

Analisis Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Ardela Intan Paramita¹, Barlia Annis Syahzuni²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Akuntansi, Universitas Esa Unggul
dela8tip@student.esaunggul.ac.id

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Akuntansi, Universitas Esa Unggul
barlia.annis@esaunggul.ac.id

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility merupakan pendekatan untuk eskalasi kualitas hidup, sebagai faktor pengendali dan moderasi kemampuan manusia sebagai anggota masyarakat untuk merespon kondisi sosial yang ada, mengambil, menggunakan dan melestarikan lingkungan. Kini banyak perusahaan yang menerapkan *Corporate Social Responsibility* sebagai bentuk tanggung jawabnya atas lingkungan. Objek penelitian ini menggunakan perusahaan pertambangan yang tercatat di BEI dan diperoleh melalui metode *purposive sampling*. Data sekunder diambil dari laporan tahunan perusahaan. Penelitian ini merupakan studi kausal dengan menggunakan metode kuantitatif. Analisis data dilakukan dengan memakai analisis statistik deskriptif. Kemudian, kelayakan penelitian diuji menggunakan uji asumsi klasik, serta pembuktian hipotesis memakai analisis regresi linier berganda dengan 11 perusahaan yang memadai kualifikasi untuk dijadikan sampel penelitian. Sehingga jumlah data observasi yang didapat antara tahun 2016-2020 adalah 55 data. Hasil penelitian ini menarik kesimpulan jika secara parsial Profitabilitas dan *Leverage* tidak berdampak pada pengungkapan CSR, namun secara parsial Ukuran Perusahaan berdampak positif dan signifikan pada pengungkapan CSR. Serta secara simultan Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan berdampak pada Pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini dimaksudkan bisa memberi masukan bagi manajemen perusahaan perihal pentingnya peran pengungkapan CSR serta sebagai pembanding dan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya, serta dapat menjadi acuan bagi masyarakat dalam menilai kontribusi perusahaan pertambangan dalam menjaga kesehatan lingkungan.

Kata Kunci : Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, CSR

1. PENDAHULUAN

Semakin produktif kegiatan perusahaan maka akan secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi lingkungan dan dapat bersifat merugikan atau menguntungkan. Kegiatan operasi pertambangan menjadi salah satu dari banyaknya kegiatan yang sering merugikan masyarakat, dari kegiatan operasi pertambangan ini membawa dampak kerusakan ekologi terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar tambang. Kerusakan akibat kegiatan harus diperbaiki oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawabnya atas lingkungan. Penerapan bentuk tanggung jawab perusahaan pada lingkungan ini kerap disebut dengan *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab social. Dengan CSR, industri berkewajiban

terhadap kegiatannya yang berdampak buruk kepada masyarakat, khalayak serta lingkungan untuk memberikan dampak baik bagi masyarakat sekitar perusahaan [1].

Profitabilitas dapat mempengaruhi pengungkapan CSR. Ketika tingkat profitabilitas perusahaan tinggi, perusahaan akan lebih memiliki kesadaran untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya lebih luas [2]. *Leverage* juga bisa menjadi salah satu faktor yang memengaruhi pengungkapan CSR. Industri dengan taraf *leverage* tinggi dapat menyampaikan CSR mereka secara luas untuk meningkatkan kebutuhan informasi krediturnya dan membangun kepercayaan akan kemampuan perusahaan. Industri dengan taraf *leverage* rendah akan banyak mendanai aktivitasnya dengan kekayaan sendiri sehingga

berdampak pada pengurangan dana untuk kegiatan bisnis, termasuk untuk pengungkapan informasi sosial perusahaan [3]. Ukuran perusahaan juga menjadi indikator yang umumnya dikaitkan dengan pengungkapan CSR perusahaan. Industri besar cenderung melakukan kegiatan yang semakin kompleks, berdampak besar bagi masyarakat, memiliki banyak *stakeholder* dan juga memperoleh perhatian lebih dari masyarakat, sehingga pelaksanaan CSR oleh perusahaan dapat berproses lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang kecil [4].

