

**Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Pengungkapan
Corporate Social Responsibility Pada Sustainability Report Perusahaan Sektor
Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia**

**Azwani Aulia
Mitha Fauziyyah Heryanto**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia.
Email : azwaniaulia@unibi.ac.id, fauziymitha@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran terhadap faktor yang memberikan pengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2015 - 2020. Variabel dependen pada penelitian ini adalah pengungkapan CSR dan variabel independen pada penelitian ini adalah profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* pada seluruh perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015 – 2020 sebagai populasi dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan yang diperoleh dari website resmi BEI dengan jumlah sampel 6 perusahaan yang diambil sesuai kriteria. Teknik pengujian data dilakukan dengan uji asumsi klasik, uji koefisien regresi linier berganda, uji determinasi, uji korelasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Variabel Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Variabel *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia periode 2015 – 2020.

Kata Kunci: Profitabilitas, Ukuran perusahaan, *Leverage*, *Corporate Social Responsibility* (CSR)

ABSTRACT

This research aims to provide an overview of the factors that influence CSR disclosure in mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2015 - 2020. The dependent variable in this study is CSR disclosure and the independent variables in this study are profitability, company size and leverage. on all mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2015 – 2020 as the population in this study. This study uses secondary data in the form of financial statements obtained from the IDX official website with a sample of 6 companies taken according to the criteria. The data testing technique is done by classical assumption test, multiple linear regression coefficient test, determination test, correlation test and hypothesis testing. The results of this study indicate that the profitability variable has an effect on CSR disclosure. Firm Size variable has no effect on CSR disclosure. The leverage variable has an effect on CSR disclosure. Profitability, company size and leverage simultaneously affect CSR disclosure in mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2015 – 2020.

Keywords: Profitability, Company size, Leverage, Corporate Social Responsibility (CSR).

1. PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya zaman, membuat semakin berkembang pula sektor bisnis. Saat ini sudah banyak berdiri perusahaan *go public* dalam berbagai sektor, serta pertumbuhan ekonomi yang semakin baik berdampak pada semakin ketatnya persaingan antar perusahaan. Apabila perusahaan ingin tetap tumbuh dan berkembang dimasa yang akan datang, maka perusahaan tidak hanya fokus pada tujuan mencari keuntungan (*profit*) semata, tetapi juga harus bertanggungjawab terhadap masyarakat (*people*) dan lingkungan (*planet*) (Elkington 1997).

Kegiatan operasi perusahaan dengan pengelolaan yang tidak baik dapat mengganggu masyarakat sekitar, karena masyarakat sekitar akan merasa tidak nyaman dan dapat melakukan protes yang akhirnya bisa menghambat kegiatan operasional perusahaan (Young and Thyl 2009). Citra yang baik pada perusahaan dapat meningkatkan produktivitas dan keuntungan yang berlipat, lalu apabila perusahaan fokus terhadap lingkungan sekitar, berbagai lembaga masyarakat yang peduli terhadap lingkungan hidup akan mendukung kegiatan operasional perusahaan tersebut (Stocker, Zanini, and Irigaray 2021). Perusahaan sebagai badan hukum yang dibentuk oleh masyarakat dan di dalamnya terdapat pula karyawan yang merupakan bagian dari masyarakat, membutuhkan masyarakat untuk bertahan hidup, beroperasi dan memperoleh keuntungan bisnis. Oleh sebab itu, selain harus bersikap tanggap, perusahaan juga dituntut untuk memiliki rasa kepedulian dan bertanggung jawab atas hak dan kepentingan masyarakat (Garcia et al. 2016).

Tanggung jawab sosial perusahaan telah menjadi suatu kebutuhan yang dirasakan bersama antara pemerintah, masyarakat, dan dunia usaha berdasarkan prinsip kemitraan dan kerjasama (Sánchez-Hernández, Carvalho, and Paiva n.d.). Sektor pertambangan merupakan salah satu sektor

yang dianggap meresahkan bagi masyarakat sekitarnya (Sa'adah 2020). Karena, kegiatan pertambangan meliputi kegiatan dalam rangka penelitian material, pengelolaan mineral tambang yang meliputi penyelidikan umum, eksplorasi, studi kelayakan, konstruksi, penambangan, pengelolaan dan pemurnian, pengangkutan dan penjualan, serta kegiatan pasca tambang (Shad et al. 2020).

Di Indonesia terdapat beberapa kasus yang terjadi akibat aktivitas pertambangan. Salah satunya kasus ribuan lubang tambang yang terbengkalai di Kaltim sejak 2011. Pegiat lingkungan menyebut saat ini 1.735 lubang tambang dibiarkan menganga oleh perusahaan, meski secara hukum mereka wajib mereklamasi bekas galian setelah eksplorasi. Namun pemerintah mengklaim hanya menemukan sekitar 500 lubang tambang di provinsi yang bakal menjadi tuan rumah ibu kota baru itu. Seluruh perusahaan pemegang izin usaha pertambangan, baik yang bersifat umum atau khusus, wajib mereklamasi lahan yang mereka gali setiap tahapan operasional (BBC News, 2019) (Selviana & Ratmono, 2019).

Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan tanggung jawab sosial, atau *corporate social responsibility*, antara lain produk yang dihasilkan semakin diminati oleh konsumen dan perusahaan disukai oleh investor (Buallay 2021). Selain itu, *Corporate social responsibility* dapat digunakan sebagai alat marketing model baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan secara jangka panjang atau berkelanjutan. Untuk melaksanakan berbagai kegiatan CSR berarti perusahaan harus mengeluarkan sejumlah biaya, dan biaya pada akhirnya akan menjadi beban yang harus ditanggung oleh perusahaan sehingga mengurangi pendapatan, dan mengakibatkan tingkat profit perusahaan akan mengalami penurunan (Hussain, Rigoni, and Cavezzali 2018).

Fenomena yang terjadi di masyarakat tersebut, membuat perusahaan dilema bagaimana agar dapat menunjukkan

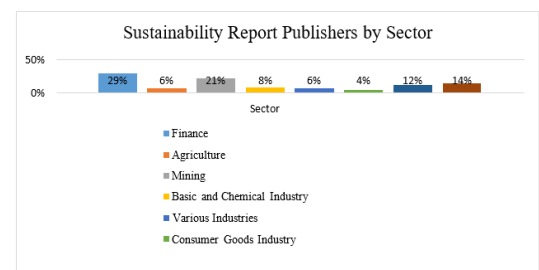
kontribusi dan komitmennya terhadap pembangunan berkelanjutan tanpa mengurangi kepercayaan investor akan keberlanjutan bisnis dari perusahaan itu sendiri. Belajar dari negara lain, perlu adanya regulasi yang mengatur laporan secara terperinci dan terukur yang dapat menjadi catatan penilaian bagi pemerintah dalam mengukur seberapa jauh komitmen dan program perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain. Laporan tersebut adalah laporan keberlanjutan atau yang lebih dikenal dengan *sustainability report* (Renaldo, 2019).

Pengungkapan *Sustainability Report* merupakan bentuk komitmen perusahaan dalam mempublikasikan laporan keberlanjutan. Laporan ini memberikan informasi tentang pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan dan sosial. Laporan ini disusun berdasarkan Pedoman *Sustainability Report Global Reporting Initiative (GRI)*. *Sustainability report* mempunyai standar pengungkapan yang mencerminkan keseluruhan aktivitas sosial perusahaan. Dalam hal ini, *sustainability report* berbeda dengan laporan keuangan. Melalui *sustainability report*, kinerja perusahaan bisa langsung dinilai oleh pemerintah, masyarakat, organisasi lingkungan, media massa, khususnya para investor dan kreditor (bank) karena investor maupun kreditor (bank) tidak mau menanggung kerugian yang disebabkan oleh adanya kelalaian perusahaan tersebut terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungannya (Mulyaningsih, 2015).

Faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* salah satunya yaitu profitabilitas (Wisler et al. 2021). Selain itu, ukuran perusahaan juga menjadi faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Hassan and Lahyani 2020). Ukuran Perusahaan adalah skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Faktor lain yang

mempengaruhi CSR adalah *leverage*, dalam faktor ini dapat dilihat sejauh mana kemampuan suatu perusahaan memenuhi kewajiban jangka panjangnya (Mayangsari 2019).

Di berbagai negara maju di kawasan Eropa seperti Swedia, Finlandia, Belanda, dan Jerman serta negara Asia seperti Jepang sudah mewajibkan setiap perusahaan, baik perusahaan milik negara maupun perusahaan terbuka untuk membuat *sustainability report*. Tidak heran jika negara tersebut mendapat nilai dan peringkat yang tinggi dalam *Environmental Performance Index (EPI)* (Chaiwong, Phornlaphatrachakorn, and ... 2019). Bahkan menurut survei dari *Value Champion* Jepang termasuk dalam negara yang paling ramah lingkungan di tahun 2018. Hal ini berbanding terbalik dengan Indonesia yang menempati urutan ke-133 dari 180 negara dalam EPI (Anita and Anggreni 2021).



Sumber: www.ojk.go.id (Data diolah penulis, 2022)

Grafik 1.1

Persentase Berbagai Sektor Penerbit Laporan Keberlanjutan

Berdasarkan grafik di atas, sektor keuangan memiliki persentase paling tinggi dalam menerbitkan laporan keberlanjutan (*sustainability report*). Sektor pertambangan menempati urutan kedua, padahal jika dilihat lebih lanjut pada kegiatan operasionalnya perusahaan pertambangan adalah perusahaan yang bersinggungan langsung dengan lingkungan. Selain itu, pertambangan memiliki efek yang cukup besar untuk beberapa masalah yang berkaitan dengan polusi, limbah, keamanan produk dan sumber daya manusia. Perusahaan pertambangan rentan berinteraksi langsung dengan lingkungan

dan masyarakat. Proses operasional perusahaan diasumsikan menghasilkan limbah produksi yang pada akhirnya berkaitan erat dengan masalah-masalah polusi pencemaran pada lingkungan (Lien, Phong, and Dung 2019).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk meneliti kembali dengan membatasi penelitian ini pada pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan pertambangan pada *Sustainability Report* di Bursa Efek Indonesia periode 2015 - 2020. Perusahaan yang diambil yaitu pada sektor pertambangan, karena perusahaan sektor pertambangan identik dengan pencemaran dan kerusakan lingkungan. Sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana tanggung jawab perusahaan dalam meminimalisasi dampak yang tidak diinginkan pada kegiatan perusahaan terhadap lingkungan.

