

**PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, UKURAN PERUSAHAAN DAN
PENGUNGKAPAN MEDIA TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY***

**(Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek
Indonesia Periode 2013-2017)**

***THE INFLUENCE OF PROFITABILITY, LEVERAGE, COMPANY SIZE AND MEDIA
EXPOSURE TO CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE***

***(Empirical Study Of Mining Companies Listed On The Indonesia Stock Exchange Period
2013-2017)***

Ary Gigih Santoso¹, Vaya Juliana Dillak²

Prodi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

1arygigih santoso@student.telkomuniversity.ac.id, 2vayadillak@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan kewajiban perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha yang berkaitan dengan sumberdaya alam. Dengan adanya kewajiban tersebut perusahaan harus mempunyai komitmen untuk melakukan kegiatan *corporate social responsibility*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas (ROE), *leverage* (DER), ukuran perusahaan (*Ln of Total Asset*) dan pengungkapan media terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017. Metode sampling menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 10 perusahaan dengan periode penelitian 5 tahun sehingga diperoleh jumlah unit sampel sebanyak 50 data. Teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif dan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi data panel dengan menggunakan aplikasi *software Eviews 9*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan pengungkapan media berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *corporate sosial responsibility*. Secara parsial, variabel profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan pengungkapan media yang berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate sosial responsibility*.

Kata Kunci: Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Pengungkapan Media, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Abstract

Corporate social responsibility disclosure is a company that runs activities related to Natural Resources. With these responsibilities the company must have a commitment to carry out corporate social responsibility activities.

This study discusses the effect of profitability (ROE), leverage (DER), company size (Ln from Total Assets) and media disclosure on corporate social responsibility disclosures in mining sector companies transferred on the Indonesia Stock Exchange in 2013-2017.

The population in this study were mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2013-2017. The sampling method uses purposive sampling method with a total sample of 10 companies with a 5-year research period so that the number of sample units is 50 data. The data analysis technique uses descriptive statistics and hypothesis testing using panel data regression analysis using the Eviews 9 software application.

The results showed that profitability, leverage, company size and media disclosure had an effect on simultaneous disclosure of corporate social responsibility. Partially, the variable profitability, leverage, company size does not affect the disclosure of corporate social responsibility. While media disclosures that influence the disclosure of corporate social responsibility.

Keywords: Profitability, Leverage, Company Size, Media Exposure, Disclosure Of Corporate Social Responsibility

1. Pendahuluan

Dengan perkembangan akhir-akhir ini banyak pihak yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan yaitu *stakeholders* (konsumen, masyarakat, pemasok, analis keuangan, karyawan dan pemerintah). *Stakeholders* menyadari adanya hal yang dapat menambah nilai suatu perusahaan. Salah satu caranya dengan melakukan kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan aktivitas social atau *corporate social responsibility* (CSR). Kegiatan *corporate social responsibility* dapat menguntungkan agen (manajer) dan *stakeholders*.

Pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan salah satu laporan perusahaan yang penting untuk dilaporkan. Perusahaan dinilai telah melakukan komitmen dan kepeduliannya terhadap lingkungan dengan membuat laporan pertanggung jawaban tersebut. Di Indonesia, pemerintah juga memberlakukan peraturan yang mengatur praktik tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya. Salah satunya adalah Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 pasal 74 Tentang “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”.

Kegiatan program *corporate social responsibility* sudah diwajibkan dan diatur dalam undang -undang, perusahaan masih banyak yang tidak melakukan kegiatan pengungkapan CSRNya dengan baik dan pengimplementasian dengan benar, perusahaan di Indonesia masih banyak kasus yang terjadi terhadap pencemaran lingkungan dan melanggar undang-undang. Sebagai contoh saja pada tahun 2016 PT. Antam yang terletak di daerah hilir sungai Kecamatan Batang Asai, Kabupaten Sarolangun, Jambi yang dalam menjalankan bisnisnya mengakibatkan kerusakan lingkungan yang parah.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana profitabilitas (ROE), *leverage* (DER), ukuran perusahaan (*Ln of TA*), pengungkapan media dan pengungkapan *corporate social responsibility* serta untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara simultan dan parsial antara profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, pengungkapan media terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor pertambangan di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.

