*size*) perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Di samping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil.

Penilaian terhadap kinerja keuangan antara lain dapat dilihat dari kemampuan perusahaan menghasilkan laba (*profit*) juga dari leverage perusahaan. Ang (1997) dalam Purnasiwi (2011;21) mengungkapkan bahwa rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya. Para manajer tidak hanya mendapatkan deviden, tapi juga akan memperoleh *power* yang lebih besar dalam menentukan kebijakan perusahaan. Dengan

demikian semakin besar dividen (*dividend payout*) akan semakin menghemat biaya modal, di sisi lain para manajer (*insider*) menjadi meningkat *powernya* bahkan bisa meningkatkan kepemilikannya akibat penerimaan deviden sebagai hasil keuntungan yang tinggi. Jadi, profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya.

*Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Tingkat *leverage* perusahaan, dengan demikian menggambarkan risiko keuangan perusahaan. Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio leverage yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen & Meckling, 1976). Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur (Schipper, 1981 dalam Marwata, 2001 dan Meek, et al, 1995 dalam Purnasiwi 2011;23 ).

Penelitian ini mengadopsi GRI (*Global Reporting Initiative*) versi 3.0 yang telah disesuaikan dengan kondisi pelaksanaan CSR di Indonesia sebagai itempengukur variabel dependen pada *sustainability reporting* perusahaan. Penelitian ini mengambil judul ” **Analisis Pengaruh Size, Leverage, Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Suatu Kajian Pada Perusahaan Pertambangan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Pada tahun 2015-2019)**”

## 2. Kerangka Teoritis

Pengertian CSR menurut Johnson dan Johnson, dalam Nor Hadi.2011:46 menyatakan bahwa : “ *CSR is about how companies managethe business processes to produce an overall positive impact dosociety*“ . Definisi ini pada dasarnya berangkat dari filosofi bagaimana mengelola perusahaan baik sebagian maupun keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungannya. Untuk itu perusahaan harus mampu mengelola operasi bisnisnya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure, corporate social reporting, social accounting* (Mathews, 1995) atau *corporate social responsibility* (Hackston dan Milne, 1996) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan), di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham ( *Gray et al, 1988*).

Bentuk pengungkapan pada dasarnya bersifat wajib (*mandatory*) dan sukarela (*voluntary*). Perusahaan melakukan pengungkapan baik informasi keuangan maupun non keuangan agar dapat meningkatkan nilai perusahaan. Salah satu informasi yang wajib untuk diungkapkan perusahaan adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan ukuran atau besarnya asset yang dimiliki perusahaan ditunjukkan oleh natural logaritma dari total aktiva. Ukuran perusahaan dapat dikukur dengan total aktiva perusahaan, asumsi yang mendasar adalah bahwa investor akan

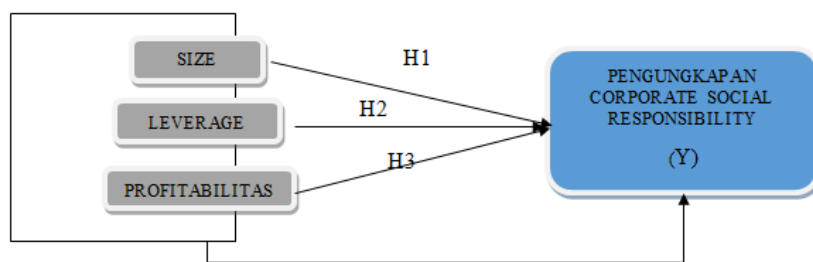
membaca atau menggunakan laporan keuangan perusahaan untuk mempertimbangkan keputusan investasi dalam saham perusahaan. Hal ini untuk mengetahui status suatu perusahaan apakah perusahaan ini mempunyai keuangan untuk kontinuitas produksinya dimasa mendatang atau sebaliknya.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Menurut Heinze (1976); Gray *et.al*, (1995) dalam Yamashita (2013;26) profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial. Ini didukung oleh teori legimitasi, dimana perusahaan mendapat legimitasi (respon) baik dari masyarakat karena perusahaan dengan *profitabilitas* yang tinggi dianggap dapat membiayai aktivitas sosialnya.