Dengan demikian, maka peneliti tertarik untuk meneliti kembali dan mengambil judul **“Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada *Sustainability Report* Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”**.

2. KAJIAN PUSTAKA

(Comyns et al. 2013) berpendapat bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu dan kelompok masyarakat. Dasar pemikiran teori ini adalah organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri.

Berdasarkan kajian tentang teori legitimasi di atas, dapat disimpulkan bahwa legitimasi menempatkan persepsi dan pengakuan publik

sebagai dorongan utama perusahaan dalam melakukan pengungkapan suatu informasi secara luas, bukan hanya informasi mengenai keuangan perusahaan saja, tetapi juga informasi mengenai tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan maupun masyarakat sekitar yang telah dilaksanakan.

Pemangku kepentingan adalah terjemahan dari kata *stakeholder* yang dapat diartikan sebagai segenap pihak yang terkait dengan isu dan permasalahan yang sedang diangkat. Secara sederhana, *stakeholder* sering dinyatakan sebagai para pihak, lintas pelaku, atau pihak-pihak yang terkait dengan suatu isu atau suatu rencana (Rudyanto and Veronica 2016).

Berdasarkan penjelasan teori diatas dapat disimpulkan jika para *stakeholder* sebenarnya memiliki hak penuh atas semua informasi wajib maupun sukarela mengenai informasi keuangan dan non-keuangan yang didalamnya menjelaskan pertanggungjawaban dari aktivitas perusahaan kepada para *stakeholder* termasuk informasi mengenai CSR perusahaan.

2.1. *Corporate Social Responsibility*

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) pertama kali dikenal sejak Howard R Bowen menerbitkan bukunya pada tahun 1953 yang berjudul *“Social Responsibility of The Businessman”*. CSR sebagai sebuah konsep yang semakin populer belakangan ini, belum memiliki definisi yang tunggal, yang dapat diterapkan dalam sebuah perusahaan, namun ada beberapa definisi yang dapat di jadikan acuan dalam pengungkapan CSR, yaitu:

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) mendefinisikan CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan, sebagai:

“Continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well

as of the local community and society at large.”

Dalam pengetahuan di atas dapat diartikan sebagai komitmen dunia usaha untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas. Menurut (Wibiksono 2015) CSR dapat didefinisikan sebagai: “Tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan (*triple bottom line*) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.”

(Elkington 1997) melalui bukunya “*Cannibals with Fork, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*”. Elkington mengembangkan konsep *triple bottom line* dalam istilah *economic prosperity*, *environmental quality* dan *social justice*. Elkington memberikan pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan, harus memperhatikan “3P”. Selain mengejar profit, perusahaan juga mesti memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Hubungan ini kemudian diilustrasikan dalam bentuk segi tiga sebagai berikut:



Sumber: www.process.st

Gambar 2.1
Triple Bottom Line

Dalam gagasan tersebut, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi financial-nya saja, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungan (Wibisono 2007). Hubungan yang ideal antara *profit* (keuntungan), *people* (masyarakat) dan *planet* (lingkungan) adalah seimbang, tidak bisa mementingkan satu elemen saja. Konsep 3P ini menurut Elkington dapat menjamin keberlangsungan bisnis perusahaan. Hal ini dapat dibenarkan, sebab jika suatu perusahaan hanya mengejar keuntungan semata, bisa jadi lingkungan yang rusak dan masyarakat yang terabaikan menjadi hambatan kelangsungan bisnisnya. Beberapa perusahaan bahkan menjadi terganggu aktivitasnya karena tidak mampu menjaga keseimbangan 3P ini. Jika muncul gangguan dari masyarakat maka yang rugi adalah bisnisnya sendiri (Prastowo, 2011).

2.1.1. Pengukuran CSR

Perhitungan CSRDI (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index*) dilakukan dengan mengukur luas pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan. Pengukuran dalam penelitian ini mengacu pada penelitian Sembiring, yaitu melalui checklist yang dilakukan dengan melihat luas pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dalam tujuh kategori. Ketujuh kategori tersebut adalah lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum.

Pendekatan untuk menghitung CSRDI pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan Selanjutnya, skor dari setiap item yang diungkapkan tersebut dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Total skor tersebut kemudian dibagi dengan jumlah kategori item atau keseluruhan item yang diharapkan. Rumus perhitungan CSRDI (Sembiring, 2005) adalah sebagai berikut:

$$SRDI = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{\text{Jumlah item yang seharusnya (91 item)}}$$

2.2. Sustainability Report

Seiring dengan pengembangan keberlanjutan usaha/bisnis suatu industri, laporan keberlanjutan (*sustainability reporting*) merupakan hal utama yang harus dilaporkan secara rutin setiap setahun sekali, dengan mencakup tiga aspek ekonomi, sosial dan lingkungan hidup. Laporan berkelanjutan merupakan bentuk tanggung jawab yang harus dilaporkan secara berkala kepada publik, sehingga masyarakat dapat turut serta dalam menilai kinerja sebuah industri. Laporan berkelanjutan (*sustainability reporting*) juga merupakan salah satu bentuk pertanggungjawaban *stakeholder* terhadap kinerja organisasi. Laporan tersebut menggambarkan informasi terkait kondisi ekonomi, lingkungan hidup dan dampak sosial masyarakat suatu industri atau perusahaan dan bukan merupakan laporan *corporate social responsibility* saja. Sebuah laporan berkelanjutan harus memberikan representasi yang seimbang dan berkesinambungan termasuk kontribusinya, ditinjau dari sisi positif maupun negatif (Muliaman dan Istiana, 2015).

