

**PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE* DAN UKURAN
PERUSAHAAN TERHADAP LUAS PENGUNGKAPAN TANGGUNG
JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN PERTAMBANGAN
DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)
PERIODE 2009-2011**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh:

Fajar Ari Kurniawati

09412141023

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI - JURUSAN P. AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2013**

PERSETUJUAN

**PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN UKURAN
PERUSAHAAN TERHADAP LUAS PENGUNGKAPAN TANGGUNG
JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN PERTAMBANGAN DI BURSA EFEK
INDONESIA (BEI)**

PERIODE 2009-2011

SKRIPSI

Oleh:

**FAJAR ARI KURNIAWATI
09412141023**

**Telah disetujui dan disahkan
Pada tanggal 17 Juni 2013**

**Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Akuntansi
Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta**

Disetujui

Dosen Pembimbing,



Denies Priantinah, M. Si., Ak.

NIP. 19490316 197412 1 001

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul:




“PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP LUAS PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN PERTAMBANGAN DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2009-2011”

yang disusun oleh:

Fajar Ari Kurniawati
NIM. 09412141023

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 24 Juni 2013 dan dinyatakan lulus.

DEWAN PENGUJI

Nama	Kedudukan	Tanda Tangan	Tanggal
Sukirno, Ph. D	Ketua Penguji		1/7 2013
Denies Priantinah, M. Si., Ak.	Sekretaris Penguji		1/ Juli 2013
Ismani, M. Pd, M. M.	Penguji Utama		30/ Juni 2013


Yogyakarta, 24 Juni 2013

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri

Yogyakarta
Dekan



Dr. Sugiharsono, M.Si.

NIP. 19550328 198303 1 002 

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Fajar Ari Kurniawati
NIM : 09412141023
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : **PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP LUAS PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN PERTAMBANGAN DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2009-2011**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan tata penulisan karya ilmiah yang lazim.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 17 Juni 2013

Penulis,



Fajar Ari Kurniawati
NIM. 09412141023

MOTTO

Inna ma'al ushri yusraa

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain dan hanya kepada Tuhanmu hendaknya kamu berharap.

(QS : Al-Insyirah 6-8)

Jangan patah semangat apapun yang terjadi.

JIKA KITA MENYERAH HABISLAH SUDAH

(Top Secret)

The risks of initiating actions to pursue a dream - is smaller than the risks of giving up and quitting

(Mario Teguh)

Bahagia adalah ketika kita lebih sering tersenyum, lebih berani bermimpi, lebih mudah tertawa, dan lebih banyak bersyukur

(Merry Riana)

I can do it and we can do it. Do the best, be the best, and for the best
hidup berhenti ketika kamu berhenti bermimpi dan cinta berhenti ketika kamu berhenti peduli

(Neea #NFAAnNissa)

PERSEMBAHAN

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT dan Rasulullah Muhammad SAW, karya ini saya persembahkan kepada:

1. Bapak, ibu, Nenek, Kakek (Mboe&Kakung), dan simbah tercinta atas segala curahan kasih sayang, doa, nasehat, motivasi, dan fasilitas yang telah diberikan selama ini. Karya ini kupersembahkan sebagai tanda hormat dan baktiku.
2. Aang Dwi Kurniawan (Ang Ong) dan Candra Zofa Riansyah (Yobel) terima kasih atas kasih sayang, nasehat, motivasi, doa dan bantuannya selama ini.
3. Nunki Nur Hayati sahabatku tercinta, terima kasih atas doa, nasehat, motivasi, dan bantuannya yang selalu menjadi inspirasi sehingga penulis bersemangat sampai akhir.
4. Teman, sahabat, Mawar, Heni, mas Whisnu, Fely, Farah, Windut, Bio, Elmi, Nurul, Rei, Tsalis, Astrek, Rahma, Chandra, Ika, ADITV, Azzahra, Anum, Wahyu, Yoga, Aziz, Tri, Akuntansi 2009, terima kasih atas semua kenangan dan kebersamaannya selama ini, dan semua pihak yang membantu. Semoga persahabatan dan kekeluargaan kita akan tetap terjalin.
5. Almamaterku

**PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN UKURAN
PERUSAHAAN TERHADAP LUAS PENGUNGKAPAN TANGGUNG
JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN PERTAMBANGAN DI BURSA EFEK
INDONESIA (BEI)
PERIODE 2009–2011**

Oleh :
Fajar Ari Kurniawati
NIM. 9412141023

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan studi empiris terhadap praktik luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan yang termasuk dalam pertambangan di BEI. Penelitian ini bertujuan membuktikan pengaruh profitabilitas perusahaan, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Desain penelitian ini termasuk penelitian asosiatif kausal (hubungan sebab akibat). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang termasuk dalam perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011 yang berjumlah 11 perusahaan. Penarikan sampel dilakukan melalui *purposive sampling* dan diperoleh sebanyak 11 perusahaan. Analisis data menggunakan metode regresi linier sederhana dan berganda. Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan nilai koefisien sebesar 0,888 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. *Leverage* dengan koefisien sebesar -0,87 dan nilai signifikansi sebesar $0,638 > 0,05$ berarti variabel ini berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Ukuran perusahaan dengan koefisien sebesar 0,017 dan nilai signifikansi sebesar $0,287 > 0,05$ berarti variabel ini berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Secara simultan menunjukkan variabel profitabilitas perusahaan, *leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang ditunjukkan oleh nilai F sebesar 12,459 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil analisis regresi menghasilkan *Adjusted R²* sebesar 0,563, hal ini berarti pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel profitabilitas perusahaan, *leverage*, dan ukuran perusahaan sebesar 5,6% sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 5,6\% = 94,4\%)$ dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model ini. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dirumuskan: luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan = $-0,869 + 1,241$ Profitabilitas - $0,062$ *Leverage* + $0,047$ Luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Kata kunci: pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, profitabilitas perusahaan, *leverage*, dan ukuran perusahaan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil 'alamin, puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT sebagai rasa syukur atas segala karunia, rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Dalam pelaksanaan dan penyusunan laporan ini, penulis mendapat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada:


1. Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd, M.A., Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Sugiharsono, M. Si. Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan izin penelitian untuk penyusunan skripsi.
3. Sukirno, Ph. D., Ketua Jurusan Pendidikan Akuntansi yang telah memberikan arahan dan semangat selama penulis menimba ilmu.
4. Dyah Setyorini, M. Si., Ak. Ketua Program Studi Akuntansi yang sabar dan ramah.
5. Siswanto, M. Pd., Pembimbing Akademik yang telah mengajar kami.
6. Denies Priantinah, M. Si., Ak. sebagai dosen pembimbing yang telah sabar memberikan bimbingan, pengarahan, meluangkan waktu, dan profesional selama penyusunan skripsi, semoga selalu diberikan kemudahan.
7. Ismani, M. Pd., M. M. sebagai dosen narasumber yang telah sabar memberikan saran, pengarahan, ramah, dan profesional selama penyusunan skripsi, semoga barokah umurnya.

8. Segenap pengajar dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan penagajaran, ilmu pengetahuan dan pengalaman selama penulis menimba ilmu.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dan memperlancar jalannya penelitian dari awal sampai selesainya penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan. Namun demikian, merupakan harapan bagi penulis bila skripsi ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan menjadi satu karya yang bermanfaat bagi sesama.

Yogyakarta, 17 Junir 2013

Penulis,



Fajar Ari Kurniawati
09412141023

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Pembatasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
A. Landasan Teori	13
1. Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	13
a. Pengertian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	13
b. Manfaat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	17
c. Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	19

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	29
a. Profitabilitas Perusahaan	31
b. <i>Leverage</i>	37
c. Ukuran Perusahaan (<i>Size</i>)	40
B. Penelitian yang Relevan	42
C. Kerangka Berpikir	44
1. Pengaruh Profitabilitas Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	44
2. Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	45
3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	47
D. Paradigma Penelitian	48
E. Hipotesis Penelitian	49
BAB III METODE PENELITIAN	50
A. Desain Penelitian	50
B. Populasi dan Sampel	51
1. Populasi	51
2. Sampel	52
C. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel	53
1. Variabel Dependen	53
2. Variabel Independen	54
a. Profitabilitas Perusahaan	54
b. <i>Leverage</i>	55
c. Ukuran Perusahaan (<i>Size</i>)	55
D. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	56
E. Teknik Analisis Data	56
1. Uji Asumsi Klasik	57
2. Analisis Regresi	59

3. Pengujian Hipotesis	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
A. Deskripsi Data	63
B. Statistik Deskriptif	64
C. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	74
a. Uji Normalitas	74
b. Uji Linieritas	75
c. Uji Multikolinieritas	76
d. Uji Heteroskedastisitas	77
e. Uji Autokorelasi	78
D. Hasil Pengujian Hipotesis	79
a. Pengujian Hipotesis Pertama.....	80
b. Pengujian Hipotesis Kedua.....	81
c. Pengujian Hipotesis Ketiga	83
d. Pengujian Hipotesis Keempat	84
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
A. Kesimpulan	93
B. Keterbatasan Penelitian	94
C. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	100

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Hasil Perhitungan Analisis Deskriptif Variabel Luas Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan.....	65
2. Tabel Distribusi Frekuensi Variabel luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan	67
3. Hasil Perhitungan Analisis Deskriptif Variabel profitabilitas	68
4. Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Profitabilitas	69
5. Hasil Perhitungan Analisis Deskriptif Variabel <i>leverage</i>	70
6. Tabel Distribusi Frekuensi Variabel <i>Leverage</i>	71
7. Hasil Perhitungan Analisis Deskriptif Variabel ukuran perusahaan	72
8. Tabel Distribusi Frekuensi Variabel ukuran perusahaan.....	73
9. Hasil Uji Normalitas	75
10. Hasil Uji Linearitas	76
11. Hasil Uji Multikolinieritas	77
12. Hasil Uji Heteroskedastisitas	77
13. Hasil Uji Autokorelasi	79
14. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Profitabilitas	80
15. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana <i>Leverage</i>	81
16. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Ukuran Perusahaan ...	83
17. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	84