*Leverage ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya besarnya jumlah utang yang digunakan perusahaan untuk membiayai kegiatan usahanya jika dibandingkan dengan menggunakan modal sendiri (Kasmir 2012;113). Rasio *leverage* memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat resiko tak tertagihnya suatu utang. Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur.

Oleh karena itu perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. Hal ini sesuai dengan teori keagenan yang memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen & Meckling, 1976) dalam Fr. Reni (2006)

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran



## Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut:

- H1: Diduga terdapat pengaruh positif signifikan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility
- H2: Diduga terdapat pengaruh positif signifikan leverage terhadap pengungkapan corporate social responsibility
- H3: Diduga terdapat pengaruh positif signifikan profitabilitas terhadap pengungkapan corporate social responsibility
- H4: Diduga terdapat pengaruh positif signifikan ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap pengungkapan corporate social responsibility

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada seluruh Perusahaan Pertambangan yang go public yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang beralamat di Jalan Pondok NO. 90A Adapun kriteria yang digunakan dalam penentuan sampel penelitian ini adalah:

1. Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019
2. Menerbitkan *annual report* atau *sustainability report* pada tahun 2015-2019 di website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)
3. Perusahaan yang mengungkapkan laporan CSR melalui laporan tahunannya
4. Perusahaan yang memiliki data lengkap berkaitan dengan faktor-faktor karakteristik perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini.
5. Perusahaan pertambangan yang memiliki data keuangan dan data pasar yang lengkap.
6. Laporan Keuangan yang tidak memiliki ekuitas negatif karena apabila ekuitas negatif akan mempengaruhi informasi yang dimiliki oleh perusahaan.
7. Perusahaan yang tidak melakukan stock split dan penggabungan usaha seperti merger dan akuisisi.

Variabel dependen yang diteliti dalam penelitian ini adalah pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pengukuran variabel ini dengan mengukur pengungkapan sosial laporan tahunan yang dilakukan dengan pengamatan mengenai ada tidaknya suatu item informasi yang ditentukan dalam laporan tahunan, apabila item informasi tidak ada dalam laporan keuangan maka diberi skor 0, dan jika item informasi yang ditentukan ada didalam laporan tahunan maka diberi skor 1. Setelah itu dilakukan perhitungan untuk mendapatkan indeks pengungkapan sosial setiap sampel.

Variabel Independen yang diteliti dalam penelitian ini adalah Ukuran perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas. Nilai koefisien determinasi pada penelitian ini diperoleh dengan menggunakan program statistic computer SPSS versi 21.0 dimana untuk regresi dengan satu variabel dipergunakan koefisien korelasi parsial ( $r^2$ ) dan untuk regresi lebih dari dua variabel bebas digunakan *Adjusted R2* sebagai koefien determinasi (yang telah disesuaikan)

Analisis regresi berganda digunakan untuk memprediksi pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel simultan. Mengingat penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas, maka persamaan regresi sebagai berikut:

$$CSR_i = a + b_1 SIZE_i + b_2 DER_i + b_3 ROA_i + e$$

Keterangan :

CSR<sub>i</sub> = Jumlah informasi sosial yang diungkapkan ( 78 item)

a = Konstanta

SIZE<sub>i</sub> = Ukuran Perusahaan

DER<sub>i</sub> = Leverage

ROA<sub>i</sub> = Profitabilitas

b<sub>1</sub> = Koefisien regresi SIZE

b<sub>2</sub> = Koefisien regresi DER

b<sub>3</sub> = Koefisien regresi ROA

e = Tingkat error

#### 4. Hasil Penelitian

Populasi penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2015-2019. Sampel perusahaan yang berhasil diperoleh dalam penelitian ini sebanyak 9 perusahaan dengan total data 45 selama 5 tahun. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI). Fokus penelitian ini adalah ingin melihat pengaruh size perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

**Tabel 1 Hasil Statistic Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SIZE	45	5.35	10.34	7.6258	1.67070
DER	45	.23	3.54	.7098	.63689
ROA	45	.01	.46	.1627	.10513
CSR	45	.13	.65	.3231	.12678
Valid N (listwise)	45				

