



Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2018-2020)

The Effect Of Profitability, Leverage, Company Size, And Company Age On The Disclosure Of Corporate Social Responsibility (CSR) (Empirical Study of Mining Companies Listed on the IDX in 2018-2020)

Siti Aliyah¹⁾, Moch Aminudin²⁾, Rosa Maulidyah Santi³⁾

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Unisnu Jepara¹⁾ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Unisnu Jepara²⁾³⁾
Staliyah10@gmail.com¹⁾, amin2udin@unisnu.ac.id²⁾ 181120002248@unisnu.ac.id³⁾

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of profitability, leverage, company size, and company age on the disclosure of corporate social responsibility (CSR) in mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2018-2020.

This study uses a quantitative type of research. The type of data used in this study is secondary data, namely data obtained indirectly through intermediary media (obtained and recorded by other parties). The population in this study were all mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2018-2020 and the sample was taken using a purposive sampling technique which was selected based on predetermined criteria. The method used in this research is multiple linear regression analysis method.

The results in the study show that profitability has a positive significant effect on the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR), Leverage has no effect on the disclosure Corporate Social Responsibility (CSR), Company Size has no effect on the disclosure Corporate Social Responsibility (CSR), and Company Age has a positive significant effect on the disclosure Corporate Social Responsibility (CSR).

Keywords: Profitability, Leverage, Company Size, Company Age Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR)

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR) pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek indonesia (BEI) tahun 2018-2020.

Penelitian ini menggunakan penelitian jenis kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek indonesia (BEI) tahun 2018-2020 dan sampel diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling yang dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda.

Corresponding author:

Siti Aliyah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

staliyah10@gmail.com

Hasil dalam penelitian menunjukkan Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), Leverage tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), dan Umur Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR).

Kata Kunci: Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan
Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

ISSN: 2828-6499 (online)

DOI: <https://doi.org/10.34001/jra.v6i2.436>

PENDAHULUAN

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi terlihat dari perkembangan industri di Indonesia yang semakin pesat hal ini berdampak pada kompleksnya kegiatan operasional dan tanggung jawab perusahaan Tanggung jawab yang diberikan perusahaan terhadap para *stakeholder* ini menimbulkan adanya istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR dapat didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi jangka panjang melalui kerja sama dengan karyawan, keluarga, dan masyarakat sekitar untuk meningkatkan kualitas hidup (Sunaryo & Mahfud, 2016).

Fenomena perkembangan isu mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) cukup populer di Indonesia. Hal ini dilatarbelakangi oleh kasus-kasus yang muncul akibat perusahaan tidak memperhatikan aspek sosial dan tata kelola yang sehat, seperti kasus pencemaran lingkungan karena sumber daya yang tidak mencukupi, pencemaran limbah yang buruk, buruknya kualitas produk, dan keamanan produk, penyalahgunaan investasi, pelanggaran adat maupun kesenjangan sosial dan ekonomi yang terjadi. PT Freeport Indonesia merupakan salah satu contoh yang menunjukkan kurangnya tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat sekitar yang terkena dampak eksploitasi pertambangan. Dampak pencemaran lingkungan terhadap masyarakat sangatlah serius seperti halnya Kasus pencemaran lingkungan oleh PT Lapindo akibat dari kegiatan bisnisnya delapan desa terendam lumpur. Dari beberapa fenomena diatas, apabila suatu perusahaan tidak dapat mengatur dengan baik mengenai masalah sosial dan lingkungan, hal ini memberikan dampak yang begitu besar bahkan yang tujuannya mencari keuntungan dalam bisnis justru mengalami kerugian. Sehingga, menyebabkan kurangnya kesadaran perusahaan dalam mengungkapkan Corporate Social Responsibility.

CSR semakin diperkuat setelah diterbitkannya peraturan pemerintah UU Perseroan Terbatas No 40 tahun 2007 Pasal 74, perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dalam bidang dan/atau yang berhubungan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Selanjutnya, keputusan Badan Pengawas Modal dan Lembaga Keuangan No. KEP-134/BL/2006 mewajibkan perusahaan publik untuk menyampaikan laporan tahunan yang memuat penjelasan tentang tindakan dan pengeluaran yang terkait dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Berdasarkan dari penelitian terdahulu terdapat berbagai faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*. Faktor pertama yang diduga dapat berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* adalah profitabilitas. Sari (2012) menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas yang tinggi menggambarkan suatu perusahaan memiliki kemampuan menghasilkan laba yang baik, sehingga perusahaan mampu meningkatkan tanggung jawab sosial dan mengungkapkannya dalam laporan tahunan secara lebih luas. .

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) adalah *leverage*. *Leverage* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar aset perusahaan dibiayai oleh utang (Kasmir, 2016). Perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi memiliki total hutang yang lebih besar dari total ekuitas, hal ini menyebabkan bertambahnya beban perusahaan terhadap kreditur. Sehingga perusahaan berusaha untuk tidak melaporkan CSR, hal ini dilakukan agar perusahaan dapat menghemat biaya karena untuk melakukan kegiatan dan pengungkapan CSR dibutuhkan biaya yang sangat besar, maka dari itu disimpulkan *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) (Yanti, Endiana, dan Pramesti, 2021).

