

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN,
LEVERAGE, UKURAN DEWAN
KOMISARIS DAN PROFITABILITAS
TERHADAP PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN
PERTAMBANGAN YANG GO PUBLIC
TAHUN 2016-2018 DI BURSA EFEK
INDONESIA)

By Andry Sugeng

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, UKURAN DEWAN
KOMISARIS DAN PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY
(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG GO PUBLIC
TAHUN 2016-2018 DI BURSA EFEK INDONESIA)**

Andry Sugeng

ABSTRACT

This study aims to analyze and obtain empirical evidence about the effect company size, leverage, board of commissioners and profitability on the corporate social responsibility disclosure to coal mining companies in Indonesia. The independent variables of this study are company size, leverage, board of commissioners, and profitability while the dependent variable of this study is the disclosure of corporate social responsibility. The study conducts multiple regression analysis by using mining companies which listed in the Indonesia Stock Exchange (BEI) over period between 2016 to 2018 with a total of 44 companies. This study collects the data by purposive sampling method that makes the total sample is 17 companies with 51 data of financial statements companies as research observations. This study finds that: (1) company size not significant effect to corporate social responsibility disclosure; (2) leverage not significant effect to corporate social responsibility disclosure; (3) board of commissioners not significant effect to corporate social responsibility disclosure; and (4) profitability significantly effect to corporate social responsibility disclosure.

Keywords: size; leverage; board of commissioners; profitability; CSR

1. PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan jawaban atas inisiatif bahwa bisnis tidak hanya berjalan demi kepentingan *shareholders* belaka, tetapi juga *stakeholders*, termasuk di dalamnya antara lain adalah konsumen, karyawan, pemasok, masyarakat di sekitar dan juga pemerintah. CSR menunjukkan suatu komponen penting dan komitmen yang luas terhadap pembangunan untuk berkelanjutan dimana *Global Compact Initiative* meyebut pemahaman ini sebagai 3P atau dikenal dengan “*triple bottom line*” (*people, profit, planet*). Meski tujuan bisnis adalah laba (*profit*), perusahaan harus bisa mensejahterakan semua orang (*people*) dan kelestarian bumi (*planet*) ini. CSR merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh suatu perusahaan yang sesuai dengan isi Pasal 74 dari Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007. Undang-undang tersebut mewajibkan perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang/berkaitan dengan sumber daya alam melakukan tanggungjawab sosial dan lingkungan.

Perusahaan sebagai pengguna sumber daya alam terbesar harus mampu mengelola serta memelihara secara berkelanjutan demi kepentingan ekonominya. Aktifitas perusahaan yang awalnya hanya diukur dengan hanya mengedepankan laba kini mulai beralih memperhitungkan masalah sosial dan lingkungan dalam laporan keuangan mereka. Krivačić (2017) mengungkapkan bahwa laporan keuangan bukan hanya berfokus atas data finansial dan historis saja namun juga berfokus pada pelaporan non finansial. Perubahan paradigma tersebut disebabkan oleh begitu banyaknya dampak kerusakan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan. Perusahaan pertambangan merupakan salah satu perusahaan yang dianggap memiliki limbah yang berpotensi mengganggu kelestarian lingkungan. 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. Kegiatan pertambangan tersebut merupakan kegiatan yang bergerak di bidang pemanfaatan sumber daya alam yang secara langsung maupun tidak langsung dapat berpengaruh terhadap lingkungan sekitar perusahaan tambang tersebut seperti pencemaran polusi dan limbah yang menyebabkan perusahaan tambang sering di pandang tidak sesuai oleh masyarakat sekitar pertambangan (Wahyuningsih dan Mahdar, 2018).