Sumber : Data sekunder yang diolah dengan SPSS 2.0

Tabel 1 menunjukkan statistik deskriptif masing-masing variabel penelitian. Berdasarkan Tabel 4.2, hasil analisis dengan menggunakan statistik deskriptif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan melihat jumlah item pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan, menunjukkan nilai minimum sebesar 0,13, nilai maksimum sebesar 0,65 dengan rata-rata sebesar 0,3231 dan standar deviasi sebesar 0,12678. Hasil analisis dengan menggunakan statistik deskriptif terhadap ukuran perusahaan (SIZE) yang dihitung dengan cara menghitung log dari total asset menunjukkan nilai minimum sebesar 5,35, nilai maksimum sebesar 10,34 dengan rata-rata sebesar 7,6258 dan standar deviasi 1,67070. Hasil analisis dengan menggunakan statistik deskriptif terhadap *leverage* (DER) yang dihitung dengan cara membagi jumlah liabilities dengan jumlah equitas menunjukkan nilai minimum sebesar 0,23, nilai maksimum sebesar 3,54 dengan rata-rata sebesar 0,7098 dan standar deviasi sebesar 0,63689. Hasil analisis dengan menggunakan statistik deskriptif terhadap profitabilitas (ROA) yang dihitung dengan cara membagi jumlah laba bersih dengan jumlah asset menunjukkan nilai minimum sebesar 0,01, nilai maksimum sebesar 0,46 dengan rata-rata sebesar 0,1627 dan standar deviasi sebesar 0,10513. Variabel size perusahaan, *leverage* dan profitabilitas memiliki nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas data dari variabel tersebut baik, karena nilai rata-rata yang lebih besar dari nilai standar deviasinya mengidentifikasikan bahwa standar error dari variabel tersebut kecil (Ghozali, 2011).

**Tabel 2. Hasil adj R2**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.584 <sup>a</sup>	.341	.293	.10660	1.881

a. Predictors: (Constant), ROA, DER, SIZE

b. Dependent Variable: CSR

Sumber : Data sekunder yang diolah dengan SPSS 2.0

Tabel 2 yang menunjukkan bahwa angka koefisien korelasi (R) menunjukkan nilai sebesar 0,584 yang menandakan bahwa hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen adalah kuat karena memiliki nilai  $R > 0,5$ . Adapun nilai Adj R2 sebesar

0,293 menunjukkan bahwa hanya sebesar 29,3% variasi variabel dependen (CSR) yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen (SIZE, ROA dan DER ) dalam penelitian ini. Sedangkan sisanya yang sebesar 70,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian yang mungkin dapat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) seperti kepemilikan saham publik, dewan komisaris, dan pengungkapan media.

**Tabel 3. Hasil Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.045	.077		.587	.561	
	SIZE	.043	.010	.566	4.282	.000	.919
	DER	.018	.025	.089	.693	.492	.983
	ROA	.382	.160	.316	2.383	.022	.911

a. Dependent Variable: CSR

Sumber : Data sekunder yang diolah dengan SPSS 2.0

**Tabel 4. Hasil Uji F**  
**Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.241	3	.080	7.079	.001 <sup>b</sup>
	Residual	.466	41	.011		
	Total	.707	44			

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), ROA, DER, SIZE

Sumber : Data sekunder yang diolah dengan SPSS 2.0

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai F hitung dengan nilai sig. sebesar 0,001. Hal ini menandakan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* karena nilai sig. <math>\alpha = 5\%</math>. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara SIZE, DER dan ROA secara simultan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dari tabel 3 diatas menunjukkan bahwa Variabel SIZE menunjukkan koefisien regresi positif 0,043 dengan nilai t hitung sebesar 4,82 nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,00. Hal ini berarti tingkat signifikansinya (  $0,00 < 0,05$  ). Hal ini berarti pengungkapan corporate social responsibility dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh ukuran perusahaan hal ini dapat disimpulkan bahwa Hipotesis Pertama (H1) diterima. Variabel DTA menunjukkan koefisien regresi positif sebesar 0,18 dengan nilai t hitung sebesar 0,693. dengan tingkat signifikan lebih besar dari alpha ( $0,492 > 0,05$ ). Hal ini berarti pengungkapan corporate social responsibility berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan oleh leverage. Variabel ROA menunjukkan koefisien regresi positif sebesar 0,382 dengan nilai t hitung sebesar 2,383 nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,022. Hal ini berarti tingkat signifikansinya (  $0,022 < 0,05$  ), Hal ini berarti pengungkapan corporate social responsibility berpengaruh secara positif dan signifikan oleh Profitabilitas.