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) adalah ukuran perusahaan. ukuran perusahaan adalah skala yang digunakan untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Semakin besar suatu perusahaan maka informasi yang diungkap semakin luas, sebaliknya jika perusahaan yang lebih kecil maka informasi yang diungkap lebih sempit. Hal ini dikarenakan bahwa perusahaan besar sering menjadi emiten yang disorot publik, karena pengungkapan yang lebih luas dapat mengurangi biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Vivian, dkk, 2020).

Faktor keempat yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) adalah umur perusahaan. Umur perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengatasi kesulitan dan hambatan yang dapat mengancam kehidupan, serta menunjukkan bahwa perusahaan mampu dalam mengambil peluang dalam lingkungannya untuk mengembangkan usaha (Sunaryo dan Mahfud, 2016). Semakin lama perusahaan berdiri menunjukkan bahwa masyarakat semakin percaya diri dalam hal peningkatan laba dan citra baik yang diungkapkan perusahaan sejak perusahaan tersebut berdiri. Sehingga semakin lama perusahaan tersebut berdiri, maka semakin banyak pengetahuan dalam memberikan informasi pengungkapan *corporate social responsibility* (Vivian, dkk, 2020).

Pada penelitian ini, peneliti memilih perusahaan pertambangan untuk dijadikan sebagai objek penelitian. Karena perusahaan sering kali dianggap berbahaya bahkan dapat merugikan masyarakat disekitar, hal ini menunjukkan bahwa dalam melakukan kegiatan operasionalnya perusahaan pertambangan meliputi penyelidikan umum, eskploitasi, studi kelayakan, kontruksi, penambangan, pengelolaan, pemurnian, pengangkutan dan penjualan serta kegiatan tambang yang lain. Oleh karena itu, kegiatan pertambangan tersebut merupakan kegiatan yang bergerak di bidang pemanfaatan sumber daya alam sebagai bahan baku. Dimana secara langsung maupun tidak langsung hal ini berpengaruh terhadap lingkungan sekitar.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Stakeholder

teori *stakeholder* adalah teori yang menegaskan bahwa perusahaan bukanlah industri yang beroperasi untuk kepentingan pribadi, tetapi harus memberikan manfaat bagi para *stakeholder* (Suci dkk, 2017). Teori *stakeholder* berpendapat bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab sosial untuk membuat keputusan manajemen yang mempertimbangkan *stakeholder* selain pemegang saham (Yusuf, 2017). Berdasarkan pernyataan diatas, perusahaan selalu mempunyai hubungan dengan *stakeholder*-nya. Perusahaan harus tetap

berhubungan bekerja dengan *stakeholder* dan menerapkannya dalam kerangka kebijakan keputusan yang membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya (yaitu stabilitas bisnis dan memastikan operasi terus menerus). Salah satu strategi untuk membangun hubungan yang harmonis adalah dengan melaksanakan dan mengungkap tanggung jawab sosial perusahaan atau corporate social responsibility sesuai dengan peraturan.

Teori Legitimasi

Legitimasi perusahaan adalah sesuatu yang diberikan masyarakat pada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat (Sriayu dan Mimba, 2013). Teori legitimasi adalah teori yang mengemukakan bahwa CSR merupakan tekanan terhadap kekuatan lingkungan yang berhubungan dengan kekuatan sosial, politik dan ekonomi Yusuf (2017). Menurut teori legitimasi, cara yang dilakukan perusahaan agar diterima oleh masyarakat yaitu dengan cara melakukan pengungkapan kegiatan sosial. Pengungkapan kegiatan sosial dapat berupa CSR merupakan suatu kegiatan yang semaksimal mungkin memperhatikan lingkungan sosial dan seluruh kegiatan perusahaan sehingga setiap kegiatan perusahaan mendapat dukungan dari masyarakat sekitar.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah kewajiban perusahaan untuk membangun hubungan baik dengan masyarakat sekitar sebagai akibat dari kegiatan operasional perusahaan dengan cara memperbaiki berbagai kerusakan lingkungan dan kesenjangan sosial (Setyowati, 2014). *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan tanggung jawab organisasi atas dampak dari keputusan dan kegiatannya terhadap masyarakat dan lingkungan melalui perilaku yang transparan dan etis, kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan kepentingan *stakeholder*; sesuai dengan hukum yang berlaku dan konsisten terhadap norma-norma internasional; serta terintegrasi seluruh kegiatan organisasi secara menyeluruh (ISO 26000:2010 *Guidance on Social Responsibility*). Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Menurut Hadi (2011) menyatakan bahwa prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility (CSR)* diantaranya adalah :

1. Sustainability yaitu berkaitan dengan bagaimana cara perusahaan dalam melakukan aktivitas (action) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumber daya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan
2. Accountability merupakan upaya sebuah perusahaan secara terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas apa yang dilakukan. Apabila aktivitas perusahaan Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal
3. Transparency merupakan prinsip yang sangat penting untuk pihak eksternal. Transparansi mengacu pada pelaporan kegiatan perusahaan

Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Pengungkapan (disclosure) yang didefinisikan sebagai penyajian informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien (Hery, 2012). Tujuan pengungkapan yaitu untuk memberikan informasi yang dianggap perlu untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan dan untuk memenuhi kebutuhan berbagai pihak dengan kepentingan yang berbeda (Suwardjono, 2005). Pengungkapan *corporate social*

responsibility dapat diukur dengan jumlah item yang diungkapkan perusahaan j dibagi dengan jumlah item untuk perusahaan (Yovana dan Kadir, 2020).