Beberapa literatur penelitian lainnya juga menunjukkan adanya kontradiksi teoritis. Dalam penelitian oleh Amilia & Andayani perihal Dampak profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan pada pengungkapan CSR di sektor manufaktur yaitu *Food and Beverage*, diperoleh hasil bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berdampak positif, serta *leverage* berdampak negatif terhadap pengungkapan CSR [5]. Kemudian pada penelitian oleh Wendy & Harnida tentang Dampak ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan CSR pada sektor manufaktur menunjukkan apabila ukuran perusahaan berdampak positif, *leverage* berdampak negatif, sedangkan perkembangan perusahaan dan profitabilitas tidak berdampak terhadap pengungkapan CSR [6].

Penelitian ini didasari oleh penelitian yang dilakukan oleh Asrori, Muhammad Ihlusul Amal, Atta Putra Harjanto tahun 2019 yang meneliti pengaruh manajemen laba, kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di BEI, dimana menghasilkan bahwa manajemen laba, kepemilikan manajerial (MO), ukuran perusahaan, dan profitabilitas berdampak positif substansial pada luasnya CSR dan pengungkapan lingkungan [7]. Namun demikian, studi ini berfokus pada perusahaan pertambangan dari tahun 2016 hingga tahun 2020, dengan menambahkan *leverage* pada variabel independen. Sektor pertambangan dipilih karena menjadi salah satu pilar pembangunan ekonomi satu negara yang berfungsi menjadi pemasok sumber daya energi dan pendapatan bagi perkembangan ekonomi.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada sektor pertambangan. Hasil dari penelitian ini dimaksudkan sebagai bahan perbandingan serta literatur untuk penelitian berikutnya dan dapat menjadi acuan bagi masyarakat dalam menilai kontribusi perusahaan pertambangan dalam menjaga kesehatan lingkungan.

2. TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

2.1 Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

R. Edward Freeman mengemukakan Teori *stakeholder* pertama kali dalam studinya *Strategic Management: A Stakeholder Approach* pada tahun 1983, yang menyatakan bahwa teori *stakeholder* merupakan individu atau sekelompok pihak-pihak yang keberadaannya tidak dapat dipisahkan dari kebijakan perusahaan dalam melangsungkan kegiatan bisnisnya, oleh karena itu hubungan yang harmonis antara *stakeholder* dengan perusahaan akan membuat perusahaan lebih mudah untuk mencapai tujuannya [8]. Sedangkan dalam bukunya *Corporate Social Responsibility* tahun 2014, Nor Hadi mendefinisikan *stakeholders* sebagai seluruh pihak, baik internal maupun eksternal, mempunyai relasi baik yang secara langsung atau tidak, mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan [3].

2.2 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Dowling & Pfeffer tahun 1975, pada buku *Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behavior*, menjelaskan bahwa di dalam teori legitimasi perusahaan harus mampu membangun kesesuaian antara nilai sosial dalam kegiatan operasional perusahaan dengan aturan yang terdapat di lingkungan sosial dimana industri itu berada [9]. Menurut buku *Corporate Social Responsibility* milik Nor Hadi (2014), teori legitimasi mendorong perusahaan guna memastikan bahwa kegiatan serta kemampuannya dapat diterima masyarakat. Laporan tahunan dimanfaatkan perusahaan untuk memvisualkan persepsi tanggung jawab lingkungan, sehingga akan mempengaruhi nilai sosial di mana perusahaan tersebut beroperasi [3].