DAFTAR GAMBAR

Tabel	Halaman
1. Paradigma Penelitian	48
2. Skema Klasifikasi Berdasarkan Karakteristik Masalah	51
3. Histogram Distribusi Frekuensi Variabel Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	67
4. Histogram Distribusi Frekuensi Variabel Profitabilitas	69
5. Histogram Distribusi Frekuensi Variabel <i>Leverage</i>	71
6. Histogram Distribusi Frekuensi Variabel Ukuran Perusahaan ..	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Daftar Sampel Perusahaan Pertambangan Tahun 2009-2011	100
2. Data Induk	101
3. Perhitungan Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	102
4. Perhitungan Profitabilitas	104
5. Perhitungan <i>Leverage</i>	106
6. Perhitungan Ukuran Perusahaan	108
7. Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif	109
8. Hasil Uji Asumsi Klasik	111
9. Hasil Uji Normalitas	111
9. Hasil Uji Linearitas	111
10 Hasil Uji Multikolinearitas	112
11. Hasil Uji Heteroskedastisitas	112
12. Hasil Uji Autokorelasi	113
13. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	114
14. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	117

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

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, kesewenang-wenangan, produksi makanan haram serta bentuk *negative externalities* lain (Harahap, 2001). Oleh karena itu, adanya perusahaan yang bergerak di bidang pemanfaatan sumber daya alam baik secara langsung maupun yang tidak langsung tentu memberikan dampak pada lingkungan sekitarnya. Adanya dampak lingkungan tersebut mempengaruhi kesadaran masyarakat akan pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial atau yang dikenal dengan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

CSR menekankan bahwa perusahaan harus mengembangkan etika bisnis dan praktik bisnis yang berkesinambungan (*sustainable*) secara ekonomi, sosial dan lingkungan. Konsep ini berkaitan dengan perlakuan terhadap *stakeholder* baik yang berada di dalam dan di luar perusahaan dengan bertanggung jawab baik secara etika maupun sosial. Hal terpenting dari pelaksanaan tanggung jawab sosial adalah memperkuat keberlanjutan

perusahaan itu sendiri dengan jalan membangun kerjasama antar *stakeholder* yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat di sekitarnya. CSR juga mengandung pengertian bahwa seperti halnya individu, perusahaan memiliki tugas moral untuk berlaku jujur, mematuhi hukum, menjunjung integritas, dan tidak korupsi. Tanggung jawab sosial perusahaan telah menjadi suatu kebutuhan yang dirasakan bersama antara pemerintah, masyarakat, dan dunia usaha berdasarkan prinsip kemitraan dan kerjasama (Departemen Sosial, 2007) dalam Ardilla (2011).

Corporate Social Responsibility merupakan hal yang penting untuk diungkapkan dalam laporan *Annual Report* perusahaan. Oleh karena itu, seluruh perusahaan di Indonesia semakin dituntut untuk memberikan informasi yang transparan atas aktivitas sosialnya, sehingga pengungkapan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) diperlukan peran dari akuntansi pertanggung jawaban sosial (Fr. Reni, 2006).

Tanggung jawab sosial perusahaan telah diatur dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) pasal 74 ayat 1 mengenai Tanggung jawab Sosial dan Lingkungan, yaitu: “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”, sehingga tidak ada lagi sebutan luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility disclosure*) yang sukarela, namun luas pengungkapan yang wajib hukumnya. Jadi, setiap perusahaan wajib

mencantumkan laporan tanggung jawab sosial di dalam laporan *Annual Report*.

Perusahaan bagaikan pisau bermata dua, dapat merusak sekaligus membangun. Perusahaan dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar dan menggairahkan pertumbuhan ekonomi di suatu daerah namun disisi lain juga berpotensi merusak lingkungan dan berdampak pada masyarakat. Baik buruknya perusahaan di mata masyarakat adalah ketika korporasi mampu membangun sinergi yang baik dengan lingkungan dan masyarakat sekitar (Prastowo & Huda. 2011: 39-41).

Menurut Manurung (2008) dan Nor Hadi (2011), pada umumnya, laporan keuangan merupakan referensi utama bagi para investor/calon investor dalam menilai kinerja perusahaan dan sebagai pertimbangan untuk mengambil keputusan. Namun dalam dekade terakhir ini, pelaporan tanggung jawab sosial mulai mendapat perhatian, khususnya dari kalangan investor. Bagi perusahaan, pelaporan tanggung jawab sosial bisa dijadikan sebagai alat untuk meyakinkan pemegang saham (investor) dan calon investor. Hal ini diakibatkan mulai berkurangnya kepercayaan masyarakat pasca kasus PT Newmont, PT Unocal dan PT Caltex. Kasus pencemaran lingkungan dan konflik sosial dengan masyarakat setempat telah menyebabkan perusahaan-perusahaan lebih memberikan perhatian yang besar terhadap pelaporan tanggung jawab sosial.

(Nor Hadi, 2011) Kasus berskala nasional dan bahkan Internasional adalah kasus PT. Freeport dengan masyarakat suku di Papua. PT Freeport melanggar peraturan perundang-undangan tentang lingkungan hidup, karena

menghasilkan limbah/bahan buangan sebesar 6 miliar ton. Sebagian besar limbah dibuang di pegunungan, sungai-sungai yang dekat dengan Taman Nasional Lorentz, sebuah hujan tropis yang telah diberikan status khusus oleh PBB. Studi yang dilakukan oleh Parametrix (2002) perusahaan konsultan Amerika yang dibayar oleh Freeport dan Rio Tiro (mitra bisnisnya) menunjukkan daerah yang dibanjiri dengan limbah tambang tidak cocok untuk kehidupan makhluk hidup akuatik. Belum lagi ketidakpuasan masyarakat lokal terhadap eksistensi PT Freeport, yang hingga sekarang belum memperoleh penyelesaian signifikan dari pemangku kebijakan.

Kasus lain yaitu, pencemaran yang mengganggu ekosistem juga terjadi di Indonesia, yaitu kasus penambangan minyak dan gas. (Wibisono Yusuf, 2007) Kasus lumpur PT Lapindo Brantas di Sidoarjo Jawa Timur, dengan debit semburan lumpur dari perut bumi pada bulan keenam dari awal. yang semburannya menjadi sekitar $156.000m^3$ per hari. Kasus lumpur Lapindo sampai saat ini pun belum juga ditemukan penyelesaiannya. Dengan adanya beberapa kasus yang rentan oleh akibat pencemaran perusahaan pertambangan, maka luas pengungkapan CSR sangatlah penting. Oleh karena itu, dengan menerapkan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi pemangku kepentingan dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang menerapkan tanggung jawab sosial diharapkan akan direspon positif oleh para pemangku kepentingan.

Permasalahan-permasalahan sosial yang dihadapi oleh perusahaan di Indonesia juga terjadi karena lemahnya penegakan peraturan tentang tanggung jawab sosial perusahaan, misalnya tentang aturan ketenagakerjaan, pencemaran lingkungan, perimbangan bagi hasil suatu industri dalam era otonomi daerah (Eka, 2011). Sementara itu, perkembangan CSR di luar negeri sudah sangat populer. Bahkan di beberapa negara, CSR digunakan sebagai salah satu indikator penilaian kinerja sebuah perusahaan dengan dicantumkannya informasi CSR di dalam *Annual Report*.

Humble (1981) dalam Mangoting (2007) menyebutkan bahwa bidang-bidang pokok di mana suatu organisasi harus menentukan sasarannya, yaitu: 1) perusahaan, 2) profitabilitas, 3) pembaharuan 4) kedudukan pasar, 5) produktivitas, 6) sumber-sumber keuangan dan fisik, 7) prestasi (karya) dan pengembangan manajer, 8) prestasi (karya) dan sikap pekerja, dan 9) tanggung jawab sosial. Lebih lanjut diungkapkan bahwa tanggung jawab sosial di sini di bagi menjadi dua yaitu 1) tanggung jawab eksternal dalam hal hubungan dengan masyarakat, hubungan dengan konsumen, pencemaran, pengemasan, hubungan dengan investasi dan hubungan dengan pemegang saham, 2) tanggung jawab internal dalam hal kondisi kerja, struktur organisasi dan gaya manajemen, komunikasi, hubungan perburuhan dan pendidikan dan pelatihan.

Rendahnya penerapan CSR ini diperkuat oleh *survey* yang dilakukan oleh Suprpto (2006) dalam penelitiannya tahun 2005 pada 375 perusahaan yang ada di Jakarta. Hasil *survey* menunjukkan bahwa 166 atau 44,25%

perusahaan menyatakan tidak melakukan kegiatan CSR, dan 209 atau 55,75% menyatakan melakukan kegiatan CSR dalam bentuk kegiatan sebagai berikut: kegiatan kekeluargaan (116 perusahaan), sumbangan kepada lembaga agama (50 perusahaan), sumbangan kepada lembaga sosial (39 perusahaan), dan pengembangan komunitas (4 perusahaan). Hasil *survey* juga menyebutkan bahwa CSR yang dilakukan perusahaan sangat bergantung pada keinginan pihak manajemen. Hal ini juga senada dengan hasil Program Penilaian Peringkat Perusahaan (PROPER) 2004-2005 Kementerian Negara Lingkungan Hidup dalam Ulfah (2008), bahwa dari 446 perusahaan yang dipantau ada 72 perusahaan yang mendapat rapor hitam, 150 merah, 221 biru, 23 hijau dan tidak ada yang mendapat peringkat emas.