2.3. Profitabilitas

2.3.1. Pengertian Profitabilitas

Profit dalam kegiatan operasional perusahaan merupakan elemen penting untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan pada masa yang akan datang. Keberhasilan perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan untuk dapat bersaing dipasar. Setiap perusahaan mengharapkan profit yang maksimal dan laba dapat dikatakan sebagai alat ukur utama kesuksesan suatu perusahaan.

Menurut Sutrisno (2009) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan semua modal yang bekerja didalamnya. Profitabilitas menurut Sofyan Syafri Harahap (2009) adalah menggambarkan

kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang perusahaan, dan lain sebagainya. Sedangkan menurut Brigham dan Houston (2009) profitabilitas merupakan hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan.

2.3.2. Rasio Profitabilitas

Tujuan akhir yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan yang terpenting adalah mendapatkan laba atau keuntungan yang maksimal. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan digunakan rasio profitabilitas. Menurut Kasmir (2011) rasio Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Menurut Sawir (2009), secara umum pengukuran profitabilitas dapat dilakukan dengan 4 (empat) cara, yaitu sebagai berikut:

1. *Gross Profit Margin*=

$$\frac{\text{Penjualan Bersih} - \text{HPP}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

2. *Net Profit Margin* = $\frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$

3. *Return On Asset* = $\frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$

4. *Return On Equity* = $\frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\%$

Variabel profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rumus *Return on Asset* (ROA), dengan alasan bahwa rasio ini mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan laba dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia dalam perusahaan. *Return On Assets* paling sering digunakan investor untuk menilai hasil kinerja manajemen secara keseluruhan.

2.4. Ukuran Perusahaan

Menurut Brigham & Houston (2010), ukuran perusahaan merupakan ukuran besar

kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain. Selain itu, menurut Hartono (2008) ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan yang dapat diukur dengan total aktiva/ besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva. Adapun menurut Torang (2012) ukuran organisasi adalah menentukan jumlah anggota yang berhubungan dengan pemilihan cara pengendalian kegiatan dalam usaha mencapai tujuan.

Kriteria ukuran perusahaan yang diatur dalam UU No. 20 Tahun 2008 adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1
Kriteria Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Asset (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	>50 juta – 500 juta	>300 juta – 2,5 milyar
Usaha Menengah	>500 juta – 10 milyar	>2,5 milyar – 50 milyar
Usaha Besar	>10 milyar	>50 milyar

Sumber: Data diolah penulis (2022)

Menurut Harahap (2007) ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural (Ln) dari rata-rata total aktiva (total asset) perusahaan. Penggunaan total aktiva berdasarkan pertimbangan bahwa total aktiva mencerminkan ukuran perusahaan dan diduga mempengaruhi ketepatan waktu. Pengukuran variable ukuran perusahaan adalah sebagai berikut :

$$SIZE = Ln (Total Asetts)$$

2.5. Leverage

Leverage merupakan rasio yang memproyeksikan keadaan hutang dalam keuangan perusahaan. Menurut Kasmir (2014) rasio solvabilitas atau *leverage ratio* merupakan rasio yang digunakan dalam mengukur sejauh mana aktifitas perusahaan dibiayai dengan utang. Pengertian leverage ini ditegaskan kembali oleh Irham Fahmi (2015) yang menyatakan rasio *leverage* yaitu mengukur seberapa besar perusahaan

dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut.

Pada rasio *leverage* ini terdapat beberapa rasio yang digunakan sebagai indikator pengukur *leverage* berdasarkan yang dijelaskan oleh Kasmir (2014) dalam bukunya yaitu:

1. *Debt to Equity Ratio* (DER)=

$$\frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Shareholders Equity}}$$

2. *Debt to Asset Ratio* (Rasio Utang)=

$$\frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Asset}}$$

3. *Times Interest Earned*=

$$\frac{\text{EBT} + \text{Biaya Bunga}}{\text{Biaya Bunga}}$$

Dari ketiga rasio yang dapat dijadikan sebagai indikator dari besarnya *leverage*, penulis memilih menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) sebagai indikator dari penelitian terhadap *leverage*. Alasan memilih indikator DER untuk menghitung rasio leverage karena DER menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mengelola aktiva dan berapa besar bagian dari aktiva tersebut yang didanai oleh utang. Selain itu, DER umumnya digunakan dalam laporan keuangan *go public*.

Berdasarkan pemaparan penulis diatas dapat disimpulkan menggunakan hipotesis dibawah ini:

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

H₂: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

H₃: *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

H₄: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Tabel 2.1.
Kerangka Pemikiran



Sumber: diolah oleh penulis, 2022

3. METODE PENELITIAN

Sugiyono (2018) secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam melakukan penelitian dibutuhkan adanya suatu metode, cara atau taktik sebagai langkah-langkah yang harus ditempuh oleh seorang peneliti dalam memecahkan suatu permasalahan untuk mencapai suatu tujuan. Metode yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif.