### 1) Pengaruh Size perusahaan (SIZE) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (H1)

Tabel 3 diatas menunjukkan bahwa Variabel SIZE menunjukkan koefisien regresi positif 0,043 dengan nilai t hitung sebesar 4,82 nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,00. Hal ini berarti tingkat signifikansinya ( $0,00 < 0,05$ ). Hal ini berarti pengungkapan corporate social responsibility dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh ukuran perusahaan.

Nilai ini membuktikan anggapan bahwa terdapat pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial oleh ukuran perusahaan, dimana semakin besar perusahaan maka akan mengungkapkan informasi yang lebih luas Penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Anggraini (2006) dan Kurnianingsih (2013). Penelitian Cahya (2010) dan Ulfiyah Fima (2014) dan Cahya mendukung hasil penelitian ini yang menyatakan ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hasil penelitian ini sesuai dengan teori legitimasi, yang menyatakan perusahaan akan berusaha menaati peraturan dan norma-norma yang ada dalam masyarakat termasuk Undang-Undang No. 40 tahun 2007 agar keberadaan perusahaan dapat diterima di tengah masyarakat. Adanya Undang-Undang No. 40 tahun 2007 turut menciptakan iklim penerapan kegiatan CSR bagi seluruh perusahaan publik secara wajib dan tidak lagi bersifat sukarela sehingga ukuran perusahaan di duga menjadi relevan terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan juga menganggap bahwa 78 pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sangat penting untuk mengangkat citra perusahaan dan tingkat penjualan di tengah ketatnya persaingan. Oleh karena itu, besar kecilnya perusahaan atau berapapun asset yang dimiliki perusahaan akan menurunkan atau meningkatkan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan.

### 2) Pengaruh *leverage* (DER) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (H2)

Variabel DTA menunjukkan koefisien regresi positif sebesar 0,18 dengan nilai t hitung sebesar 0,693. dengan tingkat signifikan lebih besar dari alpha ( $0,492 > 0,05$ ). Hal ini berarti pengungkapan corporate social responsibility berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan oleh leverage.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pebriana dan Surakarta (2012) yang menyatakan semakin tinggi tingkat leverage semakin besar peluang perusahaan untuk melaporkan laba yang lebih tinggi. Hasil penelitian ini tidak mendukung teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi. Hal ini karena rasio *leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Oleh karena itu perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi tidak mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan informasi sosial.

### 3) Pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (H3)

Variabel ROA menunjukkan koefisien regresi positif sebesar 0,382 dengan nilai t hitung sebesar 2,383 nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,022. Hal ini berarti tingkat signifikansinya ( $0,022 < 0,05$ ), Hal ini berarti pengungkapan corporate social responsibility berpengaruh secara positif dan signifikan oleh Profitabilitas.

Penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Kurnianingsih (2013) dan Ulfiyah Fima (2014). Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh peneliti Bobby (2011), yang menemukan adanya pengaruh profitabilitas yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial



perusahaan. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi lebih banyak melakukan aktivitas sosial karena perusahaan tidak berorientasi pada laba semata. Hal ini didukung dengan argumentasi bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan menganggap perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca "good news" kinerja perusahaan. "Good news" ini dapat berupa aktivitas-aktivitas sosial lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung teori yang menyatakan bahwa dengan adanya laba yang tinggi maka manajemen akan melakukan pengungkapan sosial yang luas.

#### **4) Pengaruh Ukuran perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility (H4)**

Hasil penelitian menemukan bahwa secara serentak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas terhadap pengungkapan corporate social responsibility, semakin baik semakin tinggi ukuran perusahaan, semakin baik leverage dan semakin tinggi profitabilitas maka akan semakin tinggi pula corporate social responsibility.

