

PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, *MEDIA EXPOSURE*, LIKUIDITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Crystal Nancy Rosok

Alumni UPN “Veteran” Yogyakarta; *E-mail* : crystalrosok@gmail.com

Sri Astuti

UPN “Veteran” Yogyakarta; *E-mail* : toeti_2003@yahoo.com

ABSTRACT

This study aimed to examine the effects of profitability, leverage, media exposure, liquidity, and firm size on the disclosure of social responsibility. The samples in this study using purposive sampling of mining companies listed on the Indonesian Stock Exchange (BEI) in 2012-2014. Populations used as many as 42 companies and samples used as many as 35 companies. The method used multiple linear regression analysis. The results of this study proved that profitability, leverage, media exposure, and liquidity does not affect the disclosure of social responsibility. As for firm size affect on the disclosure of social responsibility.

Keyword: *profitability, leverage, media exposure, liquidity, firm size, disclosure of social responsibility*

1. PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia bisnis dan ekonomi yang semakin ketat dan terus mengalami perkembangan membuat suatu perusahaan berusaha meningkatkan nilai perusahaan. Tujuan utama dari perusahaan adalah memaksimalkan kemakmuran dan keuntungan bagi para pemegang sahamnya. Perusahaan selalu berusaha untuk mempertahankan keunggulan bisnisnya untuk meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham. Dengan jaminan kesejahteraan tersebut, para pemegang saham pun tidak akan ragu menanamkan modalnya.

Perusahaan dianggap banyak memberi keuntungan bagi masyarakat, seperti memberikan kesempatan kerja, menyediakan barang konsumsi, jasa, membayar pajak, memberi sumbangan, dan lain-lain. Namun dibalik itu semua, keberadaan perusahaan ternyata juga banyak menimbulkan berbagai persoalan sosial dan lingkungan, seperti: polusi udara, keracunan, kebisingan, diskriminasi,

pemaksaan, produksi makanan haram serta bentuk *negative externalities* lain (Harahap, 2001) dalam Kurniawati (2013).

Perkembangan dunia usaha saat ini menuntut perusahaan untuk meningkatkan perhatiannya kepada lingkungan sosial. Perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal tetapi juga karyawan, konsumen, masyarakat, dan lingkungannya. Atas tuntutan tersebut serta adanya perkembangan teknologi dan informasi saat ini, perusahaan harus melakukan perubahan terhadap tanggung jawab sosial atau dikenal dengan CSR (*corporate social responsibility*).

Kegiatan perindustrian tidak hanya ditopang oleh adanya sumber daya manusia saja melainkan juga sumber daya alam. Hal itu dikarenakan bahan baku yang digunakan oleh pabrik-pabrik berasal dari alam. Seiring dengan perkembangan teknologi, berbagai sumber daya alam seperti pohon, tumbuhan, bahan tambang, air, tanah serta binatang-binatang yang mendiaminya, dalam waktu

singkat berubah menjadi tumpukan kertas, bahan bakar mesin, lahan perkebunan, lahan pertanian, serta produk makanan atau minuman jadi yang diproduksi secara besar-besaran. Akibatnya, alam menjadi tidak seimbang karena dieksploitasi dan dicemari.

Lingkungan yang bersih, aman, dan tertata merupakan kondisi lingkungan yang diinginkan setiap orang. Demi mewujudkan hal tersebut yang diperlukan tidak hanya peran serta masyarakat umum dan pemerintah namun juga memerlukan partisipasi dari perusahaan-perusahaan. Aktivitas perusahaan berkaitan erat dengan kondisi lingkungan dikarenakan setiap aktivitas perusahaan akan memberikan dampak positif maupun negatif pada lingkungan sekitarnya. Dampak negatif seperti pencemaran lingkungan, pelanggaran Hak Asasi Manusia, ketidakadilan, tindakan sewenang-wenang, dan sebagainya. Hal itu tidak hanya menjadi masalah serius bagi lingkungan tetapi juga bagi masyarakat sekitar yang merasa terganggu dengan adanya kondisi tidak menyenangkan tersebut.

CSR merupakan hal yang penting diungkapkan dalam *Annual Report* perusahaan. Oleh karena itu, seluruh perusahaan di Indonesia semakin dituntut untuk memberikan informasi yang transparan atas aktivitas sosialnya, sehingga pengungkapan terhadap CSR diperlukan peran dari akuntansi pertanggungjawaban sosial.