2. Dasar Teori dan Metodologi

2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian

2.1.1 Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Pengungkapan *corporate social responsibility* yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting*, atau *corporate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Hackston dan Milne, 1996)^[1].

Model dalam pengungkapan kegiatan CSR dalam penelitian ini menggunakan standar *Global Reporting Initiative 4* (GRI 4) yang terdiri dari 91 indikator. Dalam menentukan indeks pengungkapan digunakan teknik tabulasi untuk setiap perusahaan berdasarkan daftar/checklist pengungkapan CSR. Skor 1 akan diberikan jika item diungkapkan dan diberikan skor 0 jika item tersebut tidak diungkapkan

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

- CSRI j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j
- n j : Jumlah item untuk perusahaan j, n_j = 91 (Skor maksimal)
- X ij : Jumlah total pengungkapan *corporate social responsibility* oleh perusahaan.

2.1.2 Profitabilitas

Profitabilitas menurut Hery (2015:226)^[2].. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Profitabilitas menurut Fahmi (2014:80)^[3]. Rasio ini mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return On Equity* (ROE).

$$ROE = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Equity}}$$

2.1.3 Leverage

Menurut Fahmi (2014:72) rasio *leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan hutang. Penggunaan hutang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (hutang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam hutang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban hutang tersebut. Rasio *leverage* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Debt to Equity Ratio* (DER).

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Modal Sendiri}}$$

2.1.4 Ukuran Perusahaan

Menurut Rumondor *et al.* (2015)^[4], ukuran perusahaan merupakan suatu gambaran atas besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dilihat dari besar atau kecilnya modal yang digunakan, total penjualan yang diperoleh, atau total aktiva yang dimiliki suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dihitung dengan:

$$\text{Size} = \ln (\text{total asset})$$

2.1.5 Pengungkapan Media

Menurut Harmoni (2010)^[5], media adalah sumber daya pada informasi lingkungan. Pengkomunikasian CSR melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Media menyediakan informasi bagi perusahaan dan dapat pula sebagai alat publikasi serta sosialisasi yang digunakan oleh perusahaan. Ukuran dari pengungkapan media ini dengan menggunakan variabel dummy. Nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan kegiatan *corporate social responsibility* di media pada *web* perusahaan dan nilai 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan *corporate social responsibility* di media pada *web* perusahaan.

2.2 Kerangka pemikiran

2.2.1 Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan dalam melakukan analisis kinerja yang ada di perusahaan. Rasio profitabilitas digunakan untuk menilai tujuan dan target yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi laba bersih dan ekuitas yang ada di perusahaan, maka akan semakin lengkap penyajian, pelaporan dan pengungkapan informasi yang terjadi di perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa kinerja perusahaan baik dan target yang dicapai telah berhasil.

Hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dikaitkan dengan teori keagenan dimana perolehan laba yang semakin besar menyebabkan perusahaan melakukan pengungkapan sosial secara lebih luas (Nursiam dan Gemitasari, 2013)^[6] Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Hanifa (2017)^[7] yang dimana profitabilitas dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

2.2.2 Leverage dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Leverage merupakan rasio atau ukuran yang menunjukkan bahwa hutang perusahaan tersebut dapat ditutupi oleh modal sendiri. Semakin tinggi tingkat leverage maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk melaporkan laba yang lebih tinggi. Demi memperoleh laba yang tinggi maka manajer akan mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk pengungkapan sosial (Nursiam dan Gemitasari, 2013).

Teori keagenan mengemukakan bahwa perusahaan yang mempunyai rasio leverage yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi sebab biaya keagenan yang dimiliki perusahaan yang mempunyai struktur modal lebih tinggi. Penelitian sebelumnya membuktikan pernyataan tersebut menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dalam penelitian Rendy Nur Deva (2016)^[8].