Penelitian terdahulu, yang pernah dilakukan oleh Achmad (2007), Eka (2011) dan Yoga (2011) di dalam meneliti faktor-faktor yang di indikasikan memiliki pengaruh terhadap luas pengungkapan CSR antara lain profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik, ukuran dewan komisaris dan *leverage*. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga mampu meningkatkan nilai pemegang saham perusahaan. Profitabilitas yang tinggi, akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan serta melakukan program CSR. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan informasi sosial, Zaleha (2005) dalam Marzully (2012). Penelitian sebelumnya, menunjukkan adanya hubungan yang positif antara luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

dengan profitabilitas (Theodoran dan Agus 2010, Sri dan Sawitri 2011 dan Achmad 2007) tetapi, beberapa penelitian lainnya menunjukkan adanya hubungan yang tidak signifikan antara profitabilitas dengan luas pengungkapan CSR (Fr.Reni 2006 dan Lidya 2011).

Hasil penelitian oleh Lidya (2010) menemukan bahwa perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi perhatian dari para *debtholders*. Hubungan antara *leverage* dan luas pengungkapan CSR juga menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan Jayanti (2011) menemukan hubungan yang positif antara *leverage* terhadap luas pengungkapan sosial. Akan tetapi beberapa penelitian lain menunjukkan adanya hubungan yang tidak signifikan antara *leverage* dengan luas pengungkapan CSR (Ardilla, 2011) dan Fr. Reni (2006).

Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi luas pengungkapan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut (Eddy, 2005). Beberapa penelitian yang berhasil membuktikan hubungan positif antara variabel ukuran perusahaan dan luas pengungkapan tanggung jawab sosial antara lain dilakukan oleh Eddy (2005) serta Rahma(2010). Tetapi tidak semua penelitian mendukung hubungan antara ukuran perusahaan dengan luas pengungkapan tanggung jawab sosial

perusahaan. Ada juga penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan positif antar kedua variabel tersebut, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Achmad (2007).

Berdasarkan latar belakang di atas dan hasil penelitian mengenai luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan membahas permasalahan tersebut dengan mengambil judul “Pengaruh Profitabilitas Perusahaan, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Luas pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2009 – 2011”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi beberapa pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Keberadaan perusahaan banyak menimbulkan berbagai persoalan sosial dan lingkungan.
2. Rendahnya perhatian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat.
3. Belum banyak perusahaan pertambangan di Indonesia yang menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan dengan baik.
4. Hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan variabel dependen yang akan diteliti yaitu berupa profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan masih belum konsisten sehingga kurang memberikan informasi yang jelas.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka penelitian ini dibatasi pada pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pertambangan pada *Annual Report* di Bursa Efek Indonesia periode 2009 - 2011.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2009-2011?
2. Bagaimana pengaruh *leverage* terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2009-2011?
3. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2009-2011?
4. Bagaimana pengaruh profitabilitas perusahaan, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2009-2011?

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2009-2011?
2. Mengetahui pengaruh *leverage* terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2009-2011?
3. Mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2009-2011?
4. Mengetahui pengaruh profitabilitas perusahaan, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2009-2011?

A. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang dalam pengembangan ilmu ekonomi/ akuntansi, khususnya menjadi bahan

referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh tanggung jawab sosial.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pembuat Kebijakan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi bagi lembaga-lembaga pembuat kebijakan luas pengungkapan CSR pada setiap perusahaan (seperti Pemerintah, Bapepam, IAI, dan sebagainya)

b. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk memberikan gambaran kepada perusahaan bahwa tanggung jawab sosial merupakan sesuatu yang baik bagi perusahaan. yang dapat digunakan sebagai referensi dalam pengambilan kebijakan oleh perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan menerbitkan laporan tanggung jawab sosial perusahaan.

c. Bagi Investor

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang laporan keuangan dan laporan tanggung jawab sosial (seperti laporan keberlanjutan atau laporan lain sesuai aturan yang berlaku) kepada calon pemodal untuk dapat dijadikan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan investasi. Penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan wacana baru kepada investor dalam hal pengambilan

keputusan investasi untuk mempertimbangkan aspek tanggung jawab sosial, tidak hanya indikator keuangan semata.

d. Bagi Masyarakat

Memberikan stimulus sebagai pengontrol atas perilaku perusahaan. Selain itu, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh, disamping sebagai sarana menambah wawasan tentang laporan tanggung jawab sosial perusahaan.

e. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini dapat memberikan pandangan untuk membuat kebijakan mengenai kewajiban tanggung jawab sosial perusahaan untuk kepentingan bersama.

f. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, laporan keuangan, penelitian selanjutnya, serta diharapkan mampu untuk menambah pengetahuan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori.

1. Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

a. Pengertian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut Wartick dan Cochran (1985) dalam Solihin (2012: 216), lima puluh tahun yang lalu, H. R. Bowen berpendapat bahwa para pelaku bisnis memiliki kewajiban untuk mengupayakan suatu kebijakan, membuat keputusan atau melaksanakan berbagai tindakan yang sesuai dengan tujuan dan nilai-nilai masyarakat. Pendapat Bowen tersebut telah memberikan kerangka dasar bagi pengembangan konsep tanggung jawab sosial perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact on society (Johson and Johson,2006). Definisi tersebut pada dasarnya berangkat dari filosofi bagaimana cara mengelola perusahaan baik sebagian maupun keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungan. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu mengelola bisnis operasinya dengan menghasilkan produk yang berorientasi positif terhadap masyarakat dan ramah lingkungan (Nor Hadi, 2011)

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *CSR* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dalam menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan (Untung, 2008:1).

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan, memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004).

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (ACCA,

2004). *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya (Ayu, 2012)

Menurut Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Tanggung jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Organizations around the world, and their stakeholders, are becoming increasingly aware of the need for and benefits of socially responsible behaviour. The objective of social responsibility is to contribute to sustainable development (International Organization for Standardization (ISO), 2010).

Lebih jauh menurut ISO (2010), *an organization's performance in relation to the society in which it operates and to its impact on the environment has become a critical part of measuring its overall performance and its ability to continue operating effectively. This is, in part, a reflection of the growing recognition of the need to ensure healthy ecosystems, social equity and good organizational governance. In the long run, all organizations' activities depend on the health of the world's ecosystems.*

Definisi tersebut mendefinisikan bahwa CSR merupakan kinerja perusahaan dalam hal hubungannya dengan masyarakat setempat di mana perusahaan tersebut beroperasi dan dampaknya terhadap lingkungan telah menjadi bagian penting untuk mengukur kinerja perusahaan secara keseluruhan dan mengukur kemampuan perusahaan untuk terus beroperasi dengan efektif.

Dilihat dari berbagai pendapat di atas, tanggung jawab sosial merupakan perluasan tanggung jawab perusahaan dari tanggung jawab ekonomi atas pengelolaan dana yang diinvestasikan, yang pelaksanaannya disampaikan melalui laporan keuangan, menjadi perusahaan yang juga memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan, yang pelaksanaannya disampaikan melalui laporan tanggung jawab sosial. Konsep tanggung jawab keuangan, sosial, dan lingkungan ini dikenal dengan konsep *Triple Bottom Line* (3P: *People, Planet, Profit*).

Menurut Ayu (2012) dalam kemajuan industri sekarang, tekanan masyarakat kepada perusahaan agar mereka melakukan pembenahan sistem operasi perusahaan menjadi suatu sistem yang memiliki kepedulian dan tanggung jawab terhadap sosial sangat kuat, perkembangan teknologi dan industri yang pesat menuntut untuk memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sekitar. Penerapan CSR dalam perusahaan-perusahaan diharapkan selain memiliki komitmen finansial kepada pemilik atau pemegang saham (*shareholders*), tapi juga memiliki komitmen sosial terhadap para pihak lain yang berkepentingan, karena CSR merupakan salah satu bagian dari strategi bisnis perusahaan dalam jangka panjang. Untuk itulah maka pertanggungjawaban sosial perusahaan (CSR) perlu diungkapkan dalam perusahaan sebagai wujud pelaporan tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

b. Manfaat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, yaitu laba, lingkungan, dan masyarakat. Dengan diperolehnya laba, perusahaan dapat memberikan dividen bagi pemegang saham, mengalokasikannya sebagian laba yang diperoleh guna membiayai pertumbuhan dan pengembangan usaha di masa depan, serta membayar pajak kepada pemerintah.

Perusahaan dapat ikut serta dalam usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas kehidupan umat manusia dalam jangka panjang dengan lebih banyak memberikan perhatian kepada lingkungan sekitar. Perhatian terhadap masyarakat dapat dilakukan dengan melakukan aktivitas-aktivitas serta pembuatan kebijakan-kebijakan yang dapat meningkatkan kompetensi yang dimiliki di berbagai bidang.

Dari sisi perusahaan, terdapat berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari aktivitas CSR. Manfaat tersebut menurut Susanto (2009) antara lain:

1. Mengurangi risiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan. Perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya secara konsisten akan mendapat dukungan luas dari komunitas yang telah merasakan manfaat dari berbagai aktivitas yang dijalankannya. CSR akan mendongkrak

citra perusahaan, yang dalam rentang waktu panjang akan meningkatkan reputasi perusahaan.

2. Sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis. Sebagai contoh, sebuah perusahaan pertambangan dilanda isu adanya pencemaran lingkungan dalam pembuangan limbahnya. Namun, karena perusahaan tersebut dianggap konsisten dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, maka masyarakat dapat memaklumi dan memaafkannya sehingga relatif tidak memengaruhi aktivitas dan kinerjanya.
3. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan. Karyawan akan merasa bangga bekerja ada perusahaan yang memiliki reputasi yang baik, yang secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitar. Hal ini pada akhirnya akan berujung pada peningkatan kinerja dan produktivitas.
4. Memperbaiki dan mempercepat hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholder*-nya. Pelaksanaan CSR secara konsisten mengakibatkan para *stakeholder* senang dan merasa nyaman dalam menjalin hubungan dengan perusahaan.
5. Meningkatkan penjualan. Seperti yang terungkap dalam riset *Roper Search Worldwide* dalam Susanto (2009), yaitu bahwa konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan

oleh perusahaan yang konsisten menjalankan tanggung jawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik.