CSR sudah menjadi suatu hal yang diwajibkan di Indonesia sejak dikeluarkannya Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perseroan yang bidang usahanya di bidang atau terkait dengan bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu, berdasarkan Undang-Undang No. 25 Tahun 2017 Pasal 15 dan 34 tentang Penanaman Modal menyebutkan bahwa perusahaan yang tidak melaksanakan CSR akan dikenakan sanksi administratif berupa peringatan tertulis, pembatasan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha, dan pencabutan kegiatan usaha.

Menurut Grey *et. al.*, (1987) dalam Bawono (2015), pengungkapan CSR adalah proses pengkomunikasian efek-efek sosial dan lingkungan atas tindakan ekonomi perusahaan pada kelompok-

kelompok tertentu dalam masyarakat dan pada masyarakat secara keseluruhan.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Definisi lain dari profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (*profit*) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu (Husnan, 2001 dalam Evandini, 2014). Dengan tingginya profitabilitas yang didapatkan, tentu akan membuka peluang lebih besar kepada perusahaan untuk memberikan kontribusi terhadap lingkungan sosial mereka. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan informasi sosial.

Besar kecilnya profitabilitas tidak akan mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005 dalam Kurniasari & Septriana, 2013). Sedangkan penelitian Fahrizqi (2010) menyatakan bahwa profitabilitas mempengaruhi pengungkapan CSR, sehingga perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi cenderung memberikan pengungkapan sosial yang semakin besar.

Leverage memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat risiko tak tertagihnya suatu utang. Scott (2000) dalam Widyatmoko (2011), semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan CSR supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi. Tinggi rendahnya tingkat *leverage* perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur dan Denies (2012) yang menemukan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Media Exposure (pengungkapan media) adalah penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis media, media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan (Rakhmat, 2004 dalam Respati, 2015).

Perusahaan-perusahaan saat ini telah banyak memanfaatkan media untuk mengkomunikasikan kegiatannya. Salah satu informasi yang bisa dikomunikasikan adalah CSR yang dilakukan perusahaan. Harmoni (2010) dalam Kristi (2013) menyatakan bahwa media adalah sumber daya pada informasi lingkungan, dan pengkomunikasian CSR melalui media akan meningkatkan reputasi di mata masyarakat. Rahayu dan Indah (2015) melakukan penelitian dan menemukan bahwa *media exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan Kristi (2013), menyatakan bahwa *media exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Likuiditas perusahaan adalah suatu kondisi yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mendanai operasional perusahaan dan melunasi hutang jangka pendeknya. Rasio ini digunakan untuk memberikan gambaran mengenai pengaruh ketersediaan dana perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan dengan keuangan yang sehat, kemungkinan akan lebih banyak mengungkapkan informasi CSR dibandingkan dengan perusahaan yang likuiditasnya rendah. Ihsan (2014) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan penelitian Putri dan Yulius (2014) menemukan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang skalanya besar cenderung lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial daripada perusahaan dengan skala kecil. Perusahaan yang besar biasanya memiliki aktivitas yang lebih banyak dan kompleks, mempunyai dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki *shareholder* yang lebih banyak, serta mendapat perhatian lebih dari kalangan publik, maka dari itu perusahaan besar mendapatkan tekanan yang lebih untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Wijaya (2012) menemukan hasil dari penelitiannya bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sedangkan Sari dkk. (2014) menyatakan bahwa

ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Perbedaan penelitian dari setiap variabel di atas membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Faktor-faktor yang digunakan seperti, profitabilitas, *leverage*, *media exposure*, likuiditas, dan ukuran perusahaan. Dalam hal ini peneliti memilih perusahaan pertambangan karena kegiatan bisnisnya yang bersentuhan langsung dengan pemanfaatan sumber daya alam yang berdampak langsung dengan lingkungan.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, *Media Exposure*, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2012-2014)".

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pengungkapan dapat diartikan sebagai pemberian informasi bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan data yang diungkapkan oleh perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosialnya yang meliputi tema lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum.

Profitabilitas

Puspaningrum (2014) berpendapat bahwa profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dalam periode tertentu. Profitabilitas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dapat menarik investor untuk menanamkan dananya guna ekspansi bisnis, sedangkan tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan investor menarik dananya.