2.2.3 Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

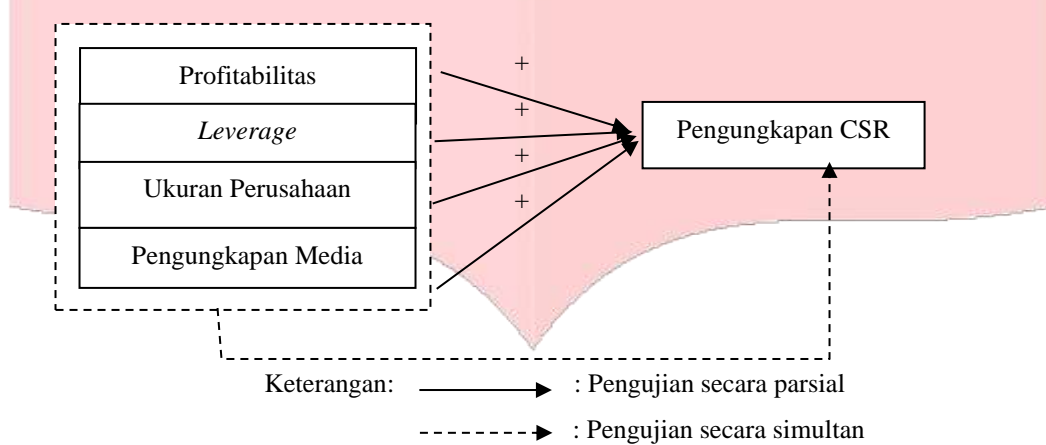
Ukuran perusahaan digunakan untuk menentukan besar atau kecil suatu perusahaan. Menurut Rumondor *et al.* (2015), ukuran perusahaan merupakan suatu gambaran atas besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dilihat dari besar atau kecilnya modal yang digunakan, total penjualan yang diperoleh, atau total aktiva yang dimiliki suatu perusahaan. Pada umumnya, perusahaan yang berukuran besar melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial yang luas dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil.

Dalam kaitannya dengan teori *stakeholder* semakin besar suatu perusahaan maka semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat perusahaan. Dengan begitu *corporate social responsibility* perlu dilakukan, semakin banyak *corporate social responsibility* dilakukan maka masyarakat akan semakin percaya terhadap perusahaan dan hal ini dapat dilakukan untuk menjaga popularitas perusahaan). Penelitian yang telah dilakukan oleh Ana dan Nera (2018)^[9] yang menyebutkan bahwa ukuran perusahaan memberikan pengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

2.2.4 Pengungkapan Media dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Media dalam pengungkapan *corporate social responsibility* mempunyai andil yang cukup penting. Media tidak hanya memainkan peran pasif pada bentuk norma institusi, akan tetapi juga berperan aktif dengan memberikan riwayat pelaporan dan menyusunnya untuk menggambarkan nilai dari suatu perusahaan. Media koran

merupakan media yang sudah sering digunakan oleh perusahaan dalam menungkapkan aktivitas *corporate social responsibility*, serta dapat digunakan sebagai dokumentasi. Perusahaan bisa mengungkapkan aktivitas *corporate social responsibility* melalui berbagai media, Gusti Agung *et al.* (2017)^[10]. Saat ini perkembangan media sangatlah cepat dari perkembangan media tersebut perusahaan dapat memanfaatkan media dalam pengungkapan *corporate social responsibility*.



Gambar 1
Kerangka Pemikiran
Sumber: Data yang diolah (2018)

2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan teori dan kerangka pemikiran yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran perusahaan dan Pengungkapan Media berpengaruh secara simultan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
2. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
3. *Leverage* berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
4. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
5. Pengungkapan Media berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.4 Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan teknik *purposive sampling* yang memperoleh 10 perusahaan dalam periode 5 tahun sehingga didapat 50 unit sampel perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah regresi data panel dengan menggunakan *Software Eviews 9.0*. Persamaan analisis model data panel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + \beta^1 X_{it}^1 + \beta^2 X_{it}^2 + \beta^3 X_{it}^3 + \beta^4 X_{it}^4 + \epsilon$$

Keterangan:

- Y_{it} = Pengungkapan CSR unit *i* dalam kurun waktu *t*
- α = Konstanta.
- β^n = Koefisien regresi masing-masing variabel.
- X_{it}^1 = Profitabilitas pada perusahaan-i pada tahun ke-t
- X_{it}^2 = *Leverage* pada perusahaan-i pada tahun ke-t
- X_{it}^3 = Ukuran perusahaan pada perusahaan-i pada tahun ke-t
- X_{it}^4 = Pengungkapan media pada perusahaan-i pada tahun ke-t
- ϵ = *Error term*.