Kerusakan lingkungan memunculkan tuntutan untuk kegiatan bisnis agar lebih ramah terhadap lingkungan. Perusahaan diminta untuk bertanggungjawab atas lingkungan dan sosial melalui sebuah laporan yang bersifat non keuangan yaitu laporan CSR. Loh et al. (2017) menyatakan bahwa investor mulai tertarik pada perusahaan yang melaporkan aktifitas sosial dan lingkungannya. Pelaporan pertanggungjawaban sosial dan lingkungan dianggap dapat menanamkan disiplin dan membantu perusahaan untuk meningkatkan kesadaran akan praktik keberlanjutan yang dapat dijadikan visi jangka panjang perusahaan (ACCA, 2013). CSR merupakan perwujudan kontribusi perusahaan untuk ikut serta dalam mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan (Ambarini, 2010). Burhan dan Rahmawati (2012) menyatakan bahwa berinvestasi pada organisasi yang memiliki pertanggungjawaban sosial akan lebih baik dibandingkan dengan organisasi yang memiliki profit tinggi tetapi mengabaikan lingkungan. Perusahaan yang melakukan pengungkapan sosial yang lebih baik akan memiliki nilai pasar yang lebih baik dan menghasilkan manfaat yang diharapkan untuk meningkatkan arus kas perusahaan (Shaukat et al., 2016).

Kinerja keuangan perusahaan merupakan faktor penting untuk menilai keseluruhan kinerja perusahaan itu sendiri, dimulai dari penilaian aset, utang, likuiditas, dan lain sebagainya. Banyak indikator yang dapat digunakan dalam menganalisis kinerja keuangan perusahaan antara lain *cash flow* atau aliran dana per transaksi, profitabilitas, likuiditas, struktur keuangan dan investasi atau rasio pemegang saham. Adanya penyampaian informasi kinerja ketaatan pengelolaan lingkungan secara informatif kepada *stakeholders* dan publik sangat diperlukan, sekaligus agar perusahaan dapat membantu tercapainya kesejahteraan *stakeholders* dan mencapai laba maksimum (Susilatri et al., 2011).

Perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar sehingga mempunyai insentif lebih untuk mengungkapkan informasi yang lebih luas. Perusahaan yang memiliki jumlah aset yang lebih besar lebih mampu membiayai penyediaan informasi pertanggungjawaban sosialnya dibanding perusahaan yang asetnya lebih kecil atau rendah (Ruroh dan Latifah, 2018). Dalam rangka mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan besar juga lebih banyak dilihat sehingga pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggungjawab sosial perusahaan. Secara teoritis, perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan akan semakin luas (Nur dan Priantinah, 2012). Nur dan Priantinah (2012) maupun Ruroh dan Latifah (2018) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial.

Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Perusahaan yang berisiko tinggi biasanya berusaha untuk meyakinkan kreditor dengan pengungkapan yang lebih detail. Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan terhadap dipenuhinya hak-hak kreditor. Oleh karena itu perusahaan dengan *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban mengungkapkan CSR dibanding dengan perusahaan *leverage* rendah (Ruroh dan Latifah, 2018). Manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debt holders* (Nur dan Priantinah, 2012).

1 Dewan komisaris merupakan wakil *shareholder* dalam entitas bisnis yang berbadan hukum Perseroan Terbatas (PT) yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi), dan bertanggungjawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggungjawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan. Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen agar mengungkapkan informasi CSR lebih banyak sehingga dapat dijelaskan bahwa perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan CSR. Sebagai wakil dari prinsipal di dalam perusahaan, dewan komisaris dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi di dalam entitas. Ukuran dewan komisaris diukur dengan jumlah anggota dewan komisaris, dimana semakin banyak jumlah dewan komisaris perusahaan maka semakin mudah untuk melakukan pengawasan pada tingkatan manajemen dibawahnya (Sembiring, 2003).

Sesuai dengan teori legitimasi, semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka perusahaan tersebut akan semakin mengungkapkan informasinya untuk menunjukkan perhatiannya kepada masyarakat. Semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan, maka manajer lebih termotivasi untuk memberikan informasi yang lebih terperinci termasuk kebebasan untuk menunjukkan dan mempertanggungjawabkan seluruh program sosialnya. Hal ini juga menyebabkan manajer ingin meyakinkan investor akan profitabilitas perusahaan yang tinggi (Ruroh dan Latifah, 2018).

2. TINJAUAN PUSTAKA

Teori stakeholder. *Stakeholder* adalah sistem yang secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, mengakui sifat saling mempengaruhi antara keduanya yang kompleks dan dinamis. *Stakeholder* dan organisasi saling mempengaruhi, hal ini dapat dilihat dari hubungan sosial keduanya yang berbentuk tanggungjawab dan akuntabilitas. 4 karena itu organisasi memiliki akuntabilitas terhadap *stakeholdernya*. Menurut Ghozali dan Chariri (2007:409), teori *stakeholder* merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain). Kelompok *stakeholder* inilah yang menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengungkap atau tidak suatu informasi di dalam laporan perusahaan tersebut. Tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam meningkatkan penciptaan nilai sebagai dampak dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan dan meminimalkan kerugian 3 yang mungkin muncul bagi *stakeholder*.