2.3 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Dalam studi Spence tahun 1973 yang berjudul *Job Market Signaling*, teori sinyal menekankan bila sebuah usaha manajemen perusahaan dalam memberikan sinyal kepada para *stakeholder* terutama investor di mana sinyal tersebut dapat berupa informasi relevan yang bisa dimanfaatkan untuk acuan langkah pengambilan keputusan pihak investor [10]. *Corporate Social Responsibility* merupakan cara menyampaikan sinyal mengenai gambaran perusahaan di masa depan kepada para *stakeholders* dan pasar, bahwa perusahaan memberikan jaminan atas kelangsungan hidup perusahaan di masa depan [11].

2.4 Hubungan Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Bertambah tingginya taraf profitabilitas merepresentasikan kesanggupan industri untuk menghasilkan keuntungan lebih besar, memungkinkan industri untuk meningkatkan dan menjalankan tanggung jawab sosialnya dengan lebih lengkap pada laporan keuangan. Perusahaan yang mempunyai rasio *leverage* tinggi dituntut menyampaikan informasi kian banyak dibanding perusahaan yang mempunyai rasio *leverage* rendah. Bertambah besar perusahaan, maka kian menimbulkan perusahaan mendapat desakan untuk menunjukkan tanggung jawab sosial mereka. Semakin luas pengungkapannya, maka informasi yang diterima investor semakin banyak, sehingga investor yakin bahwa hak mereka sebagai kreditur terjamin [2]. Hasil ini selaras dengan riset [12] serta [5] yang membuktikan apabila secara simultan atau bersamaan seluruh variabel independen yaitu profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan, berdampak pada pengungkapan CSR.

Berlandaskan ulasan tersebut, maka hipotesis pertama bisa dirumuskan seperti berikut :

H_1 : Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.5 Hubungan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Ketika tingkat profitabilitas perusahaan tinggi, perusahaan tentu lebih memiliki kesadaran untuk mengungkapkan tanggung

jawab sosialnya lebih luas. Perusahaan yang berkinerja tinggi dan menguntungkan akan menaikkan mutu perusahaan dalam proses membangun citra yang baik serta meningkatkan reputasi perusahaan dari perspektif investor untuk mendapatkan kepercayaan dari para *stakeholders* [13], Profitabilitas yang tinggi mencerminkan adanya manajemen yang baik pada perusahaan, kemudian manajemen perusahaan akan lebih terdorong untuk melakukan pengungkapan yang berisi informasi termasuk mengenai program tanggung jawab sosial terhadap pemangku kepentingan pada umumnya. Kondisi ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan [7] [14] serta [12] yang menunjukkan jika profitabilitas berdampak positif pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Bersumber pada pernyataan tersebut, hipotesis kedua dinyatakan seperti berikut :

H_2 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.6 Hubungan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Perusahaan dengan taraf utang tinggi menambahkan data yang dibutuhkan untuk menginformasikan kepada kreditur tentang kemampuan perusahaan dalam mematuhi peraturan pemerintah, khususnya pelaksanaan CSR perusahaan. Perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial mereka juga akibat dorongan dari tingginya *leverage* yang dimilikinya [12]. Hasil ini searah dengan riset [13], [3] serta [14], yang menunjukkan jika *leverage* berpengaruh positif pada pengungkapan CSR, yaitu apabila *leverage* perusahaan tinggi maka diharuskan untuk menyampaikan lebih banyak informasi dibanding perusahaan dengan *leverage* rendah. Hal ini digunakan untuk merepresentasi tentang struktur modal guna mengidentifikasi tingkat resiko tertagihnya suatu hutang.