Leverage

Leverage yaitu rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjang. Tingkat pengelolaan utang (*leverage*) berkaitan dengan bagaimana perusahaan didanai dan apakah perusahaan didanai lebih banyak menggunakan utang. *Leverage* memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat risiko tak tertagihnya suatu hutang.

Media Exposure

Media Exposure atau pengungkapan media adalah bagaimana perusahaan memanfaatkan media yang tersedia untuk mengkomunikasikan identitas serta informasi mengenai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan (Respati, 2015). Pengungkapan media merupakan alat bagi perusahaan untuk melakukan komunikasi dengan *stakeholder* dalam menyampaikan informasi dan prospek perusahaan

Likuiditas

Likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban yang jatuh tempo tepat pada waktunya; kemampuan memenuhi kewajiban membayar utang dan sebagainya. Kamil dan Antonius (2012) berpendapat bahwa likuiditas merupakan suatu indikator untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan/entitas untuk membayar semua kewajiban jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aset lancar yang tersedia.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil.

Hubungan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Profitabilitas dikatakan baik apabila memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi. Profitabilitas merupakan suatu kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba untuk meningkatkan nilai pemegang saham serta membuat manajemen bebas untuk mengungkapkan CSR kepada pemegang saham. Menurut Sari (2012), sesuai dengan teori agensi, perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Selain itu, tingkat profitabilitas dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan, oleh sebab itu semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka pengungkapan CSR semakin tinggi.

Karina dan Etna (2013), Nurkhin (2010) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini berarti semakin besar profitabilitas perusahaan maka hal tersebut akan memicu perusahaan untuk melaporkan CSR dalam laporan tahunan. Penelitian Suhaenah (2012) dan Sha T. (2014) juga menemukan hasil yang sama bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan penelitian terdahulu maka hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hubungan Leverage terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Perusahaan dengan leverage yang tinggi mempunyai kewajiban lebih untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan leverage yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Purnasiwi, 2011).

Penelitian Suhaenah (2012), Wijaya (2012), Sari dkk. (2014) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini dikarenakan besar kecilnya antara hutang dan aktiva mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan penelitian terdahulu maka hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₂: *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hubungan *Media Exposure* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pengkomunikasian tanggung jawab sosial perusahaan melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Dengan mengkomunikasikan tanggung jawab sosial perusahaan melalui media, diharapkan masyarakat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Sari (2012) menyatakan bahwa media internet merupakan media yang efektif dengan didukung oleh para pemakai internet yang mulai meningkat.

Penelitian yang dilakukan Kristi (2013), Melati P. (2014), dan Ekowati, dkk (2014) menemukan hasil bahwa *media exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Semakin tinggi *media exposure* perusahaan menunjukkan peningkatan reputasi perusahaan dari *stakeholders*, sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial juga akan semakin tinggi. Berdasarkan penelitian terdahulu maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₃: *Media Exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hubungan Likuiditas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Likuiditas dipandang oleh pasar sebagai ukuran kinerja, maka perusahaan yang memiliki likuiditas tinggi perlu mengungkapkan informasi yang lebih rinci untuk menjelaskan kuatnya kinerja dibanding dengan perusahaan yang memiliki likuiditas yang rendah. Syahrir dan

Suhendra (2010) dalam Kamil dan Antonius (2012), menemukan bahwa likuiditas mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan dengan likuiditas yang tinggi akan memberikan sinyal kepada perusahaan yang lain bahwa mereka lebih baik daripada perusahaan lain dengan melakukan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan sosial. Berdasarkan penelitian terdahulu maka hipotesis keempat dalam penelitian ini sebagai berikut:

Penelitian Putri (2014), Ihsan (2014), Saputro dan Linda (2013) menemukan hasil bahwa likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan dengan rasio likuiditas tinggi akan memberikan informasi sosial guna kepada para pembaca untuk menaikkan citra dan menarik minat investor. Berdasarkan penelitian terdahulu maka hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₄: Likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hubungan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Perusahaan dengan ukuran lebih besar, melakukan aktivitas operasional lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat. Evandini (2014), perusahaan yang mempunyai ukuran lebih besar memiliki lebih banyak pemegang saham yang punya perhatian terhadap program sosial yang dilakukan perusahaan dan laporan tahunan merupakan alat yang efisien untuk mengkomunikasikan informasi CSR.