Profitabilitas

Profitabilitas adalah keahlian mendapatkan laba oleh perusahaan dengan periode tertentu yaitu rasio rasio *net profit before tax* (rasio laba bersih) setelah *tax on total assets* (pajak terhadap total aset) (Setyowati, 2014). Rasio profitabilitas memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan maupun pendapatan investasi (Kasmir, 2013). Jenis-jenis rasio profitabilitas yang bisa digunakan yaitu margin laba operasi (*operating profit margin*), margin laba kotor (*gross profit margin*), margin laba bersih (*net profit margin*), *return on asept* (ROA), *return on equity* (ROE) dan *return on investment* (ROI). Tolak ukur tingkat profitabilitas dalam penelitian ini yaitu ROA (*Return On Assets*).

return on Asset (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset (Hery, 2015). bahwa profitabilitas menjadi faktor yang dapat menarik para investor untuk menanamkan sahamnya ke sebuah perusahaan. Apabila suatu perusahaan memiliki profit yang tinggi, hal ini akan mengundang banyak investor yang datang ke perusahaan tersebut, sehingga diperlukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih besar (Permatasari, 2014). Variabel profitabilitas diukur dengan laba bersih setelah pajak dibagi dengan total aktiva atau aset. Adapun rumus return on asset sebagai berikut:

$$ROA = \text{Laba Bersih Setelah Pajak} \times \frac{100\%}{\text{Total Aset}}$$

Leverage

Leverage adalah pengukuran terhadap ketergantungan suatu perusahaan dengan kreditur dalam pembiayaan aset (Setyowati, 2014). *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar aset perusahaan dibiayai dengan utang. Jenis-jenis ratio leverage adalah ; *debt to asset ratio*, *times interest earned*, *debt to equity ratio*, *long term debt to equity ratio* dan *fixed charge coverage*. (Kasmir, 2016) Perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi adalah perusahaan yang sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya sehingga perusahaan akan sebisa mungkin melaporkan laba yang tinggi dan mengurangi biaya-biaya yang lebih termasuk biaya untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan perusahaan dengan tingkat *leverage* rendah adalah perusahaan yang lebih banyak membiayai sendiri aset perusahaannya sehingga perusahaan memiliki biaya yang cukup untuk melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial (Permatasari, 2014).

Leverage digunakan untuk mengetahui besarnya perbandingan anatara jumlah dana yang disediakan oleh pihak kreditor dengan dana dari pemilik perusahaan.

Rasio *leverage* dapat dihitung sebagai berikut:

$$DER = \text{Total hutang} \times \frac{100\%}{\text{Total Ekuitas}}$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah nilai yang menunjukkan besar atau kecilnya. Menurut UU Republik Indonesia No. 20 (2008) apabila perusahaan memiliki total aset lebih dari 10M dan penjualan melebihi 50 M maka perusahaan tersebut dibilang perusahaan besar, sedangkan perusahaan yang memiliki total aset dari 50-500 jt dan penjualan lebih dari 300 jt – 2,5M maka perusahaan tersebut dibilang perusahaan kecil. (Butar dan Sudarsi dalam Suci dkk, 2017).

salah satu variabel yang digunakan untuk menjelaskan perubahan pengungkapan dalam laporan tahunan adalah ukuran perusahaan. Sebagai ukuran untuk menjelaskan kebijakan CSR perusahaan, ukuran perusahaan dapat didefinisikan dalam bentuk total aset, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Perusahaan yang memiliki ukuran besar cenderung bertahan lama daripada perusahaan yang memiliki ukuran kecil, karena perusahaan yang besar memiliki sumber daya yang besar (Rifqiyah, 2016).

Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur menggunakan total aset yang dimiliki oleh perusahaan, artinya ukuran perusahaan ditentukan dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Rumus yang digunakan untuk menghitung ukuran perusahaan adalah:

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

Sumber : (Ali dan Atan, 2013)

Umur Perusahaan

Umur perusahaan atau disebut *company age* adalah seberapa lama perusahaan berdiri diukur sejak awal berdirinya sebuah perusahaan hingga periode penelitian. Umur perusahaan dapat memperlihatkan kekuatan perusahaan untuk mengatasi kesulitan dan hambatan yang berpotensi mengancam kehidupan perusahaan, serta kemampuannya memanfaatkan peluang di lingkungan sekitar (Sunaryo dan Mahfud, 2016). Dari sini dapat disimpulkan bahwa umur perusahaan merupakan jumlah tahun dimana perusahaan tersebut beroperasi dan bertahan.