6. Insentif-insentif lainnya, seperti insentif pajak dan berbagai perlakuan khusus lainnya. Hal ini perlu dipikirkan guna mendorong perusahaan agar lebih giat lagi menjalankan tanggung jawab sosialnya.

c. Luas Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan

Ada 2 jenis luas pengungkapan dalam pelaporan keuangan yang telah ditetapkan oleh badan yang memiliki otoritas di pasar modal.

1. Luas pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*), yaitu informasi yang harus diungkapkan oleh emiten yang diatur oleh peraturan pasar modal di suatu negara.
2. Luas pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*), yaitu luas pengungkapan yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan tanpa diharuskan oleh standar yang ada. Luas pengungkapan sosial yang diungkapkan perusahaan merupakan informasi yang sifatnya sukarela. Karenanya, perusahaan memiliki kebebasan untuk mengungkapkan informasi yang tidak diharuskan oleh badan penyelenggara pasar modal.

Luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan

dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring, 2005). Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan), di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham.

Standar pelaporan pertanggungjawaban sosial sampai saat ini belum mempunyai standar yang baku, hal ini dikarenakan adanya permasalahan yang berhubungan dengan biaya dan manfaat sosial. Perusahaan dapat membuat sendiri model pelaporan pertanggung jawaban sosialnya. Darwin (2004) mengatakan bahwa *Corporate Sustainability Reporting* terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Sedangkan Zhegal & Ahmed (1990) dalam Anggraini (2006) mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan, yaitu sebagai berikut:

1. Lingkungan, meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan luas pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan.
2. Energi, meliputi konservasi energi, efisiensi energi, dll.
3. Praktik bisnis yang wajar, meliputi, pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, tanggung jawab sosial.

4. Sumber daya manusia, meliputi aktivitas di dalam suatu komunitas, dalam kaitan dengan pelayanan kesehatan, pendidikan dan seni.
5. Produk, meliputi keamanan, pengurangan polusi, dll.

Grey *et. al.*, (1995) dalam Anggraini (2006) mengatakan bahwa sifat dan volume pelaporan mengenai pertanggungjawaban sosial perusahaan bervariasi antar waktu dan antar negara, hal ini disebabkan isu-isu yang dipandang penting oleh satu negara mungkin akan menjadi kurang penting bagi negara lain. Lewis & Unerman (1999) dalam Anggraini (2006) mengatakan bahwa variasi pelaporan tersebut disebabkan oleh budaya atau norma yang berlaku pada masing-masing negara.

Anggraini (2006) menyatakan bahwa tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Tanggung jawab sosial perusahaan sangat perlu dilakukan, karena bagaimanapun juga perusahaan memperoleh nilai tambah dari kontribusi masyarakat di sekitar perusahaan termasuk dari penggunaan sumber-sumber sosial (*social resources*). Jika aktivitas perusahaan menyebabkan kerusakan sumber-sumber sosial maka dapat timbul adanya biaya sosial (*social cost*) yang harus ditanggung oleh masyarakat, sedang apabila

perusahaan meningkatkan mutu *social resources* maka akan menimbulkan manfaat sosial (*social benefit*).

Menurut Gray *et. al.*, (1995) dalam Sembiring (2005) ada dua pendekatan yang secara signifikan berbeda dalam melakukan penelitian tentang luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pertama, luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mungkin diperlakukan sebagai suatu suplemen dari aktivitas akuntansi konvensional. Pendekatan ini secara umum akan menganggap masyarakat keuangan sebagai pemakai utama luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan cenderung membatasi persepsi tentang tanggung jawab sosial yang dilaporkan.

Pendekatan alternatif kedua dengan meletakkan luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada suatu pengujian peran informasi dalam hubungan masyarakat dan organisasi. Pandangan yang lebih luas ini telah menjadi sumber utama kemajuan dalam pemahaman tentang luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan sekaligus merupakan sumber kritik yang utama terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Dauman dan Hargreaves (1992) dalam Benardi (2009) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan dapat dibagi menjadi tiga level sebagai berikut:

1. *Basic responsibility (BR)*

Pada level pertama, menghubungkan tanggung jawab yang pertama dari suatu perusahaan yang muncul karena keberadaan perusahaan tersebut seperti, perusahaan harus membayar pajak, memenuhi hukum, memenuhi standar pekerjaan, dan memuaskan pemegang saham. Bila tanggung jawab pada level ini tidak dipenuhi akan menimbulkan dampak yang sangat serius.

2. *Organization responsibility (OR)*

Pada level kedua ini menunjukkan tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi perubahan kebutuhan *stakeholder* seperti pekerja, pemegang saham, dan masyarakat di sekitarnya.

3. *Societal responses (SR)*

Pada level ketiga, menunjukkan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan kekuatan lain dalam masyarakat yang demikian kuat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan, terlibat dengan apa yang terjadi dalam lingkungannya secara keseluruhan.

Untuk dapat menentukan ruang lingkup dari tanggung jawab sosial, mengidentifikasi isu-isu yang relevan, dan menentukan prioritasnya terhadap tanggung jawab sosial, suatu perusahaan harus dapat mengerti elemen dasar yang terdapat dalam tanggung jawab sosial. Ada tujuh elemen dasar dari praktik CSR yang dapat dilakukan oleh perusahaan (Rongiyati, 2009) yaitu :

1. Tata kelola perusahaan

Elemen ini mencakup bagaimana perusahaan harus bertindak sebagai elemen dasar dari tanggung jawab sosial (*social responsibility*) dan sebagai sarana untuk meningkatkan kemampuan perusahaan untuk menerapkan perilaku yang bertanggung jawab sosial (*socially responsible behavior*) yang berkaitan dengan elemen dasar lainnya.

2. Hak asasi manusia

Elemen ini mencakup penghormatan terhadap hak asasi manusia. Hak asasi manusia terbagi menjadi dua katagori utama, katagori pertama menangani hak-hak sipil dan politik (*civil and political rights*) yang mencakup hak untuk hidup dan kebebasan (*right to life and liberty*), kesetaraan di mata hukum (*equality before the law*), dan hak untuk berpendapat (*freedom of expression*). Katagori yang kedua mengenai hak-hak ekonomi, sosial dan budaya (*economic, social and cultural rights*) yang mencakup hak untuk bekerja (*right to work*), hak atas pangan (*right to food*), hak atas kesehatan (*right to health*), hak atas pendidikan (*right to education*) dan hak atas jaminan sosial (*right to social security*).

3. Ketenagakerjaan (*labour practices*)

Elemen ini mencakup seluruh hal yang terdapat didalam prinsip dasar deklarasi ILO 1944 dan hak-hak tenaga kerja dalam deklarasi hak asasi manusia. Sebagai contohnya yaitu pelaksanaan

kondisi kerja yang baik, bermartabat, kondusif, serta pengembangan sumber daya manusia, dan lain-lain.

4. Lingkungan

Elemen ini mencakup pencegahan polusi sebagai dampak aktivitas perusahaan, pencegahan *global warming*, pendayagunaan sumber alam secara efisien dan efektif, dan penggunaan sistem manajemen lingkungan yang efektif dan berkelanjutan.

5. Praktik operasional yang adil (*fair operational practices*)

Elemen ini mencakup pelaksanaan aktivitas secara etik dan luas pengungkapan aktivitas perusahaan yang transparan, pelaksanaan aktivitas pemilihan pemasok yang etis dan sehat, penghormatan terhadap hak-hak intelektual dan kepentingan *stakeholder*, serta perlawanan terhadap korupsi.

6. Konsumen (*consumer issues*)

Elemen ini mencakup penyediaan informasi yang akurat dan relevan tentang produk perusahaan kepada pelanggan, penyediaan produk yang aman dan bermanfaat bagi pelanggan.

7. Keterlibatan dan pengembangan masyarakat (*community involvement and development*)

Elemen ini mencakup pengembangan masyarakat, peningkatan kesejahteraan masyarakat, aktivitas sosial kemasyarakatan

(*philantrophy*), dan melibatkan masyarakat didalam aktivitas operasional perusahaan.

Luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ini menggunakan indikator: Item-Item Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

KATEGORI	
LINGKUNGAN	
1	Pengendalian polusi kegiatan operasi; pengeluran riset dan pengembangan untuk pengurangan polusi
2	Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi
3	Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi
4	Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam, misalnya, reklamasi daratan atau reboisasi
5	Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air dan kertas
6	Penggunaan material daur ulang
7	Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan
8	Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan
9	Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan
10	Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah
11	Pengolahan limbah
12	Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan
13	Perlindungan lingkungan hidup
ENERGI	
1	Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi
2	Memfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi
3	Penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang
4	Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi
5	Peningkatan efisiensi energi dari produk
6	Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk
7	Kebijakan energi perusahaan

KESEHATAN DAN KESELAMATAN TENAGA KERJA	
1	Mengurangi polusi, iritasi, atau risiko dalam lingkungan kerja
2	Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental
3	Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja
4	Mentaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja
5	Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja
6	Menetapkan suatu komite keselamatan kerja
7	Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja
8	Pelayanan kesehatan tenaga kerja
LAIN-LAIN TENAGA KERJA	
1	Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita/orang cacat
2	Mengungkapkan persentase/jumlah tenaga kerja wanita/orang cacat dalam tingkat managerial
3	Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/orang cacat dalam pekerjaan
4	Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat
5	Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja
6	Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan
7	Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja
8	Mengungkapkan bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan
9	Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan
10	Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi
11	Mengungkapkan presentase gaji untuk pensiun
12	Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan
13	Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan
14	Mengungkapkan tingkatan managerial yang ada
15	Mengungkapkan disposisi staff – dimana staff ditempatkan
16	Mengungkapkan jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka
17	Mengungkapkan statistik tenaga kerja, misal: penjualan per tenaga kerja
18	Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut
19	Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja
20	Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain
21	Mengungkapkan informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja
22	Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan
23	Membuat laporan tenaga kerja yang terpisah
24	Melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat buruh
25	Melaporkan gangguan dan aksi tenaga kerja