Berdasarkan hasil penelitian, maka hipotesis ketiga bisa dirumuskan seperti berikut :

H_3 : *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

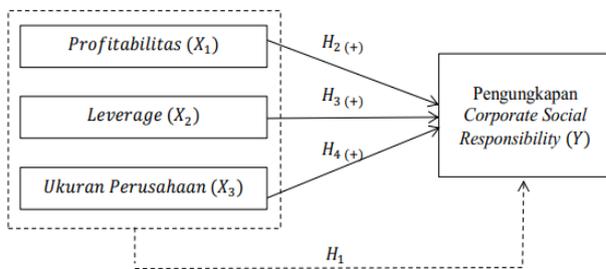
2.7 Hubungan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate

Social Responsibility

Ukuran suatu perusahaan bisa dilihat berdasarkan total aset. Total aset dimanfaatkan untuk merepresentasikan kesanggupan perusahaan membiayai operasionalnya. Industri besar terlibat dalam lebih banyak kegiatan yang memiliki dampak sosial yang signifikan, mereka punya lebih banyak pemegang saham yang terlibat dalam inisiatif sosial perusahaan, dan laporan tahunan ialah instrumen yang efektif guna mengantarkan informasi ini [15]. Hasil penelitian yang dilakukan oleh [6], [14] serta [16] membuktikan jika ukuran perusahaan memiliki korelasi positif dengan pengungkapan CSR, karena industri besar tidak akan bisa menghindari dari tekanan untuk menjalankan tanggung jawab sosialnya. Sedangkan industri yang kecil akan menyampaikan kualitas lebih rendah daripada industri besar. Kondisi ini disebabkan kurangnya dana dan sumber daya yang signifikan dalam laporan tahunan.

Berdasarkan hasil penelitian, maka hipotesis keempat bisa dirumuskan seperti berikut :

H_4 : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.



Gambar 1. Model Penelitian

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi kausal dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan rasio atas pengembalian aset atau *Return on Assets* (ROA) sebagai proksi untuk menghitung profitabilitas. *Debt to Asset Ratio* (DAR) digunakan untuk menghitung *leverage*, yang dihitung dari *total debt* dibagi *total asset* selama periode yang sama. Ukuran perusahaan memakai *log of total asset* yakni logaritma natural dari keseluruhan aset milik

perusahaan, dan penghitungan CSR menggunakan *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI) yang item pengungkapannya berpedoman pada *reporting guideline* dari GRI (*Global Reporting Initiative*).

Objek penelitian menggunakan perusahaan pertambangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) antara tahun 2016 sampai dengan tahun 2020, dan diperoleh melalui metode *purposive sampling* dengan kualifikasi sebagai berikut : Perusahaan bidang pertambangan yang tercatat dan telah *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama masa penelitian; Perusahaan yang konsisten menyampaikan laporan tahunan lengkap sepanjang masa penelitian; Perusahaan pertambangan yang tidak keluar (*delisting*) dari BEI sepanjang masa penelitian; Perusahaan yang menggunakan mata uang Dollar; Serta perusahaan pertambangan yang menunjukkan pendapatan positif selama masa penelitian. Berdasarkan data dari BEI, diketahui tercatat ada 44 emiten pertambangan. Dari jumlah tersebut, hanya 11 perusahaan yang memadai kualifikasi untuk dijadikan sampel penelitian. Sehingga jumlah data observasi yang didapat antara tahun 2016 sampai dengan tahun 2020 adalah 55 data.

Analisis data untuk penelitian ini dilakukan dengan memakai analisis statistik deskriptif. Kemudian, kelayakan penelitian diuji menggunakan uji asumsi klasik di mana tersusun atas uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Pembuktian hipotesis dilaksanakan dengan memakai analisis regresi linier berganda yakni untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji hipotesis terdiri dari uji signifikansi simultan (Uji Statistik F), uji signifikansi parsial (Uji Statistik T) dan uji Adjusted R Square (Koefisien Determinasi). Adapun Persamaan regresi linier berganda pada penelitian bisa dirumuskan seperti berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Di mana :

| | | | |
|-------|---|---------------------------|---------------------|
| Y | = Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> | X_3 | = Ukuran Perusahaan |
| X_1 | = Profitabilitas | $\beta_1 \beta_2 \beta_3$ | = Koefisien Regresi |
| X_2 | = Leverage | α | = Konstanta |
| | | e | = <i>Error Term</i> |