Rumus yang digunakan untuk menghitung umur perusahaan adalah:

$$\text{Umur perusahaan} = \text{dihitung mulai perusahaan berdiri sampai periode penelitian}$$

Sumber : (Vivian dkk, 2020)

METODE

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Analisis data yang digunakan bersifat kuantitatif atau bisa diukur dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan sebelumnya (Sugiyono, 2018). Dalam hal ini penulis menggunakan metode kuantitatif, karena penelitian mengacu pada perhitungan data yang berupa angka yang digunakan dalam meneliti sampel dan populasi.

Variabel dependen atau sering disebut dengan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) statistik yang digunakan Sugiyono, 2018). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Variable bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya

atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2018). Variabel bebas yang akan diuji dalam penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui studi kepustakaan yang didapat melalui laporan publikasi berupa laporan keuangan Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018 – 2020. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018) Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018-2020 berjumlah 47 perusahaan.

Teknik pengambilan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria dalam penelitian ini adalah:

1. Semua perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2018 sampai 2020.
2. Perusahaan pertambangan yang menerbitkan laporan tahunan dari tahun 2018 sampai 2020.
3. Perusahaan pertambangan yang laporan keuangan menggunakan mata uang rupiah.
4. Perusahaan pertambangan yang mengungkapkan *corporate social responsibility* pada tahun 2018-2020.

Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh sampel sebanyak 13 perusahaan. Dari 13 sampel tersebut, tercatat ada 3 tahun data yang digunakan dalam penelitian yaitu tahun 2018 sampai dengan 2020 yang kemudian digunakan sampel sebanyak 39 perusahaan untuk diolah.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistic deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis menggunakan Uji t yang diolah dengan menggunakan software SPSS.

HASIL

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan pada sampel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu statistik dari laporan keuangan tahunan 13 Perusahaan Pertambangan yang yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018-2020 berjumlah 47 data perusahaan.

Tabel 1. Statistik Deskriptif Descriptive Statistics

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| ROA | 39 | -1.538 | 1.776 | .072 | 392.501 |
| DER | 39 | -5.370 | 5.945 | 1.013 | 1734.590 |
| SIZE | 39 | 6.753 | 12.996 | 10.997 | 1841.105 |
| AGE | 39 | 3 | 52 | 29 | 15.450 |
| CSRI | 39 | .538 | .846 | .704 | 80.259 |
| Valid N (listwise) | 39 | | | | |

Sumber: Data sekunder diolah (2022)

Berdasarkan hasil pengolahan statistik deskriptif diketahui bahwa nilai minimum *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah 0.538 dengan nilai maximum sebesar 0.846 dan rata-rata (mean) sebesar 0.704, sedangkan standart deviasi sebesar 80.259 yang artinya selama periode 2018-2020 ukuran peningkatan dari variabel CSR adalah sebesar 80.259 Hasil analisi deskriptif tersebut menunjukkan nilai standar deviasi lebih besar dari pada nilai mean, yang berarti data bersifat heterogen sehingga mengindikasikan penyebaran datanya bervariasi dan penyimpangan data yang terjadi tinggi.

Uji Asumsi klasik

Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas di dalam keduanya mempunyai distribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas residual dalam penelitian ini dilakukan untuk menganalisis uji statistic *Non-parametric Kolmogorov-Smirnov* (K-S), yaitu jika nilai signifikansi $> 0,05$ menunjukkan model tersebut berdistribusi normal, begitupun sebaliknya, jika nilai signifikansi $< 0,05$ model tersebut tidak berdistribusi normal.

**Tabel 2. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

| | | CSRI |
|----------------------------------|----------------|-------------------|
| N | | 39 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | 6.5494 |
| | Std. Deviation | .11489 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .118 |
| | Positive | .118 |
| | Negative | -.111 |
| Test Statistic | | .118 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .187 ^c |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data sekunder diolah (2022)

Berdasarkan hasil tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji one sample kolmogorov test untuk uji distribusi data normal, nilai Kolmogorov test sebesar 0.118 dan nilai asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.187 sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi data mengikuti pola distribusi normal karena nilai Sig 0.187 $> 0,05$.