Penelitian ini juga menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Sugiyono (2012) menjelaskan penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

3.1. Populasi dan Sampel

Menurut Sudjana (2010), populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, hasil yang menghitung ataupun pengukuran, kuantitatif maupun kualitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-

sifatnya. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2020.

Sedangkan sample yang digunakan dalam penelitian ini merupakan 6 perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2020, perusahaan tersebut diantaranya:

1. PT. Bukit Asam Tbk
2. PT. Indika Energi Tbk
3. PT. Indo Tambangraya Megah Tbk
4. PT. Petrosea Tbk
5. PT. Vale Indonesia Tbk
6. PT. Aneka Tambang Tbk

3.2. Definisi operasional dan Pengukuran

Secara singkat variabel beserta indikatornya yang terkandung dalam judul penelitian ini diuraikan dalam tabel 3.1 yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel	Pengukuran/Indikator	Skala
1.	<i>Corporate Social Responsibility</i> pada <i>Sustainability Report</i>	$SRDI = \frac{\sum \text{item yang diungkapkan}}{91 \text{ item}}$	Rasio
2.	Profitabilitas (X_1)	$ROA = \frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Total Assets}}$	Rasio
3.	Ukuran Perusahaan (X_2)	$SIZE = \ln(\text{Total Assets})$	Rasio
4.	<i>Leverage</i> (X_3)	$DER = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Shareholders Equity}}$	Rasio

Sumber: diolah oleh penulis, 2022

3.3. Teknik Analisis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data kuantitatif. Alat analisis data yang digunakan adalah SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) yaitu sebuah program komputer yang digunakan untuk menganalisa sebuah data dengan analisis statistika. Data hasil penelitian yang telah dikumpulkan kemudian akan dianalisis dengan:

Analisis Statistik Deskriptif

Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang teliti sehingga kesimpulan akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel penelitian yang ada dalam model regresi. Uji asumsi klasik bertujuan untuk mendapatkan parameter yang valid dan andal. Uji asumsi klasik dapat dilakukan dengan beberapa pengukuran sebagai berikut:

1. Uji Normalitas
2. Uji Multikolinearitas
3. Uji Autokorelas
4. Uji Heterokedastisitas

Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda karena terdapat lebih dari dua variabel independen (X). Pada penelitian ini yang diuji adalah proksi dari luas pengungkapan tanggungjawab sosial maka persamaan tersebut dapat dijabarkan dalam bentuk persamaan-persamaan sebagai berikut :

$$SRDI = \alpha_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + s$$

Keterangan:

SRDI : Kualitas pengungkapan sustainability report

α : Konstanta

β : Koefisien

X_1 : Profitabilitas (ROA)

X_2 : Ukuran Perusahaan (Total asset) X_3
: Leverage (DER)

ε : Error atau variabel pengganggu

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model yang dibentuk dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil mengindikasikan variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk dilakukannya prediksi terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011).

Pengujian Hipotesis

Penelitian ini menggunakan uji signifikansi simultan (Uji Statistik F) dan uji signifikansi parameter individual (Uji statistik t untuk menguji hipotesis yang diajukan).

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Kondisi Profitabilitas pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020

Variabel independen pertama yang digunakan dalam penelitian ini adalah Profitabilitas yang diukur dengan *Return On Asset* (ROA). Dengan mengetahui rasio ini, akan dapat diketahui apakah perusahaan efisien dalam memanfaatkan aktivasnya dalam kegiatan operasional perusahaan. Adapun kondisi Profitabilitas pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015 – 2020 sebagai berikut:

Tabel 4.1.

Rasio *Return On Asset* (ROA) Perusahaan Sampel Tahun 2015-2020

No	Nama Perusahaan	Tahun (%)					
		2015	2016	2017	2018	2019	2020
1.	PT. Bukit Asam Tbk	12.06	10.90	20.68	21.19	15.48	10.01
2.	PT. Indika Energi Tbk	-3.57	-5.72	8.85	2.67	0.14	-2.96
3.	PT. Indo Tambangraya Megah Tbk	5.36	10.80	18.60	17.94	10.46	3.26
4.	PT. Petrosea Tbk	-2.98	-1.99	1.90	4.17	5.68	6.14
5.	PT. Vale Indonesia Tbk	2.21	0.09	-0.70	2.75	2.58	3.58
6.	PT. Aneka Tambang Tbk	-4.75	0.22	0.45	2.63	0.64	3.62
Nilai Tertinggi		12.06	10.90	20.68	21.19	15.48	10.01
Nilai Terendah		-4.75	-5.72	-0.70	2.63	0.14	-2.96
Rata-rata		1.39	2.38	8.30	8.55	5.83	3.94

Sumber: diolah oleh penulis, 2022

Berdasarkan data pada tabel 4.2 menunjukkan perolehan nilai Return on Asset tertinggi sebesar 21,19% di tahun 2018 dari PT. Bukit Asam Tbk, sedangkan nilai Return on Asset terendah sebesar -5,72% di tahun 2016 dari PT. Indika Energi Tbk. Secara keseluruhan nilai Return on Asset pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015 – 2020 mengalami kondisi fluktuatif yang dapat dibuktikan dengan tidak adanya konsistensi perolehan nilai rata – rata (mean). Hal ini dapat terjadi karena adanya ketidak

konsistenan perolehan laba bersih tahun berjalan dan jumlah ekuitas perusahaan di setiap periodenya.