Teori legitimasi. Legitimasi merupakan proses bagaimana suatu entitas pelapor berusaha memperoleh, menjaga, memelihara 3 atau memperbaiki legitimasi organisasi di mata para *stakeholder*-nya (Lindblom, 1994). Ketika melakukan proses legitimasi, penggunaan strategi pengungkapan membentuk 5 ini atau apa yang dirasakan dan dipikirkan oleh *stakeholder* tentang entitas pelapor. Lindblom (1994) menyatakan bahwa suatu organisasi mungkin menerapkan empat strategi legitimasi ketika menghadapi berbagai ancaman legitimasi. Oleh karena itu, untuk menghadapi kegagalan kinerja perusahaan seperti kecelakaan yang serius atau skandal keuangan organisasi mungkin:

- 1) Mencoba untuk mendidik *stakeholder*-nya tentang tujuan organisasi untuk meningkatkan kinerjanya.
- 2) Mencoba untuk merubah persepsi *stakeholder* terhadap suatu kejadian (tetapi tidak merubah kinerja aktual organisasi).
- 3) Mengalihkan (memanipulasi) perhatian dari masalah yang menjadi perhatian

(mengkonsentrasikan terhadap beberapa aktivitas positif yang tidak berhubungan dengan kegagalan-kegagalan).

4) **Me3**oba untuk merubah ekspektasi eksternal tentang kinerjanya.

Keempat strategi tersebut dapat dilakukan dengan cara mengungkapkan informasi perusahaan kepada publik, seperti pengungkapan dalam laporan tahunan. Perusahaan dapat mengungkapkan informasi-informasi yang dapat memperkuat legitimasinya, misalnya dengan menyebutkan penghargaan-penghargaan lingkungan yang pernah diraih atau program-program keselamatan yang telah **3**terapkan perusahaan jika mereka ingin mendapat legitimasi dari *stakeholder*-nya. Langkah yang sama juga dilakukan jika perusahaan ingin mendapat legitimasi dari pemegang saham. Hal tersebut dilakukan dengan mengun**2**kan keunggulan saham perusahaan, prospek laba dan sebagainya. Ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap perlu melaporkan **2**al-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Mereka berharap para pengguna laporan keuangan membaca “*good**3**news*” kinerja sosial dan lingkungan yang dilakukan perusahaan (Sembiring, 2003). Melalui pengungkapan, perusahaan juga dapat mengklarifikasi atau bahkan membantah berita-berita negatif yang mungkin muncul di media.

Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSRI). Pengungkapan adalah pengeluaran informasi yang ditujukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Tujuannya adalah agar perusahaan dapat menyampaikan tanggungjawab sosial yang telah dilaksanakan dalam periode tertentu. Pe**2**rapan CSRI dapat diungkapkan perusahaan melalui laporan tahunan (*annual report*). Laporan tanggungjawab sosial merupakan laporan aktivitas tanggungjawab sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan baik berkaitan dengan perhatian masalah dampak sosial maupun lingkungan. Laporan tersebut menjadi bagian yang tak terpisahkan dengan laporan tahunan yang dipertanggungjawabkan direksi di depan sidang Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Laporan ini berisi laporan program-program sosial dan lingkungan perseroan yang dilaksanakan selama tahun buku berakhir (Hadi, 2011:206).

Ukuran perusahaan (size). Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan s**3**ial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Secara umum, perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak dari pada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi risiko politis yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil. Secara teoritis, perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan semakin luas (Nur dan Priantinah, 2012). Penelitian yang dilakukan oleh Nur dan Priantinah (2012) maupun Ruoh dan Latifah (2018) menunjukkan bahwa ukuran **1**erusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Secara teoritis, perusahaan besar tidak **1**an lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan (Cahya, 2010). Oktariani dan Mimba (2014) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Leverage. Menurut Kasmir (2014:157), *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang, berapa besar beban utang yang ditar**6**ng perusahaan dibanding dengan aktivasnya. Menurut Ruoh dan Latifah (2018), perusahaan yang mempunyai tingkat leverage tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal

sendiri. Perusahaan yang berisiko tinggi biasanya berusaha untuk meyakinkan kreditor dengan pengungkapan yang lebih detail. Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan terhadap dipenuhinya hak-hak kreditor. Oleh karena itu, perusahaan dengan *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban mengungkapkan CSR dibandingkan dengan perusahaan *leverage* yang rendah (Ruroh dan Latifah, 2018). Manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung mengurangi pengungkapan tanggungjawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders* (Nur dan Priantinah, 2012). Penelitian yang dilakukan oleh Nur dan Priantinah (2012) maupun Ruroh dan Latifah (2018) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Sebaliknya, Robiah dan Erawati (2017) menemukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Ukuran Dewan Komisaris. Dewan komisaris merupakan wakil *shareholder* dalam entitas bisnis yang berbadan hukum Perseroan Terbatas (PT) yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi), dan bertanggungjawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggungjawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan (Mulyadi, 2002:185). Dewan komisaris sebagai puncak dari pengelolaan internal perusahaan, memiliki peranan terhadap aktivitas pengawasan. Komposisi dewan komisaris menentukan kebijakan perusahaan termasuk praktek dan pengungkapan CSR. Collier dan Gregory (1999) dalam Sembiring (2003) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif. Penelitian yang dilakukan oleh Susilatri et al. (2011) maupun Nur dan Priantinah (2012) menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Sebaliknya, Oktariani dan Mimba (2014) menemukan bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Profitabilitas. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan (Kasmir, 2014:196). Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Pada penelitian ini profitabilitas diprosikan dengan *Return on Aset* (ROA) sesuai hasil penelitian Susilatri et al. (2011) dan Ruroh dan Latifah (2018). Profitabilitas yang tinggi akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan serta melakukan program CSR. Semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan, maka manajer lebih termotivasi untuk memberikan informasi rinci termasuk kebebasan untuk menunjukkan dan mempertanggungjawabkan seluruh program sosialnya. Hal ini menyebabkan manajer ingin meyakinkan investor akan profitabilitas perusahaan yang tinggi (Ruroh dan Latifah, 2018). Penelitian yang dilakukan oleh Ruroh dan Latifah (2018) maupun Wahyuningsih dan Mahdar (2018) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Sebaliknya, Nur dan Priantinah (2012) menemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh pada pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

3. METODE PENELITIAN

Jenis dan sumber data. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif (hubungan), yaitu suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017:36). Berdasarkan jenis data dan analisis yang digunakan, penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif karena mengacu pada perhitungan data yang berupa angka. Sumber data dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh secara historis dari laporan keuangan yang telah dipublikasikan perusahaan pertambangan yang *go public* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Sampel dan teknik pengambilan sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2018 dengan jumlah sebanyak 44 perusahaan. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dengan kriteria-kriteria tertentu. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- Perusahaan sektor pertambangan yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016-2018 secara berturut-turut.
- Perusahaan sektor pertambangan yang sudah melakukan publikasi laporan keuangan tahunan (*annual report*) yang telah diaudit selama periode tahun 2016-2018.
- Perusahaan mengungkapkan data yang diperlukan dalam penelitian secara lengkap selama periode 2016-2018.

Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan oleh metode *purposive sampling*, maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 17 perusahaan dengan total observasi sebanyak 51 laporan keuangan perusahaan. Tabel 1 menyajikan operasionalisasi variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 1. Definisi operasional variabel

Variabel	Rumus
Pengungkapan CSR/CSR Index (CSRI)	$(\text{Skor Pengungkapan CSR} : \text{Skor Maksimum Pengungkapan CSR}) \times 100 \%$
Ukuran Perusahaan (SIZE)	Logaritma natural dari total aset
Leverage	$(\text{Jumlah hutang} : \text{Jumlah ekuitas}) \times 100 \%$
Ukuran Dewan Komisaris (UDK)	Jumlah total dewan komisaris
Profitabilitas (ROA)	$(\text{Laba bersih} : \text{Total aktiva}) \times 100 \%$

Metode analisis. Analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar suatu variabel independen mempengaruhi variabel dependen dilakukan dengan metode analisis regresi linier berganda pada tingkat signifikansi 0,05.