4. HASIL

Tabel 1. Descriptive Statistics

| | N | Min | Max | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|----|--------|--------|----------|----------------|
| ROA | 55 | .001 | .456 | .12282 | .107006 |
| DAR | 55 | .088 | .772 | .39689 | .168720 |
| SIZE | 55 | 18.572 | 22.700 | 20.19607 | 1.062990 |
| CSRSD | 55 | .099 | .604 | .23598 | .101653 |
| Valid N (listwise) | 55 | | | | |

Dari hasil analisis statistik deskriptif variabel Profitabilitas (ROA) mempunyai nilai paling kecil 0,001 dan nilai paling besar 0,456, serta rata-rata dari nilai Profitabilitas (ROA) sebesar 0,12282 yang artinya perusahaan pertambangan mampu menghasilkan keuntungan bersih hingga 12,28% dari total asset yang perusahaan miliki, dengan *standar deviation* 0,107006. Nilai paling kecil variabel *Leverage* (DAR) yaitu 0,088 dan memiliki nilai paling besar 0,772, serta rata-rata dari nilai *Leverage* (DAR) 0,39689 yang artinya perusahaan pertambangan mampu mengoptimalkan hutang sebesar 39,68% untuk meyakinkan krediturnya bahwa perusahaan masih mampu membayar kewajiban, dengan *standar deviation* 0,168720. Nilai paling kecil variabel Ukuran Perusahaan yaitu 18,572 dan memiliki nilai paling besar 22,700, serta rata-rata dari nilai Ukuran Perusahaan 20,19607 yang artinya rata-rata ukuran perusahaan pertambangan memiliki asset sebesar 20,19% dengan *standart deviation* 1,062990. Sedangkan nilai paling kecil pada variabel Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSRSD) yaitu 0,099 dan memiliki nilai paling besar 0,604, serta rata-rata dari nilai CSRSD 0,23598 artinya rata-rata perusahaan pertambangan mengungkapkan CSR sebanyak 23,59% dari total keseluruhan item pengungkapan CSR, dengan *standart deviation* 0,101653.

Berdasarkan hasil uji normalitas tingkat signifikansi berada diatas 0,05 yakni sebesar 0,200^{c,d} dengan artian variabel residual berdistribusi normal, sehingga uji asumsi klasik lainnya dapat dilanjutkan. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas menunjukkan tingkat toleransi variabel

Profitabilitas bernilai 0,859, variabel *Leverage* bernilai 0,623 serta variabel Ukuran Perusahaan bernilai 0,656, dimana tingkat toleransi berada diatas nilai 0,10, dan *Variance Inflation Factor* (Nilai VIF) masih dibawah nilai 10,00 yaitu pada variabel Profitabilitas sejumlah 1,164, variabel *Leverage* sejumlah 1,605 serta variabel Ukuran Perusahaan sebesar 1,524. Sehingga bisa disimpulkan jika gejala multikolinearitas tidak terjadi pada model penelitian ini. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser, tingkat signifikansi berada diatas 0,05, namun untuk variabel size, tingkat signifikan berada dibawah 0,05 yaitu 0,042 yang mana berarti variabel tersebut tidak lolos dalam uji heteroskedastisitas, maka harus dilakukan transformasi data. Setelah dilakukan transformasi data, didapat hasil bahwa signifikan masing-masing variabel adalah > 0,05 maka bisa disimpulkan pada penelitian ini tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil uji autokorelasi, nilai Durbin Watson (DW) didapat bernilai 2,364, nilai d_L sejumlah 1,4523 dan d_U sejumlah 1,6815, sedangkan nilai $4 - d_U$ sejumlah 2,3185 dan $4 - d_L$ sejumlah 2,5477. Dikarenakan nilai Durbin Watson (DW) tidak berada diantara d_U dan $4 - d_U$ yang artinya belum bisa disimpulkan, maka harus dilanjutkan dengan melakukan uji Cochran-Orcut. Dari hasil yang dilakukan dengan uji Cochran-Orcut maka didapat nilai DW sebesar 1,998 yang artinya nilai DW berada di antara d_U dan $4 - d_U$, maka bisa disimpulkan jika tidak terdapat autokorelasi pada penelitian ini. Berdasarkan pengujian Koefisien Determinasi (R²), nilai Adjusted R² sebanyak 0,330 atau 33%. Dapat disimpulkan bahwa variabel Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebanyak 36,7%, sementara itu 0,670 atau 67% (1-0,330) dijelaskan oleh komponen yang tidak disebutkan pada penelitian ini.