Penelitian Dewiyanti (2015), Utami dan Sawitri (2011), Primadewi dan I Made (2014) menemukan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar akan mendorong perusahaan untuk memberikan informasi yang lebih detail, salah satunya informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan penelitian terdahulu maka hipotesis kelima dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₅: Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap

pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. METODE PENELITIAN

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2014. Populasi yang digunakan sebanyak 42 perusahaan dan sampel yang digunakan sebanyak 35 perusahaan. Dalam menentukan sampel, penulis menggunakan teknik pemilihan sampel berupa *purposive sampling*, sesuai kriteria: (1) Perusahaan pertambangan yang terdaftar berturut-turut dari tahun 2012-2014, (2) Perusahaan pertambangan yang mempublikasikan laporan tahunan dan laporan keuangan tahun 2012-2014, (3) Memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini adalah laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2014. Data diperoleh dari *website* perusahaan dan *website* Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat dua bentuk variabel yang digunakan yaitu variabel dependen dan variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel dependen yang digunakan adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan, variabel independen yang digunakan adalah profitabilitas, *leverage*, *media exposure*, likuiditas, dan ukuran perusahaan.

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab sosial dinilai menurut standar GRI (*Global Reporting Initiative*) versi GRI 3.1 yang diterbitkan tahun 2011. Total item pengungkapan sesuai GRI 3.1 adalah 84 item. Menurut penelitian Rita dkk. (2008), terdapat 6 dimensi pengungkapan CSR, yaitu lingkungan, ekonomi, hak asasi, ketenagakerjaan, tanggung jawab produk, dan kemasyarakatan. Pengukuran

dilakukan dengan cara menjumlahkan setiap item yang diungkapkan oleh perusahaan.

Profitabilitas

Menurut penelitian Sari (2012), pengukuran profitabilitas menggunakan ROA (*Return On Asset*) yang membagi antara laba setelah pajak dengan total aset. ROA mengukur kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimiliki untuk memperoleh laba. Semakin besar nilai ROA menunjukkan perusahaan memiliki kinerja yang bagus dalam menghasilkan laba bersih untuk pengembalian total aset yang dimiliki sehingga berpengaruh terhadap harga saham yang akan naik.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Leverage

Menurut Tandiago (2014), pengukuran *leverage* menggunakan DAR (*Debt to Asset Ratio*) yang membagi total utang dan total aset. Semakin tinggi DAR berarti semakin banyak uang kreditur yang digunakan perusahaan untuk menghasilkan laba. Hal itu menyebabkan perusahaan yang mempunyai beban utang besar, tetapi aset yang dibeli dengan utang tersebut memberi penghasilan yang lebih besar dibanding biaya utangnya sehingga *leverage* mampu menambah laba perusahaan (Kurniawati, 2013).

$$\text{DAR} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}}$$

Media Exposure

Media merupakan alat bagi perusahaan untuk berkomunikasi dengan para *stakeholder*-nya, melalui media perusahaan dapat membagikan informasi yang menurut manajer penting untuk dipublikasikan. Menurut penelitian Nur (2012), pengukuran *media exposure* menggunakan variabel *dummy*, yaitu memberikan nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR di *website* perusahaan dan 0 untuk perusahaan yang

tidak mengungkapkan kegiatan CSR di *website* perusahaan.

Likuiditas

Likuiditas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan yang segera dipenuhi, atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan pada saat ditagih. Semakin tinggi rasio likuiditas, akan semakin baik bagi investor. Berdasarkan teori legitimasi berkeyakinan bahwa kekuatan perusahaan yang ditunjukkan rasio likuiditas akan berhubungan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Almiyanti, 2014). Menurut Nursiam dan Rina (2013), pengukuran likuiditas menggunakan CR (*Current Ratio*) yang membagi total aset lancar dengan total utang lancar.

$$CR = \frac{\text{Total Aset Lancar}}{\text{Total Utang Lancar}}$$

Ukuran Perusahaan

Menurut Arthany (2013), pengukuran ukuran perusahaan dapat dilakukan dengan mentransformasikan total aset perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural. Salah satu tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah ukuran aset dari perusahaan. Perusahaan yang memiliki total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibanding perusahaan

dengan total aset yang kecil (Indirani, 2005 dalam Puspaningrum, 2014).