Sumbangan secara bersama-sama antara variabel ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap corporate social responsibility sebesar 29,3 %, dan 70,7 % lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti seperti dewan komisaris, media, kinerja lingkungan, kinerja manajerial

### **5. Simpulan dan Saran**

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti empiris tentang Analisis Pengaruh Size perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dilihat dari *annual report* dan laporan keuangan perusahaan. Analisis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan program *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 20. Objek dari penelitian ini merupakan Perusahaan Pertambangan yang go public yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang beralamat di Jalan Pondok NO. 90A. Data sampel sebanyak 9 perusahaan dengan total data 45 selama 5 tahun yang menerbitkan *annual report* dan laporan keuangan di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2019. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dengan besar pengaruh sebesar 0,043 dengan nilai t hitung (4,82) > t tabel (1,96)
2. Variabel Leverage tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dengan besar pengaruh sebesar 0,18 dengan nilai t hitung (0,693) < t tabel (1,96)
3. Variabel profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. dengan besar pengaruh sebesar 0,382 dengan nilai t hitung (2,383) > t tabel (1,96)
4. Variabel Ukuran perusahaan, Leverage dan Profitabilitas berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*, dengan sumbangan pengaruh sebesar 29,3% dan sisanya 70,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk kedalam ruang lingkup penelitian ini

Saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah:

Penelitian mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di masa yang akan datang diharapkan mampu memberikan hasil penelitian yang lebih berkualitas, dengan mempertimbangkan saran dibawah ini:

1. Untuk perusahaan pertambangan kedepannya agar dapat meningkatkan pengungkapan corporate social responbility karena dalam penelitian ini terbukti bahwa semakin besar perusahaan melaporkan pengungkapan coporate social responbility semakin besar laba yang didapatkannya.
2. Untuk pemerintah agar memberikan pedoman, acuan, panduan serta aturan-aturan terkait dengan Corporate Social Responbility (CSR) secara keseluruhan, jelas dan dapat diterima, sehingga tidak ada lagi kesimpang-siuran dan ketidak [astian nagi semua pihak dan kalangan. Dan juga diperlukannya peran aktif terutama pemerintah dan instansi terkait untuk lebih memasyarakatkan CSR dalam rangka sosialisasi.
3. Untuk Investor hendaknya lebih memberi perhatian kepada pengungkapan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi. Apabila perusahaan tidak melaksanakan CSR dan mengungkapkannya dalam laporan tahunan nya, maka hal ini dapat menimbulkan masalah dengan lingkungan sosial sekitar perusahaan dikemudian hari yang dapat merugikan perusahaan, yang pada akhirnya akan merugikan investor itu sendiri.
4. Untuk peneliti selanjutnya agar menambahkan cakupan jumlah sampel dan periode pengamatan yang lebih panjang, sehingga hasil yang diperoleh akan lebih menjelaskan gambaran kondisi yang sesungguhnya.
5. Untuk peneliti selanjutnya agar dapat menambah beberapa variabel lain sebagai faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), seperti ukuran dewan komisaris, kinerja lingkungan, kinerja manajerial.
6. Untuk peneliti selanjutnya agar menambahkan selain data sekunder juga menggunakan data lain, seperti kuesioner ataupun interview ke perusahaan atau institusi pemerintah untuk mengetahui informasi lebih lengkap mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

### Daftar Pustaka

- Adawiyah, Ira Robiah. 2013. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responbility (Studi Empiris Pada Perusahaan Go Public yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index Periode 2008-2012). Skripsi. Jakarta. Universitas Islamn Negeri Syarif Hidayatullah
- Anggraini, Reni Retno. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Keuangan Tahunan: Studi Empiris Pada Perusahaan-perusahaan yang Terdaftar di BEJ. Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang.
- Ardianto, Elvinaro dan Dindin Machfuz. 2011. Efek Kedermawanan Pebisnis dan CSR. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- CSR Indonesia. 2013. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. <http://www.csrindonesia.com>.
- Cahya, Bramantya Adhi. 2010. Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Tanggung jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). Skripsi. Semarang Universitas Diponegoro.
- Data Laporan Tahunan Perusahaan. 2015-2019. [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).
- Ghozali, Imam. 2007. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