Uji Multikolonieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah ada korelasi (hubungan) antara variabel independen (bebas) dalam model regresi tersebut. Model tersebut dapat dikatakan bebas multikolinieritas jika nilai *Tolerance* lebih dari $> 0,10$ dan nilai VIF kurang dari < 10 . Pengujian multikolonieritas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Uji multikolonieritas Coefficients^a

| Model | Collinearity Statistics | |
|--------------|-------------------------|-------|
| | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | | |
| ROA | .805 | 1.243 |
| DER | .859 | 1.164 |
| SIZE | .750 | 1.333 |
| AGE | .803 | 1.245 |

a. Dependent Variable: CSRI

Sumber : Data sekunder diolah (2022)

Berdasarkan table diketahui bahwa nilai tolerance dari profitabilitas yaitu sebesar 0,805, nilai tolerance dari *leverage* sebesar 0,859, nilai tolerance dari ukuran perusahaan yaitu sebesar 0,750, dan nilai tolerance dari umur perusahaan sebesar 0,803. Hal ini menunjukkan bahwa masing–masing variabel independen mempunyai nilai tolerance lebih besar dari 0,10. Sedangkan nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) dari masing – masing variabel independen mempunyai nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) lebih kecil dari 10,00 yang artinya tidak terjadi multikolonieritas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sekarang (t) dengan kesalahan pengganggu periode sebelumnya t-1). Untuk mendeteksi ada atau tidak adanya autokorelasi maka dapat digunakan model pengujian yaitu dengan uji Durbin-Watson (DW-test).

Tabel 4. Uji Autokorelasi Uji Durbin-Watson (DW-Test)

| Model Summary ^b | | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | .350 ^a | .322 | .493 | 83.98100 | 2.144 |

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

b. Dependent Variable: CSRI

Sumber: Data sekunder diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.5, diperoleh hasil uji Durbin – Watson adalah 2.144 dengan jumlah sampel data (n) 39 dan jumlah variabel bebas (k) 4 maka diperoleh nilai dL 1,2734 dan nilai dU 1,7215. Hasil Durbin Watson 2.144 berada diantara nilai dU (1,7215) dan 4-du (2,2785) atau $dU < DW < 4-dU$ ($1,7215 < 2.144 < 2,2785$). Jadi dapat disimpulkan bahwa hasil ini tidak terjadi masalah autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2016). Apabila

koefisien signifikansi (nilai probabilitas) lebih besar dari nilai tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Uji Glejser

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 255.892 | 465.048 | | .550 | .586 |
| | ROA | 3.639 | 4.806 | .139 | .757 | .454 |
| | DER | 5.770 | 5.067 | .203 | 1.139 | .263 |
| | SIZE | -27.652 | 47.016 | -.112 | -.588 | .560 |
| | AGE | 3.788 | 11.775 | .059 | .322 | .750 |

a. Dependent Variable: ABRESID

Sumber: Data sekunder diolah (2022)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.6, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi profitabilitas sebesar 0,454, *leverage* sebesar 0,263, ukuran perusahaan sebesar 0,560 dan umur perusahaan sebesar 0,750. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen mempunyai nilai koefisien signifikansi lebih dari 0,05 yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui hubungan antara profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan terhadap Indeks CSR. Pada penelitian ini menggunakan data sekunder yang artinya penentuan pada koefisien regresi di tetapkan pada kolom *Unstandardized Coefficients* dari tabel *Coefficients*. Berikut hasil yang terdapat pada tabel hasil Uji Regresi Berganda,

Tabel 6. Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 7.789 | 1.245 | | 2.159 | .000 |
| | ROA | .312 | .239 | .260 | 2.310 | .000 |
| | DER | .104 | .109 | .096 | .499 | .621 |
| | SIZE | .103 | .109 | .079 | .382 | .705 |
| | AGE | .319 | .271 | .161 | 2.298 | .000 |

a. Dependent Variable: CSRI

Sumber: Data sekunder diolah (2022)

Dari tabel diatas dapat dirumuskan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 7,789 + 0,312X_1 - 0,104X_2 + 0,103X_3 + 0,319X_4$$

$$CSR = 7,789 + 0,312X_1 - 0,104X_2 + 0,103X_3 + 0,319X_4$$

Uji Hipotesis

Uji parsial (t)

Pada dasarnya uji statistik t dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2016). Pengujian pada penelitian ini menggunakan uji 1 arah dan tingkat signifikansi adalah 0,05. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Bila nilai pada t hitung lebih dari $> t$ tabel maka H_0 ditolak H_a diterima: bila nilai t hitung nilainya kurang dari $< t$ tabel maka H_0 diterima H_a ditolak.
2. Jika probabilitas Sig lebih dari $> 0,05$, maka H_a ditolak. Jika Sig kurang dari $< 0,05$ maka H_a diterima.

Hasil uji parsial dapat dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 7. Uji parsial (t)
Coefficients^a**

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 7.789 | 1.245 | | 2.159 | .000 |
| 1 ROA | .312 | .239 | .260 | 2.310 | .000 |
| DER | .104 | .109 | .096 | .499 | .621 |
| SIZE | .103 | .109 | .079 | .382 | .705 |
| AGE | .319 | .271 | .161 | 2.298 | .000 |

a. Dependent Variable: CSRI

Sumber : Data sekunder diolah (2022)

Hubungan Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pengujian secara parsial variabel profitabilitas menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2,310 > 1,68957$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0.05$ maka H_1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan Pertambangan periode 2018-2020.

Hubungan Leverage terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pengujian secara parsial variabel *leverage* menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $0,499 < 1,68957$ dengan nilai signifikansi $0,621 > 0.05$ maka H_2 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan Pertambangan periode 2018-2020.