26	Mengungkapkan informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan
27	Peningkatan kondisi kerja secara umum
28	Informasi re-organisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja
29	Informasi statistik perputaran tenaga kerja
PRODUK	
1	Pengungkapan pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasannya
2	Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk
3	Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk
4	Pengungkapan produk memenuhi standar keselamatan
5	Membuat produk lebih aman untuk konsumen
6	Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan
7	Pengungkapan peningkatan kebersihan/ kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk
8	Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan
9	Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan
10	Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (misalnya ISO 9000)
KETERLIBATAN MASYARAKAT	
1	Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni
2	Tenaga kerja paruh waktu dari mahasiswa/ pelajar
3	Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat
4	Membantu riset medis
5	Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni
6	Membiayai program beasiswa
7	Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat
8	Mensponsori kampanye nasional
9	Mendukung pengembangan industri lokal
UMUM	
1	Pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat
2	Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan di atas
	TOTAL ITEM

Sumber : Dimodifikasi dari Hackston dan Milne (1999) dalam Sembiring (2005)

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Banyak faktor yang memengaruhi perusahaan dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Veronica (2009) menyebutkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau karakteristik perusahaan, antara lain adalah *size* (ukuran perusahaan), tingkat likuiditas, tingkat profitabilitas, tingkat *leverage*, kendala sosial yang dimiliki, umur perusahaan, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris, negara pemilik suatu perusahaan, negara tempat didirikannya perusahaan, dan lain-lain. Semakin kuat karakteristik yang dimiliki suatu perusahaan tersebut dalam menghasilkan dampak sosial bagi publik tentunya akan semakin kuat pula pemenuhan tanggung jawab sosialnya kepada publik.

Faktor luas pengungkapan tanggung jawab sosial atau karakteristik perusahaan dapat menjelaskan variasi luas pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan. Karakteristik perusahaan merupakan prediktor kualitas luas pengungkapan (Lang *and* Lundholm, 1993 dalam Benardi, 2009). Setiap perusahaan memiliki karakteristik yang berbeda satu entitas dengan entitas lainnya. Lang *and* Lundholm (1993) dan Wallace (1994) dalam Benardi (2009) membagi karakteristik perusahaan menjadi tiga kategori yaitu:

a. Variabel struktur (*structure-related variables*)

Variabel-Variabel yang ada pada kategori struktur perusahaan didasarkan pada struktur pokok, yaitu mencakup variabel ukuran perusahaan, variabel solvensi, dan variabel porsi kepemilikan saham perusahaan.

b. Variabel kinerja (*performance-related variable*)

Pengukuran variabel karakteristik kinerja didasarkan pada rasio likuiditas, *leverage*, dan profitabilitas, yang dapat diidentifikasi sebagai ukuran kinerja.

c. Variabel pasar (*market-related variables*).

Pengukuran variabel pasar banyak tertuju pada aspek perilaku perusahaan yang timbul sebagai akibat keikutsertaannya sebagai anggota kelompok kerjasama antara lingkungan perusahaan dalam lingkungan operasionalnya. Pembuatan laporan perusahaan merupakan budaya organisasional yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain: jenis industri, tipe auditor, lingkungan bisnis, dan pasar modal di mana perusahaan berada.

Dalam penelitian ini, faktor memengaruhi luas pengungkapan sosial diprosikan ke dalam profitabilitas perusahaan, *leverage*, dan ukuran perusahaan. Pemilihan variabel dalam penelitian ini berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Putra dkk (2009) dan Veronica (2009) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara profitabilitas perusahaan

terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian Belkaoui dan Karpik (1989) dan Cormier dan Magnan (1999) dalam Putra dkk (2009) yang menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian oleh Putra dkk (2009), Hackston dan Milne (1996) dalam Putra dkk (2009), dan Sembiring (2005) yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara ukuran perusahaan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial.

a. Profitabilitas Perusahaan

1) Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Profitabilitas perusahaan merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham (Darwis 2009). Profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu. Menurut Riyanto (2001) profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut.

Menurut Munawir (2004) profitabilitas perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba

selama periode tertentu. Profitabilitas perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan menggunakan aktivasnya secara produktif. Dengan demikian profitabilitas perusahaan dapat diketahui dengan membandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode atau dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut.

2) Pengukuran Profitabilitas

Terdapat beberapa ukuran untuk menentukan profitabilitas perusahaan, yaitu: return of equity (ROE) Heckston dan Milne (1996) dalam Eddy (2005), return on assets (ROA) (Theodora dan Agus, 2010; Lidya, 2011), earnings per share (EPS) (Eddy, 2005), dan net profit margin (NPM) (Fr.Reni, 2006). Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan adalah Return on Asset (ROA).

Jumlah laba bersih kerap dibandingkan dengan ukuran kegiatan atau kondisi keuangan lainnya seperti penjualan, aktiva, ekuitas pemegang saham untuk menilai kinerja sebagai suatu persentase dari beberapa tingkat aktivitas atau investasi. Perbandingan ini disebut rasio profitabilitas (*profitability ratio*). Berikut ini adalah beberapa rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah sebagai berikut :

1) *Gross Profit Margin* (GPM)

Rasio *gross profit margin* atau margin keuntungan kotor berguna untuk mengetahui keuntungan kotor perusahaan dari

setiap barang yang dijual. *Gross profit margin* sangat dipengaruhi oleh harga pokok penjualan. Apabila harga pokok penjualan meningkat maka *gross profit margin* akan menurun, begitu pula sebaliknya. Dengan kata lain, rasio ini mengukur efisiensi pengendalian harga pokok atau biaya produksinya, mengindikasikan kemampuan perusahaan untuk memproduksi secara efisien. Formulasi dari *gross profit margin* atau GPM adalah sebagai berikut (Sawir, 2001):

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan bersih} - \text{HPP}}{\text{Penjualan bersih}} \dots\dots\dots (1)$$

2) *Operating Profit Margin* (OPM)

Operating Profit Margin merupakan laba operasi sebelum bunga dan pajak yang dihasilkan oleh setiap rupiah penjualan. *Operating Profit Margin* (OPM) dapat dihitung dengan rumus (Riyanto, 1996):

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan bersih} - \text{HPP} - \text{Biaya}}{\text{Penjualan bersih}} \dots(2)$$

3) *Net Profit Margin* (NPM)

Net Profit Margin (NPM) menggambarkan besarnya laba bersih yang diperoleh perusahaan pada setiap penjualan yang dilakukan. Dengan kata lain rasio ini mengukur laba bersih setelah pajak terhadap penjualan. Formulasi dari *net profit margin* adalah sebagai berikut (Sawir, 2001):

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan bersih}} \times 100\% \dots\dots\dots (3)$$

4) *Return on asset* (ROA)

Return on investment atau *return on assets* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan. Dengan mengetahui rasio ini, akan dapat diketahui apakah perusahaan efisien dalam memanfaatkan aktiva dalam kegiatan operasional perusahaan. Rasio ini juga memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektifitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan.

Analisis *return on investment* (ROI) dalam analisis keuangan mempunyai arti yang sangat penting sebagai salah satu teknik analisis keuangan yang bersifat menyeluruh/komprehensif. Analisis *return on investment* (ROI) ini sudah merupakan tehnik analisis yang lazim digunakan oleh pimpinan perusahaan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan. *Return on investment* (ROI) itu sendiri adalah salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk dapat mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Dengan demikian *return on investment* (ROI) menghubungkan keuntungan yang diperoleh dari operasi perusahaan (*Net*

Operating Income) dengan jumlah investasi atau aktiva yang digunakan untuk menghasilkan keuntungan operasi tersebut (*Net Operating Assets*). Sebutan lain untuk ROI adalah *Net Operating profit Rate Of Return* atau *Operating Earning Power* (Munawir, 2004). Formulasi dari *return on asset* atau ROA adalah sebagai berikut:

$$\text{Return on asset} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total aktiva}} \times 100\% \quad \dots\dots\dots (4)$$

5) *Return On Equity* (ROE)

Return on equity atau *return on net worth* mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan atau untuk mengetahui besarnya kembalian yang diberikan oleh perusahaan untuk setiap rupiah modal dari pemilik. Rasio ini dipengaruhi oleh besar kecilnya utang perusahaan, apabila proporsi utang makin besar maka rasio ini juga akan makin besar. Formulasi dari *return on equity* atau ROE adalah sebagai berikut (Sawir, 2001) :

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Modal sendiri}} \times 100\% \quad \dots\dots\dots (5)$$

Penelitian ini akan menggunakan ROA untuk mengukur profitabilitas perusahaan pertambangan.

3) Pengaruh profitabilitas dengan luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Hubungan antara pengungkapan sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan telah menjadi postulat untuk menggambarkan pandangan bahwa tanggapan sosial memerlukan gaya manajerial yang sama seperti apa yang perlu dilakukan untuk membuat perusahaan menghasilkan laba, Bowman & Haire (1916) dalam Achmad (2007). Pengungkapan sosial perusahaan dipercaya mencerminkan suatu pendekatan manajemen adaptif yang berhubungan dengan suatu lingkungan yang dinamik, multidimensial, mempunyai kemampuan untuk menghadapi tekanan sosial dan tanggap terhadap kebutuhan sosial.

Kemampuan manajemen seperti dianggap perlu untuk dipertahankan dalam lingkungan perusahaan sekarang ini (Cowen et al., 1987) meskipun demikian Bowman & Haire, (1976) dalam Achmad (2007) menyatakan bahwa profitabilitas adalah faktor yang memungkinkan manajemen bebas dan fleksibel untuk melakukan dan menyatakan pada pemegang saham program-program pertanggungjawaban sosial yang ekstensif.

b. *Leverage*

1) *Pengertian leverage*

Leverage merupakan rasio untuk mengukur besarnya aktiva yang dibiayai oleh utang atau proporsi total utang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio leverage memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat resiko tak tertagihnya suatu utang. Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai (Schipper,1981 dan Meek et,al 1995) dalam (Andreas,2009). *Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya, sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri.