- Analisis statistik deskriptif.* Pengukuran yang digunakan adalah nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, standar deviasi dan *range*.
- Pengujian hipotesis*

1. Uji asumsi klasik

Uji normalitas. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah *residual error* model regresi terdistribusi normal atau tidak. Salah satu model yang banyak digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan uji *Jarque-Bera*. Uji *Jarque-Bera* mempunyai nilai Chi-Square dengan derajat bebas dua. Jika hasil uji *Jarque-Bera* lebih besar dari nilai Chi-Square pada $\alpha = 5\%$, maka hipotesis nol diterima yang berarti *residual error* dari model regresi berdistribusi normal. Jika hasil uji *Jarque-Bera* lebih kecil dari nilai Chi-Square pada $\alpha = 5\%$, maka hipotesis nol ditolak yang artinya *residual error* dari model regresi tidak berdistribusi normal.

Uji multikolinearitas. Pengujian multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika hasil penelitian menunjukkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) ≥ 10 berarti ada multikolinearitas, sebaliknya jika nilai VIF < 10 berarti bebas multikolinearitas.

Uji heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas merupakan suatu pelanggaran asumsi dalam persamaan regresi berganda dimana *residual error* memiliki varians yang tidak konstan antar periode pengamatan. Heteroskedastisitas menyebabkan hasil estimasi dengan OLS akan menghasilkan parameter yang bias, tidak efisien maupun konsisten, artinya koefisien yang dihasilkan bukan dari varians *residual error* terkecil. Dalam

penelitian ini, uji untuk melihat apakah terdapat heterokedastisitas dalam suatu model regresi adalah dengan menggunakan White-test.

2. **Koefisien korelasi dan koefisien determinasi.** Korelasi merupakan teknik analisis yang termasuk dalam salah satu teknik pengukuran asosiasi/hubungan. Pengukuran asosiasi merupakan istilah umum yang mengacu pada sekelompok teknik dalam statistik bivariat yang digunakan pada sekelompok teknik dalam statistik bivariat yang digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel. Koefisien determinasi dimana pengujian ini menguji sejauh mana variasi dari variabel terikat mampu dijelaskan oleh variabel bebasnya. Nilai R^2 merupakan fraksi dari variasi yang mampu dijelaskan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat, dimana nilai R^2 berkisar antara 0-1 persen dan jika nilai mendekati 1 maka semakin baik.

3. **Analisis regresi berganda.** Estimasi parameter model dengan data panel, menggunakan beberapa teknik yaitu:

1
Model common effect (ordinary least square). Model ini merupakan model yang paling sederhana. Dalam estimasinya diasumsikan bahwa setiap unit individu memiliki *intercept* dan *slope* yang sama (tidak ada perbedaan pada dimensi ketat waktu). Dengan kata lain, regresi data panel data yang dihasilkan akan berlaku untuk setiap individu.

Model efek tetap (the fixed effect model). Model efek tetap adalah model regresi data panel yang didapatkan dengan asumsi bahwa unit *cross section* dan *time series* yang digunakan dalam model sudah diketahui terlebih dahulu, FEM dalam penelitian ini memiliki konstanta yang bervariasi pada unit *cross section* dan koefisien konstanta yang mengasumsikan bahwa perbedaan pengaruh dari unit *cross section* dan *time series* tercermin dari konstanta yang berbeda-beda.

Model efek random (the random effect model). Model ini disebut juga model komponen *error*. Sama seperti model efek tetap, model ini juga memungkinkan terjadi perbedaan nilai parameter *intercept* dan koefisien berbeda antar daerah dan antar waktu, yang diekspresikan dalam *error*. Pada model ini gangguan diasumsikan bersifat acak untuk seluruh populasi. Model ini mengasumsikan bahwa *error* secara individu tidak saling berkorelasi, begitu juga dengan *error* kombinasinya. Dengan menggunakan model ini maka kita dapat menghemat pemakaian derajat kebebasan dan tidak mengurangi jumlah seperti pada *fixed effect model*. Hal ini berimplikasi pada parameter hasil estimasi akan menjadi efisien.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi ukuran perusahaan (*size*), *leverage*, ukuran dewan komisaris (UDK), dan profitabilitas (ROA) sebagai variabel independen, pengungkapan *corporate social responsibility (CSRI)* sebagai variabel dependen. Tabel 2 menunjukkan bahwa variabel *size*, *leverage*, UDK dan *CSRI* memiliki nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas data dari variabel tersebut baik karena nilai rata-rata yang lebih besar dari nilai standar deviasinya, mengidentifikasi bahwa standar *error* dari variabel tersebut kecil. Sedangkan variabel ROA memiliki nilai rata-rata yang lebih kecil dari nilai standar deviasi sehingga dapat diidentifikasi bahwa standar *error* dari variabel tersebut besar.