$$UR = \ln(\text{Total Aset})$$

Metode dan Teknik Analisis Data

Model dan teknik analisis data dalam penelitian ini diestimasi dengan menggunakan metode regresi linier berganda dalam pengujian masing-masing hipotesis. Dalam penelitian ini, model regresi linier berganda yang akan dikembangkan adalah:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Ket:

- Y : Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
- α : Konstanta
- X₁ : Profitabilitas
- X₂ : *Leverage*
- X₃ : *Media Exposure*
- X₄ : Likuiditas
- X₅ : Ukuran Perusahaan
- b₁... b₅ : Koefisien X₁... X₅
- e : *Error*

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of fit*-nya. Secara statistik, ini dapat diukur dari nilai statistik F, dan nilai statistik t. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1

Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean
Pengungkapan CSR	105	11	57	25.55
Profitabilitas	105	-.2137	.3001	.035753
Leverage	105	.0478	1.1128	.498459
Media Exposure	105	0	1	74
Likuiditas	105	.2605	17.3606	2.206791
Ukuran Perusahaan	105	12.6085	29.0229	20.368927
Valid N (listwise)	105			

Sumber: Hasil Olah Data Regresi Linier Berganda, SPSS 17.0

Variabel pengungkapan CSR menunjukkan rata-rata sebesar 25.55. Hal ini berarti bahwa rata-rata perusahaan telah mengungkapkan CSR sebesar 25 item dari 84 item menurut standar GR 3.1. Nilai maximum sebesar 57 dan minimum sebesar 11. Variabel profitabilitas memiliki rata-rata sebesar 0.0357. Hal ini berarti bahwa rata-rata perusahaan mengalami profit sebesar 0.0357. Nilai maximum sebesar 0.3001 dan nilai minimum sebesar -0.2137.

Variabel *leverage* memiliki rata-rata sebesar 0.4984. Hal ini berarti bahwa rata-rata *leverage* perusahaan sebesar 0.4984. Nilai maximum sebesar 1.1128 dan nilai minimum sebesar 0.0478. Variabel *media exposure* memiliki rata-rata sebesar 74. Hal ini berarti bahwa rata-rata perusahaan melakukan pengungkapan media sebesar 74%.

Variabel likuiditas memiliki rata-rata sebesar 2.2067. Hal ini berarti bahwa rata-rata likuiditas perusahaan sebesar 2.2067. Nilai maximum

sebesar 17.3606 dan nilai minimum sebesar 0.2605. Variabel ukuran perusahaan memiliki rata-rata sebesar 20.3689. Nilai maximum sebesar 29.0229 dan nilai minimum sebesar 12.6085.

Analisis Linier Berganda

Pengujian terhadap masing-masing hipotesis yang diajukan dilakukan dengan analisis statistik regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel profitabilitas, *leverage*, *media exposure*, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. penelitian ini menggunakan model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2

Coefficientsa		
Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error
(Constant)	39.589	6.271
Profitabilitas	21.770	12.456
Leverage	.385	5.394
Media Exposure	1.287	2.322
Likuiditas	.367	.574
Ukuran Perusahaan	-.823	.246

Sumber: Hasil Olah Data Regresi Linier Berganda, SPSS 17.0

Dengan memperhatikan model persamaan dan hasil pengujian regresi linier berganda maka didapatkan persamaan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai berikut:

$$Y = 39.589 + 21.770X_1 + 0.385X_2 + 1.287X_3 + 0.367X_4 - 0.823X_5 + e$$

Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 39.589 yang berarti bahwa jika variabel independen yaitu profitabilitas, *leverage*, *media exposure*,

likuiditas, dan ukuran perusahaan tidak ada maka pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan adalah sebesar konstanta 39.589.

Uji Statistik F

Menurut Ghozali (2011), uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
Regression	1907.308	5	381.462	3.607	.005 ^a
Residual	10470.654	99	105.764		
Total	12377.962	104			

Sumber: Hasil Olah Data Regresi Linier Berganda, SPSS 17.0

Hasil pengujian statistik F menunjukkan bahwa variabel independen yaitu profitabilitas, *leverage*, *media exposure*, likuiditas, dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.003 yang lebih kecil dari 0.05.