Rasio *leverage* merupakan rasio yang mengukur perbandingan antara dana yang disediakan oleh pemilik perusahaan dengan dana yang berasal dari kreditor perusahaan. Rasio ini menunjukkan risiko finansial yang dihadapi perusahaan. Dengan adanya komponen modal yang berasal dari utang, pemilik akan memperoleh manfaat berupa keuntungan yang diperoleh dari penambahan modal, tetapi di sisi lain pemilik harus membayar bunga utang. Jika perusahaan memperoleh hasil yang lebih besar dari dana yang dipinjam dari pada yang harus

dibayar sebagai bunga, maka hasil pengembalian untuk para pemilik akan meningkat.

Pembiayaan dengan utang atau *leverage* keuangan menurut Brigham dan Houston (2001) memiliki tiga implikasi penting, yaitu:

1. Memeroleh dana melalui utang membuat pemegang saham dapat mempertahankan pengendalian atas perusahaan dengan investasi yang terbatas.
2. Kreditur melihat ekuitas atau dana yang disetor pemilik untuk memberikan margin pengaman, sehingga jika pemegang saham hanya memberikan sebagian kecil dari total pembiayaan, maka risiko perusahaan sebagian besar ada pada kreditur.
3. Jika perusahaan memperoleh pengembalian yang lebih besar atas investasi yang dibiayai dengan dana pinjaman dibanding pembayaran bunga, maka pengembalian atas modal pemilik akan lebih besar.

2) Pengukuran *leverage*

Rasio *leverage* yang banyak digunakan diantaranya:

1. *Total Debt to Total Assets* (DTA)

Rasio ini merupakan rasio yang mengukur besarnya total aktiva yang dibiayai oleh kreditur perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin banyak uang kreditur yang digunakan perusahaan untuk menghasilkan laba. Hal itu akan menyebabkan

perusahaan yang mempunyai beban utang besar, tetapi aktiva yang dibeli dengan utang tersebut memberi penghasilan yang lebih besar dibanding biaya utangnya sehingga *leverage* mampu menambah laba perusahaan. Formulasi dari *Total Debt Total Asset* adalah sebagai berikut (Brigham dan Houston, 2005):

$$\text{Total Debt to Total Assets} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aktiva}} \dots\dots\dots (6)$$

2. *Debt to Equity Ratio* (DER)

Debt to Equity Ratio merupakan perbandingan antara total utang dan ekuitas atau pemegang saham perusahaan. Semakin besar risiko yang dihadapi, maka investor akan meminta tingkat keuntungan yang semakin tinggi. Formulasi dari *Debt to Equity Ratio* adalah sebagai berikut (Brigham dan Houston, 2005):

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total utang}}{\text{Ekuitas}} \dots\dots\dots (7)$$

Penelitian ini akan menggunakan *Debt to Equity* untuk mengukur *leverage* perusahaan pertambangan.

3) Pengaruh *leverage* dengan luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Semakin tinggi *leverage*, besar kemungkinan perusahaan untuk melakukan pelanggaran terhadap kontrak utang, sehingga manajer akan melaporkan laba saat ini lebih tinggi dibandingkan laba masa depan (Scott, 2000) dalam Ardilla (2011). Dengan laba yang

dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang dan manajer akan memilih metode akuntansi yang akan memaksimalkan laba sekarang. Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Eddy (2005) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para debtholders.

c. Ukuran Perusahaan (*Size*)

1) Pengertian ukuran perusahaan

Brigham dan Houston (2005) mendefinisikan ukuran perusahaan sebagai rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Ukuran perusahaan merupakan karakteristik suatu perusahaan dalam hubungannya dengan struktur perusahaan.

Ukuran perusahaan diukur dari total aktiva yang dimiliki perusahaan. Definisi dari total aktiva adalah segala sumber daya yang dikuasai oleh perusahaan sebagai akibat dari transaksi masa lalu dan diharapkan akan memberikan manfaat ekonomi bagi perusahaan di masa yang akan datang. Perusahaan yang memiliki aktiva dengan jumlah besar atau disebut sebagai perusahaan besar akan mendapatkan

lebih banyak perhatian dari para investor, kreditur, pemerintah, maupun para analisis ekonomi dibandingkan dengan perusahaan kecil.

2) Pengukuran ukuran perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan cerminan besar kecilnya perusahaan yang diukur dengan logaritma natural dari total aktiva sesuai dengan pengukuran pada penelitian Putra dkk (2009). Hal ini dikarenakan proksi tersebut mampu menggambarkan ukuran perusahaan. Logaritma natural dari total aktiva dilakukan untuk mentransformasi data total aktiva sampel perusahaan yang sangat beragam.

$$Size = \text{Logaritma natural dari total aktiva}$$

3) Pengaruh ukuran perusahaan dengan luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Teori legitimasi memiliki alasan tentang hubungan ukuran perusahaan dan pengungkapan. Perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki lebih banyak pemegang saham yang punya perhatian terhadap program sosial yang dilakukan perusahaan dan laporan tahunan merupakan alat yang efisien untuk mengkomunikasikan informasi ini (Cowen et. Al., 1987) dalam Achmad (2007).

B. Penelitian yang Relevan

1. Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Wahyudiana (2012) mengenai “Pengaruh kepemilikan Manajerial, ukuran perusahaan, *profitabilitas*, dan *leverage* terhadap pengungkapan CSR (Pada Perusahaan Pertambangan yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2010). Hasil penelitian menunjukkan bahwa luas pengungkapan tanggung jawab sosial masih rendah yaitu sebesar 43,20%. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan secara simultan variabel *independen* berpengaruh secara signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial. Akan tetapi, secara parsial kepemilikan manajerial dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan, ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif sedangkan *leverage* berpengaruh signifikan negatif. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian Wahyudiana terletak pada periode waktu penelitian. Perbedaan lain terletak pada populasi yang akan diteliti, penelitian yang dilakukan Wahyudiana (2012) meneliti luas pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan periode 2008-2010 sedangkan penelitian ini akan mengambil periode 2009-2011.

2. Penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Eka (2011) dengan judul “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*”. Eka menemukan bahwa faktor tipe industri ukuran perusahaan, dan kepemilikan saham asing berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan CSR di Indonesia, Sedangkan ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan kepemilikan saham

publik tidak berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan CSR di Indonesia. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Eka terletak pada variabel independen diteliti, pada penelitian sebelumnya variabel kepemilikan saham asing akan diganti dengan variabel *leverage*. Sedangkan variabel lainnya akan tetap diteliti. Perbedaan lainnya adalah terletak penelitian ini akan memfokuskan pada perusahaan berkategori pertambangan, sedangkan penelitian Eka mengambil populasi perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3. Yoga (2011) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung jawab Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”. Variabel dalam penelitian tersebut adalah ukuran perusahaan (*size*), profil perusahaan, profitabilitas, proporsi kepemilikan saham, ukuran dewan komisaris, dan yang terakhir adalah *leverage*. Faktor-faktor yang tidak mempengaruhi indeks luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia adalah profitabilitas, proporsi kepemilikan saham, ukuran dewan komisaris dan *leverage*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Yoga adalah menggunakan tiga variabel yang sama yaitu ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas, dan *leverage*, sedangkan perbedaannya terletak pada periode waktu dan sampel.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Jayanti (2011) dengan judul “Analisis Pengaruh *Size*, Profitabilitas Dan *Leverage* Terhadap Luas Pengungkapan

CSR pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”. Jayanti melakukan penelitian pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2009 dengan menganalisis hubungan antara *size*, profitabilitas dan *leverage* terhadap pelaporan CSR. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *size* dan *leverage* yang berpengaruh signifikan terhadap tingkat luas pengungkapan CSR. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Jayanti (2011) adalah pada persamaan variabel yang digunakan, akan tetapi penelitian ini menambahkan variabel kepemilikan saham publik, dewan komisaris dan luas pengungkapan media. Penelitian ini juga mengkhususkan populasi penelitian pada perusahaan berkategori pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2009-2011.

3. Kerangka Berpikir

1. Pengaruh Profitabilitas Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Profitabilitas dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Profitabilitas perusahaan merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham (Darwis 2009). Profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.

Luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan muncul karena adanya tuntutan dari masyarakat dan para pengguna laporan keuangan terhadap dampak kegiatan bisnis perusahaan. Menurut Gray, et al. (dalam Yoga, 2011), tumbuhnya kesadaran publik akan peran perusahaan ditengah masyarakat melahirkan kritik karena menciptakan masalah sosial, polusi, penyusutan sumber daya, limbah, mutu produk, tingkat keamanan produk serta hak dan status kerja.

Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan memberikan keluwesan kepada manajemen untuk melaksanakan dan mengungkapkan CSR. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas rendah akan sangat mempertimbangkan pelaksanaan dan luas pengungkapan CSR, karena khawatir akan mengganggu operasional perusahaan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa profitabilitas perusahaan diduga berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian Zaleha (2005) dalam Aulia (2010), Amran dan Devi (2008) dalam Eka (2011), dan teori Bowman dan Haire (1916) dalam Achmad (2007).

2. Pengaruh *Leverage* terhadap Luas Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Ketergantungan perusahaan terhadap utang dalam membiayai kegiatan

operasinya tercermin dalam tingkat *leverage*. *Leverage* juga mencerminkan tingkat risiko keuangan perusahaan. Semakin tinggi tingkat *leverage* semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan.

Luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan perlunya memberikan perhatian secara seimbang terhadap kepentingan berbagai stakeholder yang beragam dalam setiap keputusan dan tindakan yang diambil oleh para pelaku bisnis melalui perilaku yang secara sosial bertanggung jawab.