Tabel 2. Statistik deskriptif

	CSRI	SIZE	LEVERAGE	UDK	ROA
Mean	0.651961	6.460175	0.499901	3.941176	0.011345
Median	0.642857	6.424304	0.489615	4.000000	0.017733
Maximum	1.000000	7.942668	1.067488	7.000000	0.211853
Minimum	0.416667	5.106850	0.023549	2.000000	-0.455474
Std. Dev.	0.176345	0.766153	0.202360	1.528552	0.096910
Skewness	0.488117	-0.006802	0.269118	0.269362	-1.853426
Kurtosis	2.037808	2.197024	3.993258	1.860146	12.24839
Jarque-Bera	3.992550	1.370529	2.712052	3.377666	210.9562
Probability	0.135840	0.503957	0.257683	0.184735	0.000000
Sum	33.25000	329.4689	25.49495	201.0000	0.578573
Sum Sq. Dev.	1.554872	29.34953	2.047475	116.8235	0.469575
Observations	51	51	51	51	51

Uji asumsi klasik. Gambar 1 menunjukkan bahwa nilai Jarque-Bera sebesar 3,116077 dengan nilai probabilitas sebesar 0,210549. Dimana nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa nilai *residual error* berdistribusi normal.

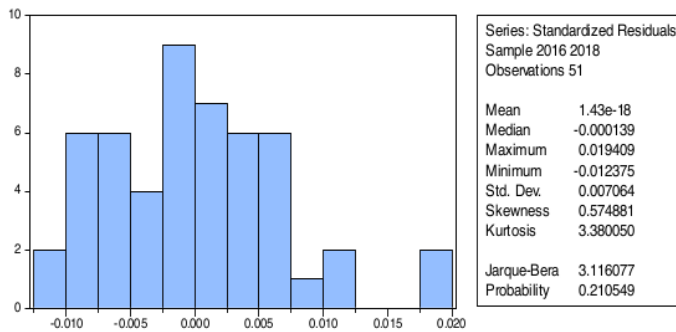
**Gambar 1. Uji normalitas**

Table 3 menunjukkan bahwa nilai *Centered Variance Inflation Factors* (VIF) dari variabel *size*, *leverage*, ukuran dewan komisaris dan profitabilitas memiliki nilai VIF dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen dalam model penelitian ini.

Tabel 3. Uji multikolinieritas

Variabel	VIF
SIZE	1.872263
LEVERAGE	1.084565
UDK	1.830641
ROA	1.323824

SIZE adalah ukuran perusahaan, UDK adalah ukuran dewan komisaris, ROA adalah return on asset (rasio profitabilitas)

Tabel 4 menunjukkan bahwa hasil uji heterokedastitas memiliki nilai probabilitas Chi-Square sebesar 0,3590 yang lebih besar dari $\geq 0,05$ sehingga hal ini berarti bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas yang terjadi.

Tabel 4. Uji heteroskedastisitas

F-statistic	1.100451	Prob. F(14,36)	0.3898
Obs*R-squared	15.28455	Prob. Chi-Square(14)	0.3590
Scaled explained SS	8.382040	Prob. Chi-Square(14)	0.8685

Tabel 5 menunjukkan bahwa semua variabel independen berkorelasi dengan variabel dependen. Hal ini berarti bahwa antara variabel independen memiliki hubungan dengan variabel dependen.

Tabel 5. Analisis korelasi

	CSRI	SIZE	LEVERAGE	UDK	ROA
CSRI	1.000000	0.645529	-0.040401	0.766395	0.472237
SIZE	0.645529	1.000000	0.092367	0.639377	0.462383
LEVERAGE	-0.040401	0.092367	1.000000	0.244980	0.168574
UDK	0.766395	0.639377	0.244980	1.000000	0.406449
ROA	0.472237	0.462383	0.168574	0.406449	1.000000

Pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melakukan analisis regresi berganda melalui beberapa model pengujian yaitu *common effect model*, *fixed effect model* dan *random effect model*. Tahap pertama yang dilakukan yaitu uji Chow, dimana Tabel 6 menunjukkan bahwa hasil uji Chow memiliki nilai probabilitas $p < 0,0000$ dan nilai Chi-Square sebesar 0,0000, kedua nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model mengikuti *Fixed Effect Model* (FEM).