3. Pembahasan

3.1 Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1 Uji Statistik Deskriptif

| | CSR | ROE | DER | SIZE | MEDIA |
|---------|---------|----------|---------|----------|---------|
| Mean | 0.22725 | 0.00462 | 0.87024 | 28.53516 | 0.66000 |
| Median | 0.12637 | 0.05005 | 0.67148 | 28.20985 | 1.00000 |
| Maximum | 0.90110 | 0.40756 | 3.87954 | 31.04404 | 1.00000 |
| Minimum | 0.06593 | -1.61893 | 0.04245 | 25.77947 | 0.00000 |
| Std.Dev | 0.19277 | 0.30072 | 0.71325 | 1.491137 | 0.47852 |

Sumber: data yang diolah menggunakan *eviews 9 (2019)*

Berdasarkan data dari tabel 1 di atas dapat diketahui masing-masing nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata(mean), dan standar deviasi untuk N dengan jumlah keseluruhan data 50.

3.2 Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dilakukan dengan menggunakan uji Variance Inflation Factor (VIF). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas adalah dengan memperhatikan : (Ghozali, 2013) ^[11].

- a. Tolerance value < 0,10 atau VIF > 10 : terjadi multikolenearitas
- b. Tolerance value > 0,10 atau VIF < 10 : tidak terjadi multikolenearitas

Tabel dibawah merupakan hasil dari uji multikolinieritas:

Tabel 2 Uji Multikolinearitas

| Variance Inflation Factors | | | |
|----------------------------|----------------------|----------------|--------------|
| Date: 04/27/19 Time: 23:13 | | | |
| Sample: 1 50 | | | |
| Included observations: 50 | | | |
| Variable | Coefficient Variance | Uncentered VIF | Centered VIF |
| X1 | 0.008522 | 1.184097 | 1.183812 |
| X2 | 0.002623 | 5.163644 | 2.049846 |
| X3 | 0.000197 | 164.3863 | 1.797202 |
| X4 | 0.004003 | 4.140785 | 1.407867 |
| C | 0.084168 | 131.9241 | NA |

Sumber: Hasil Output *Eviews 9*

Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 2 diatas, menunjukkan nilai *tolerance* variabel profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan pengungkapan media lebih kecil dari $\leq 0,10$. Hal ini berarti bahwa data penelitian terbebas dari multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Metode yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas menggunakan uji white yang dilihat dari nilai probabilitas Obs*R-square. Jika nilai probabilitas signifikansinya di atas 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 3 Uji Heteroskedastisitas

| Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey | | | |
|--|----------|---------------------|--------|
| F-statistic | 1.425593 | Prob. F(4,45) | 0.2410 |
| Obs*R-squared | 5.623376 | Prob. Chi-Square(4) | 0.2291 |
| Scaled explained SS | 11.86929 | Prob. Chi-Square(4) | 0.0184 |

| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|----------|-------------|------------|-------------|--------|
| C | -0.109092 | 0.105723 | -1.031863 | 0.3077 |
| X1 | -0.011857 | 0.033641 | -0.352449 | 0.7261 |
| X2 | -0.017040 | 0.018664 | -0.912941 | 0.3661 |
| X3 | 0.005626 | 0.005111 | 1.100748 | 0.2769 |
| X4 | 0.035593 | 0.023056 | 1.543789 | 0.1296 |

Sumber: Hasil Output Eviews 9

Jika nilai *prob* > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas pada sebaran data, dan sebaliknya jika nilai *prob* < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas pada sebaran data yang digunakan. Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas pada tabel 3 diatas, menunjukkan nilai *probability (F-Statistic)* profitabilitas sebesar 0.7261, *leverage* sebesar 0.3661, ukuran perusahaan sebesar 0.2769, dan pengungkapan media sebesar 0.1296. Angka tersebut lebih dari > 0,05 yang menunjukkan bahwa data penelitian terbebas dari heterokedastisitas.

**3.3 Uji Kelayakan Model
Uji Koefisien Determinasi (R²)**

Tabel 4 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R²)

| | | | |
|--------------------|----------|--------------------|-----------|
| R-squared | 0.198514 | Mean dependent var | -0.365142 |
| Adjusted R-squared | 0.127271 | S.D. dependent var | 0.310273 |
| S.E. of regression | 0.289857 | Sum squared resid | 3.780771 |
| F-statistic | 2.786428 | Durbin-Watson stat | 1.933425 |
| Prob(F-statistic) | 0.037616 | | |