Tabel 2. Hasil Uji Parsial (Uji t)

| Model | Coefficients ^a | | | | | |
|-------|-------------------------------|------------|--------------------------------|-------|--------|------|
| | Unstandardized Coefficients B | Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. | |
| 1 | (Constant) | -.879 | .252 | | -3.487 | .001 |
| | ROA | -.021 | .114 | -.022 | -.181 | .857 |
| | DAR | .026 | .085 | .042 | .301 | .765 |
| | SIZE | .055 | .013 | .573 | 4.168 | .000 |

a. Dependent Variable: CSRSD

Dari hasil uji analisis regresi linier berganda, maka didapat nilai konstanta sebesar -0,879, nilai β_1 sebesar -0,021, nilai β_2 0,026 dan β_3 sebesar 0,055. Maka bisa dibuat persamaan regresi linier berganda seperti berikut :

$$Y = -0.879 - 0.021 ROA + 0.026 DAR + 0.055 Size + e$$

Dapat dilihat pada persamaan regresi tersebut bahwasanya bila variabel independen yakni Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan diasumsikan konstan atau bernilai 0 maka terjadi penurunan pada variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yaitu sebesar -0,879. Nilai beta pada Profitabilitas (X_1) yaitu sebesar -0,021 yaitu jika ada peningkatan sebesar 1% yang terjadi pada X_1 , maka terjadi penurunan sebesar 0,021 terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Nilai beta *Leverage* (X_2) yaitu sebesar 0,026 yang berarti jika ada kenaikan sebesar 1% yang terjadi pada X_2 , maka terjadi peningkatan sebesar 0,026 terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Nilai beta Ukuran Perusahaan (X_3) yaitu sebesar 0,055 yang berarti jika ada peningkatan sebesar 1% yang terjadi pada X_3 maka terjadi kenaikan sebesar 0,055 terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Tabel 3. Hasil Uji Simultan (Uji F)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|----------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regresi | .205 | 3 | .068 | 9.861 | .000 ^b |
| | Residual | .353 | 51 | .007 | | |
| | Total | .558 | 54 | | | |

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), SIZE, PROFITABILITAS, LEVERAGE

Berdasarkan pengujian simultan (Uji F) didapat jika nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ($9,861 > 2,786$) menunjukkan nilai signifikan $0,000^b$. Dengan nilai signifikan yang masih di bawah 5% maka bisa disimpulkan jika variabel Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan secara simultan (bersamaan) berpengaruh atau menjadi penjelas terhadap variabel Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Berdasarkan hasil pengujian parsial pada taraf signifikansi sebesar 5% menunjukkan apabila variabel Profitabilitas

memiliki nilai signifikansi sejumlah 0,857 yang artinya Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Untuk variabel *Leverage* menunjukkan bahwa nilai signifikansi sejumlah 0,765 yang artinya *Leverage* tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan untuk variabel Ukuran Perusahaan menunjukkan jika nilai signifikansi sebesar 0,00 yang berarti variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Maka dapat dikatakan bahwa Profitabilitas (ROA) dan *Leverage* (DAR) secara parsial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan Ukuran Perusahaan (Size) secara parsial berpengaruh Positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