Hubungan Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pengujian secara parsial variabel ukuran perusahaan menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $0,382 < 1,68957$ dengan nilai signifikansi $0,705 > 0.05$ maka H_3 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan Pertambangan periode 2018-2020.

Hubungan Umur Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pengujian secara parsial variabel umur perusahaan menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2,298 > 1,68957$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_4 diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel Umur Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan Pertambangan periode 2018-2020.

Uji Model (Uji F)

Uji statistik F atau uji ANOVA bertujuan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel independen secara simultan (bersamaan) terhadap variabel dependen, dengan membandingkan antara nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , maka dapat diketahui apakah variabel independen secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian pada penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5% yaitu 0,05. Berikut adalah hasil uji hipotesis model (Uji F).

Tabel 8. Uji Simultan F ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| 1 | Regression | 5496.858 | 4 | 1374.214 | 4.195 | .000 ^b |
| | Residual | 239283.040 | 34 | 7037.736 | | |
| | Total | 244779.897 | 38 | | | |

a. Dependent Variable: CSRI

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

Sumber : Data sekunder diolah (2022)

Dalam tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} yaitu sebesar 4.195. Berdasarkan uji hipotesis bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $4.195 > 2.65$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka diambil keputusan H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan secara bersama sama berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang diteliti, dalam metode statistik koefisien determinasi dilambangkan dengan huruf R^2 . Variabel bebas dalam penelitian ini berjumlah 3 (tiga) atau lebih dari 2 (dua) yang artinya penentuan nilai koefisien determinasinya dinyatakan dalam kolom *Adjusted R Square* dari tabel Model Summary berikut:

Tabel 9. Koefisien Determinasi Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .350 ^a | .322 | .493 | 83.891 |

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

b. Dependent Variable: CSRI

Sumber: Data sekunder diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.10 diatas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* (R^2) sebesar 0,493 artinya bahwa tingkat *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan Pertambangan periode 2018-2020 dipengaruhi oleh variabel independen yaitu

Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Umur Perusahaan hanya sebesar 49,3% dan sisanya 50,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2,310 > 1,68957$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan Pertambangan periode 2018-2020. Semakin tinggi nilai profitabilitas yang dihasilkan suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula tanggung jawab sosialnya dan semakin komprehensif dapat diungkapkan dalam laporan tahunannya.

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan sebagai alat untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham (Hanafi dan Halim, 2016). Profitabilitas sangatlah penting untuk kelangsungan hidup jangka panjang suatu perusahaan, karena profitabilitas menunjukkan apakah sebuah entitas memiliki prospek yang kuat di masa depan atau tidak. Perusahaan yang memiliki nilai ROA tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dalam kondisi kinerja yang baik dan memiliki posisi persaingan yang kuat. Hal ini akan menyebabkan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) bereaksi untuk mendorong perusahaan melakukan pencapaian usahanya dengan baik dan peduli terhadap tantangan lingkungan dan kemajuan sosial. Implementasi CSR merupakan salah satu jenis implementasi yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi perannya kepada para pemangku kepentingan (*stakeholder*) (Putri dan Bridwan, 2013).

Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Pengujian secara parsial variabel *Leverage* menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $0,499 < 1,68957$ dengan nilai signifikansi $0,621 > 0,05$ maka H_2 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan Pertambangan periode 2018-2020. Hasil penelitian tidak membuktikan hipotesis yang menduga bahwa *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal tersebut dikarenakan untuk melakukan pengungkapan CSR tidak tergantung pada tingkat leverage namun kepekaan perusahaan dalam kepedulian terhadap kegiatan sosial dan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Hasil penelitian tidak membuktikan hipotesis yang menduga bahwa leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Terdapat perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek indonesia (BEI) tahun 2018-2020 dengan tingkat *leverage* tinggi dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) rendah yaitu terdapat pada perusahaan PT Timah Tbk tahun 2018 dengan nilai leverage 1,476 dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) 0,538 dan PT Central Omega Resources Tbk tahun 2020 dengan nilai leverage 2,670 dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) 0,648. Sehingga yang terjadi perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi memilih untuk mengungkapkan CSR lebih sedikit agar dapat melaporkan laba lebih tinggi.

Tinggi atau rendahnya *leverage* perusahaan tidak mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini dapat dilihat ketika jumlah hutang yang dimiliki perusahaan besar, tetapi perusahaan memiliki image yang baik di masyarakat maka perusahaan akan tetap melakukan pengungkapan CSR sebagai bentuk kepedulian sosial dan tanggung jawab perusahaan untuk mempertahankan image tersebut. Namun dapat juga semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang yang biasanya berisi tentang ketentuan bahwa perusahaan harus menjaga tingkat *leverage* tertentu, modal kerja dan ekuitas pemegang saham. Pelanggaran kontrak hutang tersebut dilakukan oleh manajer yang berusaha melaporkan laba sekarang lebih besar daripada laba yang akan datang.