Tabel 6. Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	351.114373	(16,30)	0.0000
Cross-section Chi-square	267.129294	16	0.0000

Tahap kedua yang dilakukan yaitu Uji Hausman, dimana Tabel 7 menunjukkan bahwa hasil uji Hausman memiliki nilai Chi-Square sebesar 0,0000 dan lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa menurut uji Hausman, model mengikuti *Fixed Effect Model* (FEM).

Tabel 7. Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	29.044901	4	0.0000

Tabel 8 menunjukkan bahwa nilai probabilitas ukuran perusahaan (*size*) terhadap CSRI adalah sebesar 0,8450 ($>0,05$) dalam arti bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSRI, nilai probabilitas *leverage* terhadap CSRI adalah sebesar 0,5309 ($>0,05$) dalam arti bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap CSRI, nilai probabilitas ukuran dewan komisaris (UDK) terhadap CSRI adalah sebesar 0,8728 ($>0,05$) dalam arti bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap CSRI, dan nilai probabilitas ROA terhadap CSRI adalah sebesar 0,0026 ($<0,05$) dalam arti bahwa ROA berpengaruh terhadap CSRI. Tabel 8 menunjukkan bahwa nilai R-Squared sebesar 0,998395 sehingga besarnya nilai koefisien determinasi adalah sebesar 99,83%. Hal ini menunjukkan bahwa variasi dari variabel terikat yang mampu dijelaskan oleh variabel bebas adalah sebesar 99,83%. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut.

$$Y = 0,002643 \text{ SIZE} - 0,017978 \text{ LEVERAGE} - 0,000476 \text{ UDK} + 0,071933 \text{ ROA} + 0,645130$$

Tabel 8. Analisis regresi berganda dengan *fixed effect model*

Variable	Coefficient	Prob.
Constant	0.645130	0.0000
SIZE	0.002643	0.8450
LEVERAGE	-0.017978	0.5309
UDK	-0.000476	0.8728
ROA	0.071933	0.0026
R-squared	0.998395	

SIZE adalah ukuran perusahaan, *UDK* adalah ukuran dewan komisaris, *ROA* adalah return on asset (rasio profitabilitas)

4.2. Pembahasan

Pengaruh ukuran perusahaan (size) terhadap pengungkapan CSR (CSRI). Berdasarkan Tabel 8, variabel ukuran perusahaan (*size*) menunjukkan koefisien regresi positif sebesar 0,002643 dengan nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 yaitu 0,8450. Hal ini berarti bahwa tingkat signifikansinya lebih besar dari $\alpha = 5\%$, sehingga hipotesis ke-1 tidak didukung atau H_1 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan dengan total jumlah aset perusahaan pertambahan tidak menuntut besarnya tanggung jawab terhadap pengungkapan akan aksi sosial terhadap lingkungan, masyarakat sekitar, tenaga kerja dan sebagainya. Penelitian ini tidak mendukung Susilatri et al. (2011), Nur dan Priantinah (2012), Robiah dan Erawati (2017) serta Ruroh dan Latifah (2018). Secara teoritis, seharusnya perusahaan dengan aset yang besar akan lebih mengungkapkan program sosialnya sebagai hubungan responsibilitas dan akuntabilitas terhadap *stakeholdernya* dan penciptaan nilai positif sebagai dampak dari aktivitas perusahaan dibandingkan dengan perusahaan yang nilai asetnya lebih kecil.