5. DISKUSI

5.1 Hubungan Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hasil pengujian simultan (Uji F) mendukung hipotesis pertama pengaruh simultan (bersamaan) ketiga variabel X berpengaruh terhadap variabel Y , oleh karena itu H_1 yaitu Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diterima. Rasio profitabilitas yang tinggi menandakan adanya manajemen perusahaan dalam memperoleh laba sangat baik. *Leverage* dapat menggambarkan sejauh mana aset yang tersedia dibiayai oleh utang dibanding dengan dana dari modal internal perusahaan. Rasio *leverage* yang tinggi dapat memenuhi harapan informasi kreditur dan meyakinkan kreditur bahwa mereka masih dalam kondisi baik. Hasil pengujian ini searah dengan hasil penelitian [4], [12] serta [13].

5.2 Hubungan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hasil pengujian parsial (Uji t) memperlihatkan jika variabel Profitabilitas (ROA) tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, oleh karena itu H_2 yaitu Profitabilitas berpengaruh positif terhadap

pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ditolak. Hal ini dikarenakan, apabila perusahaan mendapat keuntungan besar, bukan berarti perusahaan itu banyak melakukan kegiatan sosial, sebab perusahaan cenderung hanya fokus pada keuntungan yang diperoleh. Pengungkapan sosial perusahaan juga diklaim sebagai pemberi kerugian kompetitif (*competitive disadvantage*) karena perusahaan harus mengeluarkan biaya tambahan untuk pengungkapan informasi sosial. Hasil pengujian ini selaras dengan hasil penelitian [6], [4], [17].

5.3 Hubungan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hasil pengujian parsial (Uji t) mendapati jika variabel *Leverage* (DAR) tidak memiliki pengaruh pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, oleh karena itu H_3 yaitu *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ditolak. Oleh karena itu, bisa disimpulkan bahwa perusahaan lebih mengutamakan kreditor dibandingkan melakukan CSR, disebabkan karena adanya tanggung jawab perusahaan dalam mengcover hak-hak yang perlu diterima oleh kreditor. Hasil pengujian ini selaras dengan hasil penelitian [6], [12] serta [17].

5.4 Hubungan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hasil pengujian parsial (Uji t) mendapati jika variabel Ukuran Perusahaan (*Size*) mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, oleh karena itu H_4 yaitu Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diterima. Hal ini menjelaskan bila total aset perusahaan dimanfaatkan untuk merepresentasikan kesanggupan perusahaan membiayai operasionalnya. Semakin besar perusahaan, semakin baik pula reputasi publik dan citra perusahaan yang bisa dipromosikan melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil pengujian ini selaras dengan hasil penelitian [13], [6] serta [4].

6. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menarik kesimpulan jika secara parsial Profitabilitas dan *Leverage* tidak berdampak pada pengungkapan

Corporate Social Responsibility (CSR), namun secara parsial Ukuran Perusahaan berdampak positif dan signifikan pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Serta secara simultan Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan secara serentak berdampak pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Keterbatasan pada penelitian ini diantaranya ialah data yang diperoleh kurang dari 50% dari jumlah keseluruhan perusahaan yang ada sektor pertambangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI), sebab banyaknya industri pertambangan yang dikeluarkan dari penelitian karena mengalami kerugian selama periode penelitian 2016-2020. Peneliti berikutnya diharapkan dapat memperpanjang periode penelitian agar lebih mengetahui perkembangan pengungkapan CSR. Faktor yang diuji pada penelitian ini juga terbatas hanya menggunakan tiga variabel independen diantaranya Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan. Berdasarkan limitasi yang telah diuraikan tersebut, maka peneliti selanjutnya diharapkan dapat meningkatkan atau memperluas variabel lain yang diasumsikan memiliki beberapa pengaruh pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) seperti media *exposure*, kepemilikan institusional, ukuran komite audit, dan kinerja lingkungan. Selain itu, disarankan menambah media *exposure* lantaran perusahaan terkadang menyampaikan aktivitas tanggung jawab sosialnya melalui media sosial.