4.2. Kondisi Ukuran Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2015-2020

Variabel independen kedua yang digunakan untuk menunjang penelitian ini adalah Ukuran Perusahaan (*Size*), yang merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan diukur dengan total aktiva, jumlah penjualan, nilai saham dan sebagainya.. Adapun kondisi Ukuran Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar BEI periode 2015 – 2020 sebagai berikut:

Tabel 4.2
Ukuran Perusahaan pada Perusahaan Sampel Tahun 2015-2020

No	Nama Perusahaan	Tahun					
		2015	2016	2017	2018	2019	2020
1.	PT. Bukit Asam Tbk	16.64	16.74	16.91	17.00	17.08	17.00
2.	PT. Indika Energi Tbk	21.49	21.32	22.01	22.02	22.01	21.97
3.	PT. Indo Tambangraya Megah Tbk	13.98	14.01	14.12	14.18	14.01	13.96
4.	PT. Petrosea Tbk	12.96	12.88	12.99	13.23	13.22	13.18
5.	PT. Vale Indonesia Tbk	14.64	14.62	14.60	14.61	14.61	14.65
6.	PT. Aneka Tambang Tbk	24.14	24.12	24.12	24.23	24.13	24.18
Nilai Tertinggi		24.14	24.12	24.12	24.23	24.13	24.18
Nilai Terendah		12.96	12.88	12.99	13.23	13.22	13.18
Rata-rata		17.31	17.28	17.46	17.55	17.51	17.49

Sumber: diolah oleh penulis, 2022

Berdasarkan data pada tabel 4.2 menunjukkan perolehan skala ukuran perusahaan tertinggi sebesar 24,23 di tahun 2018 dari PT. Aneka Tambang Tbk, sedangkan perolehan skala ukuran perusahaan terendah 12,88 di tahun 2016 dari PT. Petrosea Tbk. Secara keseluruhan perolehan skala ukuran perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2015 – 2020 mengalami kondisi fluktuatif. Hal ini dapat terjadi karena adanya ketidakpastiaan jumlah aset tetap yang dimiliki oleh masing – masing perusahaan atau dengan kata lain adanya indikasi penjualan aset tetap diperiode tertentu untuk membiayai operasional perusahaan.

4.3. Kondisi Leverage pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020

Variabel independen ketiga yang digunakan untuk menunjang penelitian ini adalah *Leverage* yang diukur dengan *Debt to Equity* dimana rasio ini membandingkan tingkat utang dengan modal yang dimiliki. Adapun kondisi *Leverage* pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2015 – 2020 sebagai berikut:

Tabel 4.3
Debt to Equity Ratio Pada Perusahaan Sampel Tahun 2015-2020

No	Nama Perusahaan	Tahun					
		2015	2016	2017	2018	2019	2020
1.	PT. Bukit Asam Tbk	0.82	0.76	0.59	0.49	0.42	0.42
2.	PT. Indika Energi Tbk	1.59	1.46	2.26	2.26	2.46	3.03
3.	PT. Indo Tambangraya Megah Tbk	0.41	0.33	0.42	0.49	0.37	0.37
4.	PT. Petrosea Tbk	1.39	1.31	1.45	1.91	1.59	1.29
5.	PT. Vale Indonesia Tbk	0.25	0.21	0.20	0.17	0.14	0.15
6.	PT. Aneka Tambang Tbk	0.66	0.63	0.62	0.69	0.67	0.67
Nilai Tertinggi		1.59	1.46	2.26	2.26	2.46	3.03
Nilai Terendah		0.25	0.21	0.20	0.17	0.14	0.15
Rata-rata		0.85	0.78	0.92	1.00	0.94	0.99

Sumber: diolah oleh penulis, 2022

Berdasarkan data pada tabel 4.3 menunjukkan perolehan nilai *Debt to Equity Ratio* tertinggi sebesar 3,03 di tahun 2020 dari PT. Indika Energi Tbk, sedangkan nilai *Debt to Equity Ratio* terendah sebesar 0,14 di tahun 2019 dari PT. Vale Indonesia Tbk. Secara keseluruhan nilai *Debt to Equity Ratio* pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2015 – 2020 mengalami kondisi yang fluktuatif. Hal ini dapat terjadi karena adanya penurunan dan peningkatan jumlah ekuitas dan liabilitas dari masing – masing perusahaan di setiap periodenya.

4.4. Kondisi CSR pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020

Variabel dependen yang digunakan untuk menunjang penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang diukur dengan *Sustainability Report Disclosure Index (SRDI)*. SRDI ini dihitung dengan

menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya, skor dari setiap item yang diungkapkan tersebut dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Total skor tersebut kemudian dibagi dengan jumlah kategori item atau keseluruhan item yang diharapkan. Adapun kondisi CSR pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2015 – 2020 sebagai berikut:

Tabel 4.4
SRDI Pada Perusahaan Sampel Tahun 2015-2020

No	Nama Perusahaan	Tahun					
		2015	2016	2017	2018	2019	2020
1.	PT. Bukit Asam Tbk	0.96	0.54	0.23	0.44	0.47	0.43
2.	PT. Indika Energi Tbk	0.10	0.13	0.11	0.11	0.24	0.25
3.	PT. Indo Tambangraya Megah Tbk	0.33	0.27	0.13	0.11	0.21	0.26
4.	PT. Petrosea Tbk	0.15	0.27	0.30	0.27	0.27	0.43
5.	PT. Vale Indonesia Tbk	0.49	0.08	0.14	0.32	0.32	0.38
6.	PT. Aneka Tambang Tbk	0.86	0.27	0.31	0.33	0.26	0.42
Nilai Tertinggi		0.96	0.54	0.31	0.44	0.47	0.43
Nilai Terendah		0.10	0.08	0.11	0.11	0.21	0.25
Rata-rata		0.48	0.26	0.20	0.26	0.30	0.36

Sumber: diolah oleh penulis, 2022

Berdasarkan data pada tabel 4.4 menunjukkan perolehan nilai SRDI tertinggi sebesar 0,96 di tahun 2015 dari PT. Bukit Asam Tbk, sedangkan nilai SRDI terendah sebesar 0,10 di tahun 2015 dari PT. Indika Energi Tbk. Secara keseluruhan nilai SRDI pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2015 – 2020 mengalami kondisi yang fluktuatif. Hal ini dapat terjadi karena adanya penurunan dan peningkatan jumlah item CSR yang diungkapkam dari masing – masing perusahaan di setiap periodenya.

4.5. Pembahasan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2015 – 2020. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka pembahasan dapat diperoleh sebagai berikut:

4.5.1 Pengaruh Profitabilitas (X1) terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Y)

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 – 2020 dengan diperoleh dari nilai t hitung sebesar 2,078 yang lebih besar dari t tabel sebesar 2,05553 dan nilai signifikansi sebesar $0,048 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas yang di proksikan dengan ROA mampu mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk mengungkapkan informasi *corporate social responsibility*. Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan prestasi kinerja yang baik dan sumber daya yang dimiliki perusahaan semakin besar sehingga berdampak pada meningkatnya harapan stakeholder akan kewajiban perusahaan untuk mengungkapkan informasi terkait kegiatan *corporate social responsibility* (Damayanthi, 2019). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Putu Mira & I Gst Ayu (2019) dimana hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas secara parsial berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Syailendra (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

4.5.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan (X2) Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Y)

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 – 2020 dengan diperoleh nilai t hitung sebesar -0,286 yang lebih kecil dari t tabel sebesar 2,05553 dan nilai signifikansi sebesar $0,777 > 0,05$. Maka H_0 diterima dan H_2 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR tidak

selalu menjadikan ukuran perusahaan sebagai tolak ukur dalam pelaksanaannya, karena pengungkapan informasi yang luas tidak selalu dilihat dari ukuran sebuah perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Hanifa & Riyanti (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan CSR. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Teguh, Sri & Primadini (2018) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

4.5.3 Pengaruh *Leverage* (X2) Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Y)

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *leverage* memiliki pengaruh secara parsial terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 – 2020 dengan diperoleh dari nilai t hitung sebesar -2,112 lebih besar dari t tabel 2,05553 dan nilai signifikansi sebesar $0,044 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. *Leverage* berpengaruh signifikan dan memiliki koefisien regresi negatif yang berarti semakin tinggi nilai *leverage*, maka akan berdampak pada menurunnya pengungkapan CSR. Hal ini terjadi karena perusahaan yang memiliki tingkat hutang yang tinggi akan mendapat sorotan dari investor, sehingga cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial, namun tidak akan menyebabkan perusahaan menghentikan tanggung jawab sosialnya karena risiko yang tinggi dapat berakibat kesulitan keuangan, sementara pengungkapan CSR memerlukan pembiayaan yang besar. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Ana & Nera (2018), Ida & Putu (2015), serta Syailendra (2016) yang menyatakan bahwa *leverage* secara parsial berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Putu Mira & I Gst Ayu (2019) yang menyatakan bahwa *leverage* secara parsial tidak berpengaruh *corporate social responsibility*.

5. KESIMPULAN & SARAN

Berdasarkan hasil analisis data mengenai “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2015 – 2020” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Profitabilitas menunjukkan ketika semakin tinggi perusahaan menghasilkan laba akan berdampak pada meningkatnya kewajiban perusahaan untuk mengungkapkan informasi CSR. Ukuran Perusahaan tidak bisa dijadikan sebagai tolak ukur dalam pelaksanaan pengungkapan CSR, karena pengungkapan informasi yang luas tidak selalu dilihat dari ukuran sebuah perusahaan. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi berkewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dibandingkan perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah.
2. Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan. Hal ini karena perusahaan yang memiliki kemampuan menghasilkan laba yang tinggi, biasanya juga memiliki banyak dana, termasuk untuk melakukan pengungkapan CSR.
3. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini terjadi karena baik perusahaan kecil maupun perusahaan besar akan menjadi sorotan masyarakat dan tetap memiliki kewajiban yang sama dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.
4. *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini terjadi karena perusahaan yang memiliki tingkat hutang yang tinggi akan mendapat sorotan dari investor, sehingga cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial.
5. Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* secara bersama – sama memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2015 – 2020.