Hasil penelitian sejalan dengan Susanto dan Joshua (2018) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengujian secara parsial variabel Ukuran Perusahaan menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $0,382 < 1,68957$ dengan nilai signifikansi $0,705 > 0,05$ maka H_3 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan Pertambangan periode 2018-2020. Artinya, bahwa besar kecilnya suatu perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hasil penelitian tidak membuktikan hipotesis yang menduga bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Terdapat perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek indonesia (BEI) tahun 2018-2020 dengan tingkat ukuran perusahaan yang besar dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) rendah yaitu terdapat pada perusahaan PT SMR Utama Tbk tahun 2018 sebesar 12,281 dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) 0,560 dan PT Citatah Tbk tahun 2018 sebesar 11,867 dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) 0,593. Hal ini dikarenakan tanggung jawab sosial perusahaan bukan lagi menjadi sekedar kegiatan, tetapi merupakan sebuah kewajiban bagi perusahaan yang berguna untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan, sehingga besar kecilnya ukuran perusahaan tidak mempengaruhi besarnya tingkat tanggung jawab sosial. Oleh sebab itu baik perusahaan besar maupun perusahaan yang kecil diharapkan bisa melaksanakan pengungkapan CSR yang lebih baik. Harapannya size perusahaan baik besar maupun kecil agar turut menciptakan iklim penerapan kegiatan CSR dengan baik. Besar atau kecilnya suatu perusahaan tidak mempengaruhi luasnya pengungkapan informasi salah satunya pengungkapan CSR. Besar kecilnya ukuran perusahaan atau berapapun asset yang dimiliki perusahaan tidak akan menurunkan atau meningkatkan luas pengungkapan laporan pertanggungjawaban sosialnya. Perusahaan besar tidak akan selalu melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial lebih banyak agar mempunyai pengaruh pada pihak-pihak internal maupun eksternal yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan. Perusahaan kecil pun juga melakukan pengungkapan kegiatan CSR dengan baik guna pelaksanaan tanggung jawab sosialnya untuk dilingkungan di sekitar operasional usahanya bergerak.

Hasil penelitian sejalan dengan Kurniawan dan Yuniarta (2020) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengujian secara parsial variabel Umur Perusahaan menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2,298 > 1,68957$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_4 diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel Umur Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan Pertambangan periode 2018-2020. Semakin lama perusahaan berdiri, maka perusahaan mempunyai pengalaman serta pengetahuan mengenai informasi yang dibutuhkan perusahaan. Hasil penelitian membuktikan hipotesis yang menduga bahwa Umur Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Dalam penelitian ini umur perusahaan PT Ratu Prabu Energi Tbk yang merupakan salah satu sampel penelitian mempunyai untuk tahun 2018 – 2020 dengan *indeks Corporate Social Responsibility* (CSR) cenderung menurun hingga sebesar 0,704. Kemudian pada perusahaan PT Kapuas Prima Coal 2018-2020 menunjukkan tingkat umur perusahaan yang tinggi mengalami penurunan pada *indeks Corporate Social Responsibility* (CSR) hingga sebesar 0,703.

Umur perusahaan atau disebut *company age* adalah seberapa lama perusahaan berdiri yang dihitung sejak berdirinya sebuah perusahaan sampai periode penelitian. Umur perusahaan adalah durasi waktu dimulainya perusahaan beroperasi dan bertahan dalam aktivitas bisnisnya (Rina, Satri dan Subur, 2021). Semakin lama perusahaan berdiri maka perusahaan akan semakin memiliki pengalaman dan pengetahuan mengenai apa yang dibutuhkan serta mengerti informasi apa yang sebaiknya diungkapkan. Dalam hal ini informasi tersebut dapat memberikan pengaruh positif untuk perusahaan yang juga menunjukkan hubungan positif dengan pengungkapan sukarela karena perusahaan yang telah lama berdiri dinilai lebih mengerti pentingnya tanggung jawab sosial tersebut dilaksanakan serta lebih luasnya pengalaman yang dimiliki dan perusahaan akan lebih mengetahui kebutuhan komitmen informasi yang diperlukan kepada shareholder daripada perusahaan yang baru saja didirikan. Hasil penelitian sejalan dengan Nurainun dan Lani (2018) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan bahwa secara parsial dalam penelitian ini didapatkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan Pertambangan periode 2018-2020. semakin tinggi nilai profitabilitas yang dihasilkan oleh suatu perusahaan, maka diharapkan perusahaan mampu untuk meningkatkan tanggung jawab sosial dan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan secara luas.

Secara parsial dalam penelitian ini didapatkan bahwa Leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan Pertambangan periode 2018-2020. Perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi memiliki total hutang yang lebih besar dari total ekuitas, hal ini menyebabkan bertambahnya beban perusahaan terhadap kreditur. Sehingga perusahaan berusaha untuk tidak melaporkan CSR. Secara parsial Ukuran Perusahaan juga tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan Pertambangan periode 2018-2020.