- Gray, Rob; Colin Dey; Dave Owen; Richard Evans and Simon Zadek. 1997. Struggling with the Praxis of Social Accounting: Stakeholders, Accountability, Audits and Procedures. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 10, No. 3, p. 325-364.
- Gray, Rob; Dave Owen and Keith Maunders. 1988. Corporate Social Reporting: Emerging Trends in Accountability and the Social Contract. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 1, No. 1, p. 6- 20
- Gray, Rob; Reza Kouhy and Simon Lavers. 1995. Corporate Social and Environmental Reporting: A Review of Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 8, No. 2, p. 47-77
- Gray, Rob; Reza Kouhy and Simon Lavers. 1995. Methodological Themes: Constructing a Research Database of Social and Environmental Reporting by UK Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 8, No. 2, p. 78-101
- Hackston, David and Milne, Marcus J. 1996. Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 9, No. 1, hal 77-108.
- Hadi, Nor.2011. Corporate Social Responsibility. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hunger, J. David & Thomas L. Wheelen. 2013. Manajemen Strategis. Penerbit Andi: Yogyakarta
- Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). 2009. ED PSAK No. 01 (Revisi 2009). Salemba Empat: Jakarta
- Indriantoro dan Supomo. 2002. Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen. BPFE: Yogyakarta.
- ISRA. 2010, "Forum For Corporate Social Responsibility in Indonesia". Retrieved May 26, 2011, from <http://www.csrindonesia.com/editorialdetail.php?id=153>
- Kurnianingsih, Heni Triastuti. 2013. Pengaruh Profitabilitas dan Size Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis, Sumatera Utara*.
- Kurnianto, Eko Adhy. 2011. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan: Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). 2009. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No.1 (Revisi 2009). Jakarta: Salemba.
- Kasmir. 2013. Analisis Laporan Keuangan. Raja Grafindo: Jakarta
- KPMG. 2011. International Corporate Survey Responsibility Report. <http://www.greenbusinessstimes.com/tag/kpmg-international> corporateresponsibility-reporting-survey-2011/.
- Murnawingsari, Ety. 2009. Hubungan Corporate Governance, Corporate Social Responsibility dan Corporate Financial Performanve Dalam Satu Continuum. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol.11. No. 1, 30-41
- Pebriana, Kadek Umi Sukma. 2012. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Umur Perusahaan, Komposisi Dewan Direksi dan Kepemilikan Institusional pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Bursa Efek Indonesia. Skripsi. Bali: Universitas Udayana
- Purnasiwi, Jayanti. 2011. Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Republik Indonesia.2007. Undang-Undang No. 40 tahun 2007. Perseroan Terbatas.
- Republik Indonesia. 2007. Undang-Undang No. 25 tahun 2007. Penanaman Modal.
- Republik Indonesia. 2012. Undang-Undang No. 47 tahun 2012. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas

- Roida, Herlina Yoka. 2008. Relevansi Program Corporate Social Responsibility Bagi Wacana Publik: Menjadi Baik Pada Saat Sudah Menjadi Buruk?, The 2nd National Conference IKWMS Surabaya, 6 September 2008.
- Rudito, Bambang dan Melia Famloa. 2013. Corporate Social Responsibility. Rekayasa Sains: Bandung.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. Simposium Nasional Akuntansi 8. Solo.
- Sayekti, Yosefa, dan Ludovicus Sensi Wondabio. 2007. Pengaruh CSR Disclosures Terhadap Earning Response Coeficient (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta). Simposium Nasional Akuntansi X. Makasar. Silaen, Silaen, Boby Monatani. 2011. Analisis Pengaruh Size Perusahaan, Tipe Industri, Basis Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Likuiditas Terhadap Tingkat Pengungkapan Sosial pada Perusahaan yang Go Public di BEI. Jurnal.
- Solihin, Ismail. 2009. Corporate Social Responsibility From Charity to Sustainability. Salemba Empat: Jakarta.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Jakarta: Alfabeta.
- Utami, Sri. 2013. Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). Skripsi Universitas Jember.
- World Bank. Corporate Social Responsibility Definition. <http://www.ifc.org/ifcext/economics.nsf/content/csr-intropage>