Uji Statistik t

Menurut Ghozali (2011), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4

Coefficients ^a		
Model	t	Sig.
(Constant)	6.313	.000
Profitabilitas	1.748	.084
Leverage	.071	.943
Media Exposure	.554	.581
Likuiditas	.639	.524
Ukuran Perusahaan	-3.352	.001

Sumber: Hasil Olah Data Regresi Linier Berganda, SPSS 17.0

Hasil pengujian statistik t menunjukkan bahwa diantara variabel independen terdapat satu variabel yang berpengaruh yaitu ukuran perusahaan dengan nilai signifikansi di bawah 0.05. Selain itu,

terdapat empat variabel yang tidak berpengaruh yaitu profitabilitas, *leverage*, *media exposure*, dan likuiditas dengan nilai signifikansi di atas 0.05.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan tidak mendukung pernyataan hipotesis H1. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Kurnianingsih (2013) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Besar kecilnya profitabilitas suatu perusahaan tidak berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, karena perusahaan lebih cenderung memaksimalkan laba untuk perusahaannya tanpa memperhatikan lingkungan dan masyarakat sekitarnya.

Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan tidak mendukung pernyataan hipotesis H2. Manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Karina dan Etna (2013) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh Media Exposure terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *media exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan tidak mendukung pernyataan hipotesis H3. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian dari Nur dan Denies (2012), *media exposure* tidak

berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Luciana (2009) dalam Rahayu dan Indah (2015) menjelaskan alasan *media exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dikarenakan *website* perusahaan telah digunakan sebagai sarana komunikasi pelaporan keuangan, walaupun keberadaan pelaporan keuangan dalam *website* yang dibuat oleh perusahaan belum terdapat kuantitas dan kualitas yang terstandarisasi antar perusahaan. Media lebih berperan sebagai sarana perusahaan bukan sebagai *media exposure* yang mendorong perusahaan melakukan pengungkapan CSR karena perusahaan yang ingin mendapat kepercayaan dan legitimasi melalui kegiatan CSR, maka perusahaan harus mempunyai kapasitas untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan komunikasi dengan pemangku kepentingannya secara efektif (Ati, 2010 dalam Nur dan Denies, 2012).

Pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan tidak mendukung pernyataan hipotesis H4. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Yulius (2014) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sutomo (2004) dalam Kamil dan Antonius (2012) mengungkapkan alasan likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, yaitu kurangnya perhatian *stakeholder* yang berkepentingan terhadap informasi keuangan, kurang memperhitungkan kualitas likuiditas entitas. Selain itu, CSR bukan lagi menjadi sekedar kegiatan, tetapi CSR merupakan sebuah kewajiban bagi perusahaan yang berguna untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan, sehingga semakin tinggi atau rendahnya likuiditas perusahaan tidak mempengaruhi besarnya tingkat pengungkapan CSR.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan tidak mendukung pernyataan hipotesis H5. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Kurniasari dan Ira (2013) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan besar memiliki sumber daya yang besar, sehingga berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan besar dituntut untuk memiliki *performance* yang lebih tinggi. Salah satu cara untuk memperlihatkan *performance* yang lebih tinggi dengan lebih memperhatikan kondisi lingkungan sosial yang dinyatakan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

4. PENUTUP

Simpulan

Kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah profitabilitas, leverage, media exposure, dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2014.

Keterbatasan

Adapun keterbatasan pada penelitian ini adalah sampel yang digunakan hanya perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sehingga kurang mewakili seluruh perusahaan pertambangan di Indonesia. Selain itu, informasi atau penilaian terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial hanya diperoleh dari laporan tahunan perusahaan, sehingga tidak semua item di dalam daftar pengungkapan sosial diungkapkan secara jelas.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

- Penelitian mendatang sebaiknya menambah variabel lain seperti kinerja lingkungan, struktur modal, atau faktor lainnya yang tidak ada dalam penelitian ini.
- Untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik, penelitian selanjutnya dapat memperpanjang periode penelitian sehingga dapat melihat pengaruh yang lebih spesifik antara variabel independen yang diteliti terhadap pengungkapan CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- Almiyanti, Vira. (2014). *Pengaruh ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Likuiditas dan Basis Kepemilikan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2012*. Universitas Maritim Raja Ali Haji, Tanjungpinang.
- Arthany, R. (2013). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks LQ45 Bursa Saham Indonesia (BEI)*. Universitas Brawijaya, Malang
- Dewiyanti, T. (2015). *Pengaruh Size, Profitabilitas, Leverage dan Likuiditas Terhadap Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2013*. Universitas Nusantara PGRI, Kediri.
- Ekowati, L., Prasetyono, dan Anis W. (2014). *Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Growth, dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. SNA 17, Universitas Mataram.