Sumber: Hasil Output Eviews 9

Berdasarkan tabel 4, dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R-Squared* penelitian ini adalah sebesar 0.127271 atau 12,7271%. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa variabel independen yang terdiri dari profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan pengungkapan media mampu menjelaskan variabel dependen yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebesar 0.127271 atau 12,7271%, sedangkan sisanya 0,872729 atau 87,2729% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

Pengujian Simultan (Uji F)

Tabel 5 Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

| | | | |
|--------------------|----------|--------------------|-----------|
| R-squared | 0.198514 | Mean dependent var | -0.365142 |
| Adjusted R-squared | 0.127271 | S.D. dependent var | 0.310273 |
| S.E. of regression | 0.289857 | Sum squared resid | 3.780771 |
| F-statistic | 2.786428 | Durbin-Watson stat | 1.933425 |
| Prob(F-statistic) | 0.037616 | | |

Sumber: Hasil Output Eviews 9

Berdasarkan tabel 5 hasil uji simultan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.037616. Hal tersebut menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan pengungkapan media memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* secara simultan.

Pengujian Parsial (Uji t)

Tabel 6 Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|----------|-------------|------------|-------------|--------|
| ROE | 0.064473 | 0.182593 | 0.353095 | 0.7257 |
| DER | -0.021825 | 0.105528 | -0.206819 | 0.8371 |
| SIZE | -0.029941 | 0.060977 | -0.491028 | 0.6258 |
| MEDIA | 0.318182 | 0.117916 | 2.698369 | 0.0098 |
| C | -1.259302 | 1.419198 | -0.887333 | 0.3796 |

Sumber: Hasil Output Eviews 9

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 6, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Variabel profitabilitas memiliki probabilitas sebesar $0.7257 > 0.05$ dengan koefisien regresi 0.064473 maka dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Selain itu, dengan nilai koefisien regresi 0.064473 menunjukkan bahwa variabel profitabilitas mempunyai arah yang positif.
- b. Variabel *leverage* memiliki probabilitas sebesar $0.8371 > 0.05$ dengan koefisien regresi -0.021825 maka dapat disimpulkan bahwa variabel *leverage* secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Selain itu, dengan nilai koefisien regresi -0.021825 menunjukkan bahwa variabel *leverage* mempunyai arah yang negatif.
- c. Variabel ukuran perusahaan memiliki probabilitas sebesar $0.6258 > 0.05$ dengan koefisien regresi -0.029941 maka dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Selain itu, dengan nilai koefisien regresi -0.029941 menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan mempunyai arah yang negatif.
- d. Variabel pengungkapan media memiliki probabilitas sebesar $0.0098 < 0.05$ dengan koefisien regresi 0.318182 maka dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Selain itu, dengan nilai koefisien regresi 0.318182 menunjukkan bahwa variabel pengungkapan media mempunyai arah yang positif.

$$Y = -1.259302 + 0.064473X_1 - 0.021825X_2 - 0.029941X_3 + 0.318182X_4 + e$$

Dimana:

| | | |
|----------------|---|---|
| Y | : | Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> |
| X ₁ | : | Profitabilitas |
| X ₂ | : | <i>Leverage</i> |
| X ₃ | : | Ukuran Perusahaan |
| X ₄ | : | Pengungkapan Media |
| E | : | <i>Error Term</i> |

Persamaan regresi diatas dapat diartikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar -1.259302 . Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen pada regresi yaitu profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan pengungkapan media bernilai nol; maka nilai dari variabel dependen yaitu profitabilitas sebesar -1.259302 satuan.
- b. Nilai koefisien profitabilitas sebesar 0.064473 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan (dengan asumsi variabel lain bernilai 0 atau konstan), maka tingkat profitabilitas akan meningkat sebesar 0.064473 .
- c. Nilai koefisien *leverage* sebesar -0.021825 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan (dengan asumsi variabel lain bernilai 0 atau konstan), maka tingkat profitabilitas akan meningkat sebesar -0.021825 .
- d. Nilai koefisien ukuran perusahaan sebesar -0.029941 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan (dengan asumsi variabel lain bernilai 0 atau konstan), maka tingkat dewan komisaris independen akan meningkat sebesar -0.029941 .
- e. Nilai koefisien pengungkapan media sebesar 0.318182 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan (dengan asumsi variabel lain bernilai 0 atau konstan), maka tingkat komite audit akan meningkat sebesar 0.318182 .