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility*, maka saran yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi investor dan calon investor perusahaan berkategori *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia agar lebih seksama dan juga memperhatikan aspek CSR sebagai pertimbangan dalam melakukan investasi.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian yang dilakukan oleh peneliti masih memiliki keterbatasan, baik dalam pemilihan sampel maupun analisis permasalahannya. Penelitian selanjutnya disarankan mengikuti perkembangan dan memperbaharui item-item pengungkapan CSR perusahaan yang sesuai dengan kondisi masyarakat saat ini, menambahkan variabel independen untuk memperjelas faktor-faktor yang dapat memperluas pengungkapan CSR misalnya tipe industri dan profil perusahaan, dan disarankan menggunakan populasi sampel seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI agar mengetahui kondisi seluruh perusahaan yang mengungkap tanggung jawab sosial perusahaan.

REFERENSI

- Anita, A., and D. Anggreni. 2021. "Kinerja Perusaha Aminatuzzuhriyah. (2019). Pengaruh Profitabilitas Dan Corporate Soccial Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Agresivitas Pajak Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2015-2017.
- Ana Wahyuningsih, N. M. (2018). Pengaruh Size, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Csr Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi*.
- Ariswari, P. M. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Kepemilikan Manajemen pada Pengungkapan CSR dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Kontrol. *e-Jurnal Akuntansi*.
- Bogdan, R. d. (1992). *Pengantar Metode Kualitatif*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Brigham, E. F. (2010). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba
- Empat.
- Chotimah, H. (2017). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional Dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Hutang.
- Brigham, F. E. (2015). *Fundamentals Of Financial Management*. South Western: Cengage Learning
- Ebiringa. (2013). Effect of Firm Size and Profitability on Corporate Social Disclosures: The Nigerian Oil and Gas sector in Focus.
- E Rofiqkoh, M. P. (2016). Pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*.
- Fahmi, I. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- FELISIA. (2014). *PENGARUH CORPORATE GOVERNANCE DAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN*

- TERHADAP NILAI PERUSAHAAN.
JURNAL BISNIS DAN AKUNTANSI
- Felisia. (2014). TRIPLE BOTTOM LINE DAN SUSTAINABILITY, 18.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.
Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2009). Ekonometrika: teori, konsep dan aplikasi dengan SPSS 17.
Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi multivariate dengan program IBM SPSS 19.
Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gray, e. a. (1997). A Review of Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure. Accounting, Auditing, and Accountability Journal. Corporate Social and Environmental Reporting, 8.
- Hadi, N. (2011). Corporate Social Responsibility. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hadi, S. (2014). Penelitian Research. Yogyakarta: BPFE.
- Harahap, S. S. (2007). Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hardianti, D. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility. Jurnal Akuntansi & Ekonomi.
- Hartono, J. (2008). Teori portofolio dan analisis investasi. Yogyakarta: BPFE.
- Kasmir. (2016). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Keraf, A. S. (1998). Etika Bisnis (Tuntutan dan Relevansinya). Yogyakarta: Kanisius.
- Kompasiana. (2017). Konflik Antara Masyarakat Malinau dan Perusahaan Tambang Akibat Pencemaran Lingkungan.
- Mahdar, N. M. (2018). Pengaruh Size, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Csr .
- Marthin. (2017). IMPLEMENTASI PRINSIP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY(CSR) BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 40 TAHUN 2007 TENTANG PERSEORAN TERBATAS.
- Mulyaningsih. (2015). PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN DAN CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP PUBLIKASI SUSTAINABILITY REPORT.
- News, B. (2019). Ribuan Lubang Tambang Terbengkalai di Kaltim.
- Prastowo, J. d. (2011). Corporate Social Responsibility Kunci Meraih Kemuliaan Bisnis.
- Priyadi, M. P. (2016). Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi. Dampak Pengungkapan Sustainability Report terhadap Kinerja Keuangan dan Kinerja Pasar.
- Purwanto, A. (2011). Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap Corporate Social Responsibility. 8, 1-94.
- Putri, G. V. (2017). PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN PROFITABILITAS TERHADAP MANAJEMEN LABA. Diponegoro Journal of Accounting.
- Rezk Abou Zaid, M. E. (2015). Influence of Firm Size and Profitability on Corporate Social Responsibility Disclosures by Banking Firms. Journal of Applied Finance & Banking.
- Rofiqkoh, E. (2016). PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN . Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi.
- Saputra, S. E. (2016). Pengaruh Leverage, Profitabilitas dan Size terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan di

- Bursa Efek Indonesia. Journal of Economic and Economic Education, 5.
- Sembiring, E. (2005). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial.
- Solihin, I. (2008). Corporate Social Responsibility From Charity To Sustainability. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- S Santoso, F. T. (2001). Riset Pemasaran: konsep dan aplikasi dengan SPSS. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Tandiontong, M. (2015). The Effect of Corporate Social Responsibility (CSR) and Financial Ratio to Corporate Values. The Indonesian Journal of Accounting Research 18 (2).
- Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. (n.d.).
- Unika, N. (2019). Dilema Sustainability Report untuk Pembangunan Berkelanjutan.
- Wibisono, Y. (2007). Membedah Konsep & Aplikasi Corporate Social Responsibility. Gresik: Faseho Publishing.
- Williams, C. (2001). Manajemen. SALEMBA EMPAT.
- ZARIANSAH, Y. (2019). ANALISIS CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PT.PELABUHAN INDONESIA 1 (PELINDO 1) BELAWAN.