Hasil penelitian ini dimaksudkan bisa memberi masukan bagi manajemen perusahaan perihal pentingnya peran pengungkapan CSR yang bisa meningkatkan nilai perusahaan yang menjalankannya dan sebagai pembanding dan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya, serta dapat menjadi acuan bagi masyarakat dalam menilai kontribusi perusahaan pertambangan dalam menjaga kesehatan lingkungan. Dalam hal ini perusahaan tidak hanya fokus terhadap pencapaian keuntungan saja, tetapi wajib memperhatikan lingkungan sekelilingnya baik lingkungan fisik maupun lingkungan sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Lidya A. W. Arie; Junus R.; Novva N., "Dampak Kebijakan Pertambangan Emas Di Desa Ratatotok Selatan Minahasa Tenggara," vol. VII, no. 106, pp. 1–11, 2021.
- [2] M. Sekarwigati and B. Effendi, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Likuiditas terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure," *STATERA J. Akunt. dan Keuang.*, vol. 1, no. 1, pp. 16–33, 2019.
- [3] M. Sesaria, "Kajian pustaka dan Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu Beberapa," vol. 9, no. 2004, pp. 6–25, 2020.
- [4] Lela Nurlaela Wati, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dengan GRI 3," *J. Ecodemica*, vol. 2, no. 2, pp. 56–76, 2018.
- [5] S. D. Amilia and Andayani, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility," *J. Ilmu dan Ris. Akunt. Novemb. 2019*, vol. 8, no. 11, pp. 1–17, 2019.
- [6] T. Wendy and M. Harnida, "Pengaruh Ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR)," *J. Manaj. Dan Akunt.*, vol. 21, no. 1, pp. 15–24, 2020.
- [7] A. Asrori, M. I. Amal, and A. P. Harjanto, "Company characteristics on the reporting index of corporate social and environmental disclosure in Indonesian public companies," *Int. J. Energy Econ. Policy*, vol. 9, no. 5, pp. 481–488, 2019.
- [8] R. E. Freeman and L. R. David, "Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance," *Calif. Manage. Rev.*, vol. 25, no. 3, pp. 88–106, 1983.
- [9] Dowling & Pfeffer, "Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behavior." 1975.
- [10] Spence, "Job market signaling." *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 87, No. 3. (Aug., 1973), pp. 355-374, 1973.
- [11] R. Gantino and L. R. Alam, "Pengaruh Intellectual Capital dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dimoderasi oleh Kinerja," *Esensi J. Bisnis dan Manaj.*, vol. 10, no. 2, pp. 215–230, 2021.
- [12] D. M. Zainal Arifin, "Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)," *J. Ilm. Pendidik. Al-Iqtishad*, vol. 10, no. 2, p. 1, 2019.
- [13] H. Sitio, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan," *Profil Kesehat. kab.semarang*, vol. 41, no. 2005, pp. 1–9, 2021.
- [14] F. A. L. Gaol and K. Harjanto, "Impact of selected factors towards corporate social responsibility (CSR) disclosure: Evidence from indonesia," *Polish J. Manag. Stud.*, vol. 20, no. 1, pp. 181–191, 2019.
- [15] Hermanto, "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Return Saham dengan CSR Sebagai Variabel Intervening," *J. Ekon. Univ. Esa Unggul*, vol. 9, no. 2, pp. 75–85, 2018.
- [16] D. W. Astuti, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial," *J. Ilmu dan Ris. Akunt.*, vol. 5, no. 2, pp. 1–18, 2019.
- [17] S. Dewi and N. Dita, "Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility," *J. Ilm. Akunt. dan Ekon. Februari 2018*, vol. 1, no. 3, pp. 20–40, 2018.