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan analisis data yang telah dilakukan dengan *SPSS 23*, *software Microsoft Office 2016*, dan *EvIEWS 9* maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis statistik deskriptif yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:
 - a. Nilai *mean* (rata-rata) pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan tahun 2013-2017 sebesar 0.22725 dengan standar deviasi sebesar 0.19277 . Hal ini menunjukkan bahwa data tersebut tidak bervariasi atau berkelompok karena nilai rata-rata lebih besar daripada standar deviasi.
 - b. Nilai *mean* (rata-rata) pada variabel Profitabilitas menggunakan ROE pada perusahaan pertambangan tahun 2013-2017 sebesar 0.00462 dengan Standar deviasi pada profitabilitas (ROE) sebesar 0.30072 . Hal ini menunjukkan bahwa data tersebut bervariasi atau tidak berkelompok karena nilai rata-rata lebih kecil daripada standar deviasi.
 - c. Nilai *mean* (rata-rata) pada variabel *leverage* (DER) pada perusahaan pertambangan adalah $0,87024$ dengan nilai standar deviasi sebesar $0,71325$ Hal ini menunjukkan bahwa data tersebut tidak bervariasi atau berkelompok karena nilai rata-rata lebih kecil daripada standar deviasi.

- d. Nilai *mean* (rata-rata) pada variabel ukuran (*size*) perusahaan pada perusahaan pertambangan sebesar 28.53516 dengan nilai standar deviasi sebesar 1.49113 Hal ini menunjukkan bahwa data tersebut tidak bervariasi atau berkelompok karena nilai rata-rata lebih kecil daripada standar deviasi.
 - e. Pada penelitian ini dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang telah mengungkapkan CSR melalui media internet pada *web* perusahaan sebesar 33 dan jumlah sampel yang belum mengungkapkan CSR media melalui internet sebesar 17. Sedangkan presentase sampel yang belum mengungkapkan CSR melalui media internet pada *web* perusahaan adalah sebesar 66% dan yang telah mengungkapkan CSR melalui media adalah sebesar 34%. Standar deviasi pengungkapan media yaitu 0.47852 dan nilai tersebut lebih kecil dari *mean* 0.66000, sehingga penelitian ini tidak bervariasi atau berkelompok.
 - f. Variabel independent yaitu profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan pengungkapan media memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel dependen pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (uji hipotesis parsial), dapat disimpulkan sebagai berikut:
 - a. Profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017.
 - b. *Leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017.
 - c. Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017.
 - d. Pengungkapan media memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dengan arah positif pada perusahaan manufaktur sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017

DAFTAR PUSTAKA

- [1] David Hackston, M. J. (1996). Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. 9, 77-108.
- [2] Hery. 2015. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi 1. Yogyakarta: Center For Academic Publishing Services.
- [3] Fahmi, Irham. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- [4] Rumondor, R., Mangantar, M., dan Sumarauw, J.S.B. (2015). *Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Risiko Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Sub Sektor Plastik dan Pengemasan di BEI*. Jurnal EMBA, Vol.3 No. 3, 159-169.
- [5] Harmoni, Ati. 2010. *Pemanfaatan Laman Resmi Sebagai Media Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan/ CSR Pada Perusahaan di Indonesia*. Jurnal Ekonomi Bisnis. No. 1. Vol. 15. hlm 9 – 17.
- [6] Nursiam, Rina Gernitasari. 2013. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Proceeding Seminar Nasional Dan Call For Papers Sancall. ISBN: 978-979-636-147-2.
- [7] Wulandari, Sari, Hanifa Zulhaimi (2017) *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur dan Jasa yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Vol.2
- [8] Deva, Rendy Nur, dkk. 2016. *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik terhadap Pengungkapan Corporate social responsibility*.
- [9] Wahyuningsih, Ana, Nera Marinda. 2018. *Pengaruh Size, Leverage, Profitabilitas Terhadap CSR Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Kalbisocio, jurnal bisnis dan komunikasi. Vol. 5. No. 1. ISSN: 2356-4385
- [10] Widiawan, I Gusti Agung. dkk. 2017. *Pengaruh Consumer Proximity, Media Exposure, Dan Profitability Terhadap Corporate Social Responsibility (Csr) Disclosure Perusahaan di Indonesia*. e-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha. Vol: 8, No:2.
- [11] Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.