Perusahaan yang besar memiliki biaya keagenan yang cukup besar sehingga informasi yang diungkapkan lebih luas dan dapat mengurangi biaya keagenan yang dikeluarkan. Berdasarkan koefisien regresi Umur Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan Pertambangan periode 2018-2020. Lama perusahaan berdiri, maka perusahaan mempunyai pengalaman serta pengetahuan mengenai informasi yang dibutuhkan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. A., & Atan, R. H. (2013). The Relationship Between Corporate Governance And Corporate Social Responsibility Disclosure: A Case Of High Malaysian Sustainability And Global Sustainability Companies. *South East Asia Journal Of Contemporary Business, Economics, And Law*, 39-48.
- Awuy, V. P., Sayekti, Y., & Purnamawati, I. (2016). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Earnings Response Coefficient (Erc) (Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2013. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 15-26.
- Bangun, N., & Diana, L. (2017). Pengaruh Umur Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Manufaktur. 1-15.
- Ghazali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program* (Kedelapan Ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23* (8 Ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanafi, M. M., & Halim, A. (2016). *Analisis Laporan Keuangan (Edisi Kelima)*. Yogyakarta: Upp Stim Ykpn.
- Herry. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Caps (Center Of Academic Publishing Service).
- Hery. (2012). *Akuntansi Dan Rahasia Dibaliknya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Istifaroh, A., & Subardjo, A. (2017, Juni). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 2-18.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kholilah, N. A., & Iramani, R. (2013). Studi Financial Management Behavior Pada Masyarakat Surabaya. *Journal Of Business And Banking*, 3(1), 69-80.
- Kurniawan, K., & Yuniarta, G. (2020, Juni). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Dan Risk Minimization Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 11, 12-23.

- Martini, N. R., Pradnyanitasari, P. D., & Saputra, K. A. (2019). *Akuntansi Sosial Dan Lingkungan.Pdf (Edisi Pertama)*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka.
- Mudah, K. M., & Retnani, E. D. (2020, April 4). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Sales Growth Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9, 1-20.
- Oviliana, R. D., Wijaya, S. Y., & Subur. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Csr. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 1187-1198.
- Oviliana, R. D., Wijaya, S. Y., & Subur. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Csr. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 1187-1198.
- Permatasari, H. D. (2014). Pengaruh Leverage Tipe Industri, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility (Csr). 1-56.
- Putri, R. W., & Baridwan, Z. (2013). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Pada Tahun 2010-2012. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 2.
- Republik, I. (2007). *Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas*. Jakarta.
- Rindawati, M. W. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Kepemilikan Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 4, 1-15.
- Rofiqkoh, E. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 1-18.
- Santoso, T. R., & Budiasih, I. A. (2021). The Effect Of Profitability, Leverage And Liquidity On Corporate Social Responsibility Disclosures (Study On Food And Beverage Sub-Sector Manufacturing Companies Listed On The Indonesia Stock Exchange For The 2017-2019 Period). *American Journal Of Humanities And Social Sciences Research (Ajhssr)*, 5(4), 372-379.
- Saputra, K. A., Martini, N. P., & Pradnyanitasari, P. D. (2019). *Akuntansi Sosial Dan Lingkungan.Pdf*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka.
- Sari , T. S., Yuliandari, W. S., & Nurbaiti, A. (2017). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Profesionalisme Akuntansi Menuju Sustainable Business Practice*, 127-136.
- Sari, R. A. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. 1, 109-111.

- Sembring, E. R. (2005). Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta. 379-395.
- Setyowati, E. (2014). Engaruh Kepemilikan Manajemen, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Dewan Komisaris Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Di Bei Tahun 2011-2013. *Universitas Dian Nuswantoro*.
- Sriayu , G. A., & Mimba, N. P. (2013). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *E-Jurnal Akuntansi*, 2, 326-344.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Jl. Gegerkalong Hilir No. 84 Bandung: Alfabeta.
- Sunaryo, B. A., & Mahfud, M. K. (2016). Pengaruh Size, Profitabilitas Leverage Dan Umur Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bei Tahun 2010 – 2013). *Diponegoro Journal Of Management*, 5, 1-14.
- Susanto, Y. K., & Joshua, D. (2018, Desember). Pengaruh Tata Kelola Perusahaan Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 2, 572-590.
- Suwardjono. (2005). *Teori Akuntansi: Perekayasa Pelaporan Keuangan. Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Bpfe Yogyakarta.
- Untung , H. B. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Grafika Offset.
- Utami, S., & Prastiti, S. D. (2011). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Social Disclosure. *Jurnal Ekonomi Bisnis* 16(1), 63-69.
- Vivian, Wijaya, Y., Charlie, F., Winnie, Devi, & Rahmi, N. U. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2014-2018. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Akuntansi)*, 257-274.
- Yanti, N. K., Made, I. E., & Asri, I. P. (2021, Februari). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Kharisma*, 3, 42-51.
- Yovana, D. G., & Kadir, A. (2020, April). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr). *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 21, 15-24.
- Yusuf, M. Y. (2017). *Islamic Corporate Social Responsibility (I-Csr) Pada Lembaga Keuangan Syariah (Lks) Teori Dan Praktik*. Kencana, Jakarta: Pt Balebat Dedikasi Prima