Pengaruh leverage terhadap pengungkapan CSR (CSRI). Berdasarkan Tabel 8, variabel *leverage* menunjukkan koefisien regresi negatif sebesar -0,017978 dengan nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 yaitu 0,5309. Hal ini berarti bahwa tingkat signifikansinya lebih besar dari $\alpha = 5\%$, sehingga hipotesis ke-2 tidak didukung atau H_2 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa tinggi rendahnya tingkat *leverage* perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Semakin tinggi tingkat *leverage* semakin besar kemungkinan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi, agar laba yang dilaporkan tinggi maka manajemen harus mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk mengungkapkan *CSR*. Penelitian ini mendukung Robiah dan Erawati (2017), dimana *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini disebabkan oleh karena sudah terjadi hubungan yang baik antara perusahaan dengan *debtholders*, yang mengakibatkan *debtholders* tidak terlalu memperhatikan rasio *leverage* perusahaan. Penelitian ini tidak mendukung Nur dan Priantinah (2012) maupun Ruroh dan Latifah (2018) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh ukuran Dewan Komisaris (UDK) terhadap pengungkapan CSR (CSRI). Berdasarkan Tabel 8, variabel ukuran dewan komisaris (*UDK*) menunjukkan koefisien regresi negatif sebesar -0,000476 dengan nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 yaitu 0,8728. Hal ini berarti bahwa tingkat signifikansinya lebih besar dari $\alpha = 5\%$, sehingga hipotesis ke-3 tidak didukung atau H_3 ditolak. Penelitian ini membuktikan bahwa ukuran dewan komisaris sebuah perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*. Ini berarti bahwa semakin banyak jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tidak akan semakin luas walaupun mempunyai peranan pengawasan dan mempunyai peranan untuk menjaga hubungan yang baik terhadap *stakeholder* dan juga ukuran dewan komisaris tidak mempunyai kecenderungan

dalam memberikan legitimasi dalam praktek pengungkapan sosial perusahaan. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Oktariani dan Mimba (2014), dimana ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian ini tidak mendukung Susilatri et al. (2011) maupun Nur dan Priantinah (2012) yang menyatakan bahwa variabel ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan Tabel 8, variabel ROA menunjukkan koefisien regresi positif sebesar 0,071933 dengan nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,0026. Hal ini berarti bahwa tingkat signifikansinya lebih kecil dari $\alpha = 5\%$, sehingga hipotesis ke-4 dapat terdukung atau H_0 ditolak. Bahwa besar kecilnya profitabilitas akan mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini mendukung teori legitimasi yang dinyatakan oleh Sembiring (2003), Ruroh dan Latifah (2018), dan Wahyuningsih dan Mahdar (2018) bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini didukung dengan asumsi bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan, maka manajer lebih termotivasi untuk memberikan informasi yang lebih terperinci termasuk kebebasan untuk menunjukkan dan mempertanggungjawabkan seluruh program sosialnya dengan tujuan agar para pengguna laporan dapat menangkap “good news” dari kinerja sosial dan lingkungan yang telah dilakukan perusahaan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan atas permasalahan maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan, *leverage* dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sebaliknya, profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada periode 2016-2018.

5.2. Saran

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan sampel penelitian yang tidak hanya dari sektor pertambangan tetapi juga mencakup sektor industri lainnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) agar mewakili pengungkapan CSR diseluruh sektor industri yang ada. Penelitian selanjutnya agar dapat menggunakan alat metodologi yang berbeda seperti wawancara langsung dengan ditentukan pendapat mereka tentang tingkat pengungkapan CSR. Selain itu, selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel-variabel lain yang diduga mempengaruhi pengungkapan CSR.

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, UKURAN DEWAN KOMISARIS DAN PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG GO PUBLIC TAHUN 2016-2018 DI BURSA EFEK INDONESIA)

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	eprints.ums.ac.id Internet	240 words — 5%
2	www.coursehero.com Internet	204 words — 4%
3	www.e-akuntansi.com Internet	129 words — 3%
4	www.dosenpendidikan.co.id Internet	89 words — 2%
5	ejournalmalahayati.ac.id Internet	86 words — 2%
6	repository.widyatama.ac.id Internet	82 words — 2%
7	dspace.uui.ac.id Internet	81 words — 2%
8	eprints.umk.ac.id Internet	56 words — 1%
9	Abdul Aziz Nugraha Pratama. "PENGARUH SPIRITUALITAS, INTELEKTUALITAS, DAN	12 words — < 1%

PROFESIONALISME TERHADAP KINERJA DOSEN STAIN SALATIGA", INFERENSI, 2014

Crossref

EXCLUDE QUOTES OFF
EXCLUDE
BIBLIOGRAPHY OFF

EXCLUDE MATCHES OFF