- Evandini, C. (2014). *Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Terdaftar di BEI*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Fahrizqi, A. (2010). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ihsan, A. (2014). *Pengaruh Ukran Perusahaan, Leverage, Likuiditas, dan Profitabilitas Terhadap Luas Pengungkapan Sosial Dalam Laporan Tahunan Perusahaan*. Artikel Ilmiah Mahasiswa, Universitas Jember.
- Kamil, A., dan Antonius, H. (2012). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility*. *Media Riset Akuntansi*, Vol.2, No. 1.
- Karina, L., dan Etna Y. (2013). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR. *Journal of Acoounting*, Vol. 2, No. 2.
- Kristi, A. A. (2013). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Publik di Indonesia*. Universitas Brawijaya, Malang.
- Kurniawati, F. (2013). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2009-2011*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kurniasari, L. dan Ira Septriana. (2013). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Manufaktur yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2009. *Media Ekonomi & Teknologi*, Vol. 21, No. 2.
- Kurnianingsih, H. (2013). Pengaruh Profitailitas dan Size Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, Vol. 13, No.1.
- Kurniawati, Fajar A. (2013). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011*. Universitas Negeri, Yogyakarta.
- Melati, P. (2014). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)*. Universitas Maritim Raja Ali Haji, Tanjungpinang.
- Nurkhin, Ahmad. (2010). Corporate Governance dan Profitabilitas, Pengaruhnya Terhadap Pengungkapan CSR Sosial Perusahaan. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, Vo. 2, No.1.
- Nur, M. dan Denies P. (2012). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Indonesia. *Journal Nominal*, Vol. 1, No. 1.
- Nursiam dan Rina G. (2013). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Proceeding Seminar Nasional dan Call For Papers Sancal, Surakarta.
- Primadewi, P., dan I Made M. (2014). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Laporan Keuangan LQ45 di Bursa Efek Indonesia*. Universitas Udayana, Bali.
- Purnasiwi, Jayanti. (2011). *Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Puspaningrum, Y. (2014). *Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebagai variabel Moderating*. Universitas Negeri, Yogyakarta.

- Putri, R. A. dan Yulius, J. C. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Business Accounting Review*, Vol. 2, No. 1.
- Putri, P. (2014). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan Food and Beverages yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Universitas Muhammadiyah, Surakarta.
- Rahayu, P. dan Indah A. (2015). Pengaruh Kepemilikan Saham Publik, Profitabilitas dan Media Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Accounting Analysis Journal*, 4, 3.
- Respati, R. D. (2015). *Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, dan pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Rita Y., Bambang P., dan Eko S. (2008). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Dampaknya Terhadap Reaksi Investor. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, Vol. 5, No. 2.
- Saputro, D., dan Linda A. (2013). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pengungkapan Sustainability Report Perusahaan di Bursa Efek Indonesia. *Accounting Analysis Journal*, 2, 4.
- Sari, S., Henni I., dan Citra M. (2014). Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab sosial Perusahaan. Universitas Bina Darma, Palembang.
- Sari, R. A. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal*, Vol. 1, No. 1.
- Sha, Theo (2014). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Akuntansi*, Vol XVIII, No.01
- Suhaenah. (2012). *Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility Disclosure)*. Universitas Gunadarma, Jakarta.
- Tandioga, Melania. (2014). *Pengaruh Kinerja Keuangan dan Struktur Modal Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Universitas Brawijaya, Malang.
- Utami, S., dan Sawitri P. (2011). Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap *Social Disclosure*. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, No. 1.
- Widyatmoko, R. (2011). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Laporan Tanggung Jawab Sosial*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Wijaya, Maria. (2012). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, Vol. 1, No. 1.