Perusahaan dengan tingkat rasio *leverage* yang rendah akan lebih banyak melakukan luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan perusahaan dengan tingkat rasio *leverage* yang tinggi akan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya lebih rendah, hal ini dikarenakan perusahaan harus mengurangi biaya-biaya untuk melakukan luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *leverage* diduga berpengaruh negatif terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

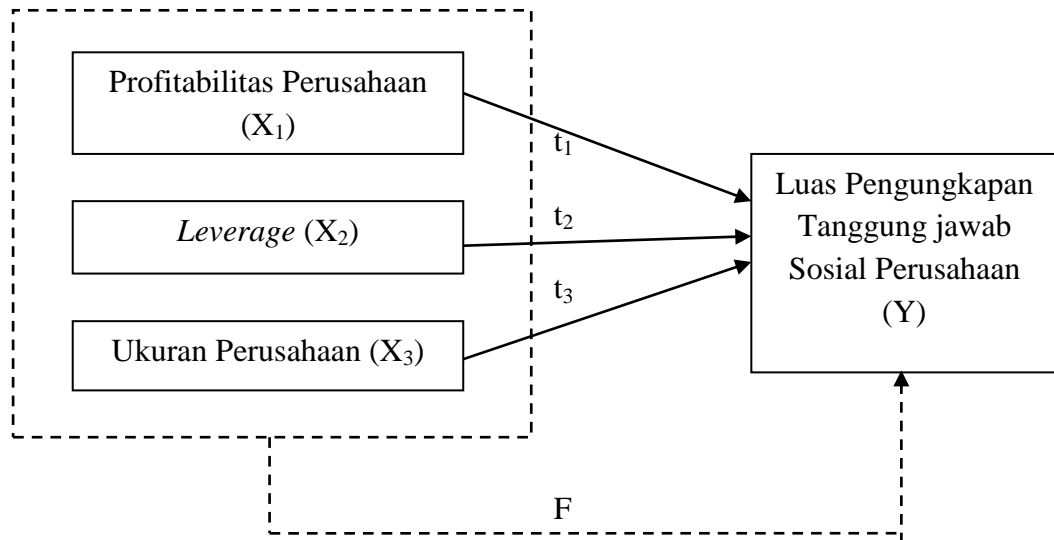
3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan rata-rata total aktiva. Perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, luas pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan.

Menurut Nor Hadi (2011) tanggung jawab sosial perusahaan yaitu perusahaan yang mampu menghasilkan produk yang berorientasi positif dan ramah lingkungan.

Tingkat keluasan informasi dalam kebijakan luas pengungkapan perusahaan akan meningkat seiring dengan meningkatnya ukuran perusahaan. Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki tuntutan publik (*public demand*) akan informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang berukuran kecil. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan diduga berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

4. Paradigma Penelitian



Gambar 1. Paradigma Penelitian

Sumber: Data yang diolah

Keterangan : \longrightarrow : Uji t hitung (pengujian parsial)
 \dashrightarrow : Uji F hitung (pengujian simultan)

5. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan tinjauan teoritis dan hasil temuan empiris diatas, maka penulis tertarik untuk membuktikan lebih lanjut pengaruh profitabilitas perusahaan, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan pertambangan di BEI periode 2009-2011, dengan mengajukan hipotesis :

H₁ : Profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2009-2011.

- H₂ : *Leverage* perusahaan berpengaruh negatif terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2009-2011.
- H₃ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2009-2011.
- H₄ : Profitabilitas perusahaan, *leverage*, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2009-2011.

BAB III

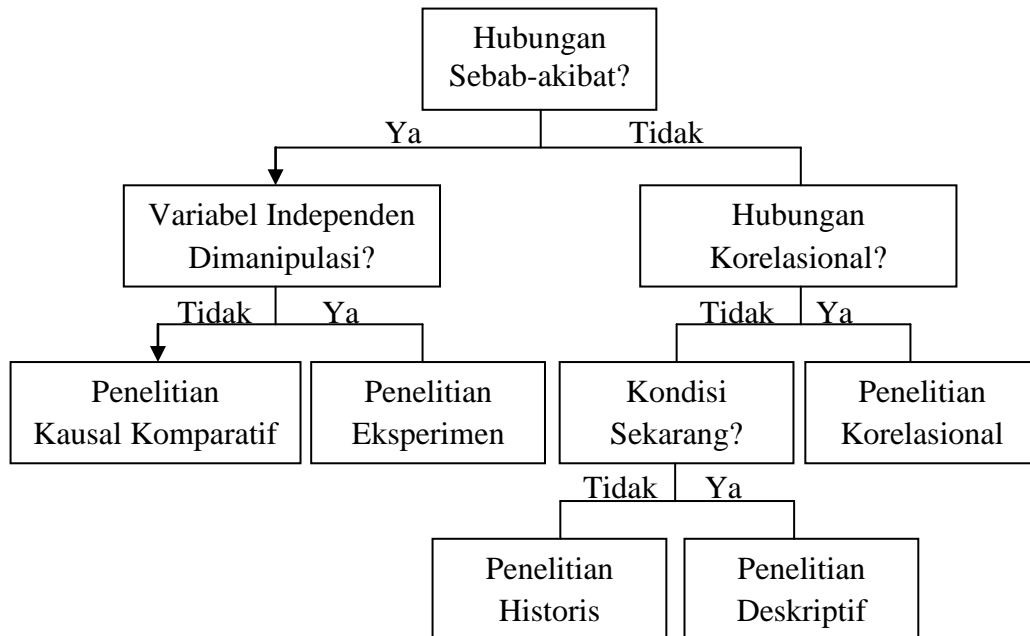
METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian korelasional (*correlational research*) merupakan tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan korelasional antara dua variabel atau lebih. Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan ada tidaknya korelasi antar variabel atau membuat prediksi berdasarkan korelasi antar variabel. Jika tingkat hubungan antar variabel relatif tinggi, kemungkinan sifat hubungannya merupakan hubungan sebab-akibat (*causal-effect*). Hubungan antar variabel yang berupa sebab-akibat dapat diteliti melalui tipe penelitian kausal-komparatif dan eksperimen (Indriantoro dan Supomo. 2002: 27).

Lebih jauh menurut Yoga (2012) penelitian kausal-komparatif (*causal-comparative research*) merupakan tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih. Peneliti melakukan pengamatan terhadap konsekuensi-konsekuensi yang timbul dan menelusuri kembali fakta yang secara masuk akal sebagai faktor penyebabnya. Penelitian kausal komparatif merupakan tipe penelitian *ex post facto*, yaitu tipe penelitian terhadap data yang dikumpulkan setelah terjadinya suatu fakta atau peristiwa. Peneliti dapat mengidentifikasi fakta atau peristiwa tersebut sebagai variabel yang dipengaruhi (variabel terikat) dan melakukan penyelidikan terhadap

variabel-variabel yang mempengaruhi (variabel bebas). Penelitian ini merupakan penelitian *ex post facto*.



Gambar 2. Skema Klasifikasi Berdasarkan Karakteristik Masalah
Sumber: Indriantoro dan Supomo (2002: 28)

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah semua nilai baik hasil perhitungan maupun pengukuran, baik kuantitatif maupun kualitatif, daripada karakteristik tertentu mengenai sekelompok obyek yang lengkap dan jelas (Usman, 2003). Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2009-2011.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Peneliti akan mampu menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terhadap populasi penelitian (Sekaran, 2006). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* yaitu data yang dipilih berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah:

- a. Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebelum tahun 2009.
- b. Perusahaan yang pernah masuk dalam kelompok pertambangan pada Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut dari tahun 2009 – 2011.
- c. Perusahaan yang termasuk dalam kelompok pertambangan yang telah mempublikasikan laporan tahunan pada kurun waktu 2009 – 2011.
- d. Perusahaan yang termasuk dalam kelompok pertambangan dan melaporkan aktifitas tanggungjawab sosial perusahaan dalam laporan tahunannya secara berturut-turut dari tahun 2009-2011.
- e. Perusahaan yang termasuk dalam kelompok pertambangan yang memiliki data lengkap dan diperlukan dalam penelitian pada kurun waktu 2009-2011.

C. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang tergantung oleh variabel lain. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah luas pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan yang dinotasikan dengan Y. Perhitungan CSRDI (*corporate social responsibility disclosure index*) dilakukan dengan mengukur luas pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan. Pengukuran dalam penelitian ini mengacu pada penelitian Sembiring (2005), yaitu melalui *checklist* yang dilakukan dengan melihat luas pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dalam tujuh kategori. Ketujuh kategori tersebut adalah lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum.

Pendekatan untuk menghitung CSRDI pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan (Haniffa dkk, 2005 dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Selanjutnya, skor dari setiap item yang diungkapkan tersebut dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Total skor tersebut kemudian dibagi dengan jumlah kategori item atau keseluruhan item yang diharapkan. Rumus perhitungan CSRDI (Sembiring, 2005) adalah sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j} \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

CSRDI_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j,

n_j : jumlah item untuk perusahaan j, n_j ≤ 79 indikator

X_{ij} : *dummy variable*: 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan.

Dengan demikian, 0 ≤ CSRDI_j ≤ 1.

2. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang berdiri sendiri dan tidak tergantung variabel lain. Variabel independen yang digunakan adalah:

a. Profitabilitas Perusahaan

Profitabilitas perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Dalam penelitian ini menggunakan *return on asset* (ROA) yang menunjukkan seberapa banyak laba bersih yang bisa diperoleh dari seluruh kekayaan yang dimiliki perusahaan. Rasio ini merupakan rasio terpenting untuk mengetahui profitabilitas suatu perusahaan. ROA merupakan ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Ada pun pengukurannya dengan menggunakan rumus (Munawir,2004):

$$Return\ On\ Asset = \frac{\text{laba bersih setelah pajak}}{\text{total aktiva}} \times 100\% \dots\dots\dots (2)$$

b. *Leverage*

Rasio *leverage* merupakan suatu rasio yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu mempergunakan uang yang dipinjamnya. Rasio ini merupakan rasio yang mengukur besarnya total aktiva yang dibiayai oleh kreditur perusahaan. Rasio *leverage* yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus (Brigham dan Houston, 2005):

$$Total\ Debt\ to\ Total\ Assets = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aktiva}} \dots\dots\dots (3)$$

c. Ukuran Perusahaan (*Size*)

Ukuran perusahaan merupakan karakteristik suatu perusahaan dalam hubungannya dengan struktur perusahaan. Hal ini menyebabkan kecenderungan perusahaan memerlukan dana yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang lebih kecil. Kebutuhan akan pendanaan yang lebih besar memiliki kecenderungan bahwa perusahaan menginginkan pertumbuhan dalam laba. Ukuran perusahaan merupakan cerminan besar kecilnya perusahaan yang diukur dengan logaritma natural dari total aktiva sesuai dengan pengukuran pada penelitian Putra dkk (2009). Hal ini dikarenakan proksi tersebut mampu menggambarkan ukuran perusahaan.

Logaritma natural dari total aktiva dilakukan untuk mentransformasi data total aktiva sampel perusahaan yang sangat beragam.

$$Size = \text{Logaritma natural dari total aktiva} \dots\dots\dots (4)$$

D. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah total aktiva, laba bersih setelah pajak (EAT), total utang, dan laporan CSR. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi. Metode ini dilakukan dengan mencatat atau mengumpulkan data-data perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam kelompok pertambangan selama periode 2009-2011, dimana data-data ini diperoleh dari laporan tahunan dan yang diterbitkan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) yang dapat diakses melalui www.idx.co.id, laporan hasil penelitian ilmiah dan jurnal penelitian ilmiah

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data kuantitatif. Alat analisis data yang digunakan adalah SPSS versi 17.0 SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) adalah sebuah program komputer yang digunakan untuk menganalisa sebuah data dengan analisis statistika. Data hasil penelitian yang telah dikumpulkan kemudian akan dianalisis dengan:

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Pengujian normalitas distribusi data populasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk menguji normalitas residual, peneliti menggunakan uji statistik non-parametrik kolmogorov- smirnov (*K-S*). uji *K-S* dilakukan dengan menggunakan hipotesis :

H_o : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat nilai *2 tailed significant*. Jika data memiliki tingkat signifikansi $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_o diterima, sehingga dikatakan data berdistribusi normal (Ghozali, 2009).

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas terjadi jika ada hubungan linear yang sempurna atau hampir sempurna antara beberapa atau semua variabel independen dalam model regresi.

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (Ghozali, 2009). Untuk menguji adanya

multikolinieritas dapat dilakukan dengan menganalisis korelasi antar variabel dan perhitungan nilai *tolerance* serta *variance inflation factor (VIF)*. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Multikolinieritas terjadi jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95%. Nilai *VIF* lebih besar dari 10, apabila *VIF* kurang dari 10 dapat dikatakan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model adalah dapat dipercaya dan objektif (Ghozali, 2009).

c. 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 yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini yaitu uji glejser.

Uji glejser yaitu meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independensi (Ghozali, 2009). Jika nilai probabilitas

signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5% maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Alat ukur yang digunakan untuk mendeteksi adanya autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan tes *Durbin-Watson* (DW), dengan kriteria (Ghozali, 2009):

1. Bila nilai DW antara d_u dan $(4-d_u)$ berarti tidak terjadi autokorelasi.
2. Bila $DW < d_l$ berarti terjadi autokorelasi positif.
3. Bila $DW > (4-d_l)$ berarti terjadi autokorelasi negatif.
4. Bila DW antara $(4-d_u)$ dan $(4-d_l)$ berarti hasil tidak dapat disimpulkan.

2. Analisis Regresi

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda karena terdapat lebih dari dua variabel independen (X). Persamaan regresi untuk penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Pada penelitian ini yang diuji adalah proksi dari luas pengungkapan tanggungjawab sosial maka persamaan tersebut dapat dijabarkan dalam bentuk persamaan-persamaan sebagai berikut :

$$CSRDI = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

CSRDI	: <i>Corporate Social Responsibility Disclosure Index</i>
<i>a</i>	: koefisien konstanta
<i>b</i> ₁	: Koefisien regresi <i>X</i> ₁
<i>b</i> ₂	: Koefisien regresi <i>X</i> ₂
<i>b</i> ₃	: Koefisien regresi <i>X</i> ₃
<i>X</i> ₁	: Profitabilitas perusahaan
<i>X</i> ₂	: <i>Leverage</i>
<i>X</i> ₃	: Ukuran Perusahaan
<i>e</i>	: <i>Error</i> atau variabel pengganggu

3. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dimaksudkan untuk mengetahui apakah ada pengaruh profitabilitas perusahaan, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap luas pengungkapan tanggungjawab sosial. Hipotesis pertama, kedua, dan ketiga dengan menggunakan uji parsial (t- statistik) untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat, sedangkan hipotesis keempat akan diukur dengan uji simultan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama.

a. Uji parsial (Uji statistik t)

Uji stastistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam

menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2009). Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Hal ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Hal ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F- hitung dimaksudkan untuk menguji model regresi atas pengaruh seluruh variabel independen (X_1 , X_2 , dan X_3) secara simultan terhadap variabel terikat. Hipotesis dalam uji F adalah sebagai berikut:

i. $H_0 ; b_1, b_2, b_3 = 0$

Ini berarti tidak ada pengaruh variabel independen (X_1 , X_2 , dan X_3) secara simultan terhadap variabel dependen.

ii. $H_a ; b_1, b_2, b_3 \neq 0$

Ini berarti ada pengaruh variabel independen (X_1 , X_2 , dan X_3) secara simultan terhadap variabel dependen.

Apabila probabilitas tingkat kesalahan dari F- hitung lebih kecil dari tingkat signifikansi tertentu (signifikansi 5%) maka variabel X_1 , X_2 , dan X_3 secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (Ghozali, 2009).

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen (X_1 , X_2 , dan X_3) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen.

Jika nilai *Adjusted* R^2 semakin besar atau semakin mendekati angka 1, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen semakin sempurna, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model dapat menjelaskan 100% variasi variabel dependen. Dapat juga dikatakan bahwa *Adjusted* $R^2=0$ berarti tidak ada hubungan antara variabel bebas dengan variabel terkait, sedangkan *Adjusted* $R^2=1$ menandakan suatu hubungan yang sempurna.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2009-2011. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan yang terdapat pada *Annual Report* di Bursa Efek Indonesia, melalui website resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id). Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria tertentu.

Kriteria dalam pengambilan sampel ini yaitu :

- a. Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebelum tahun 2009.
- b. Perusahaan yang pernah masuk dalam kelompok pertambangan pada Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut dari tahun 2009 – 2011.
- c. Perusahaan yang termasuk dalam kelompok pertambangan yang telah mempublikasikan laporan tahunan pada kurun waktu 2009 – 2011.
- d. Perusahaan yang termasuk dalam kelompok pertambangan dan melaporkan aktifitas tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunannya secara berturut-turut dari tahun 2009-2011.

- e. Perusahaan yang termasuk dalam kelompok pertambangan yang memiliki data lengkap dan diperlukan dalam penelitian pada kurun waktu 2009-2011.

Berdasarkan kriteria yang ditentukan sebelumnya oleh penulis, terdapat 11 perusahaan yang terpilih dari daftar perusahaan pertambangan yang datanya sesuai dengan kebutuhan penelitian. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel profitabilitas perusahaan, *leverage*, dan ukuran perusahaan.

Berdasarkan metode pengambilan sampel ini, maka diperoleh sebanyak 11 perusahaan sampel, sehingga dalam 3 tahun penelitian diperoleh 33 data pengamatan yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini.

B. Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan deskripsi tentang data setiap variabel-variabel penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini. Data tersebut meliputi jumlah data, nilai minimum, nilai maximum, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi. Penelitian ini menggunakan variabel profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen, serta luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai variabel dependen. Pada bagian ini akan disajikan deskripsi data yang diperoleh dari data yang telah diolah dengan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) Version 16.0 For Windows

meliputi tabel distribusi frekuensi dan histogram dari masing-masing variabel.

1. Luas Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan

Luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan hasil pembagian, jumlah skor dari setiap item CSR yang diungkapkan dengan jumlah kategori item atau keseluruhan item yang diharapkan. Berdasarkan data yang telah diolah menggunakan program *SPSS Version 16.0 For Windows*, maka hasil perhitungan analisis deskriptif atas variabel luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat disajikan pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Hasil Perhitungan Analisis Deskriptif Variabel Luas Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan	33	.68	.09	.77	.4309	.20525	.042
Valid N (listwise)	33						

Sumber: Lampiran VII, halaman 109

Tabel 1 di atas menunjukkan variabel luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki nilai *mean* (rata-rata) sebesar 0,4309, standar deviasi sebesar 0,20525, *variance* (varians) sebesar 0,042 dan *range* (rentang data) sebesar 0,68. Nilai minimum dari luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah sebesar 0,09 dicapai oleh PT

Ratu Prabu Energi Tbk. Nilai maksimum luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 0,77 dicapai oleh PT Indo Tambangraya Megah Tbk. Hal ini berarti bahwa dalam periode penelitian, terdapat perusahaan yang mencapai luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tertinggi yaitu sebesar 0,77 dan luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terendah sebesar 0,09 serta memiliki rata-rata luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 0,4309.

Tabel distribusi frekuensi disusun untuk mempermudah pembacaan data dengan terlebih dahulu menghitung jumlah kelas interval, rentang data, dan menghitung panjang kelas. Kelas interval dihitung dengan menggunakan rumus *Sturges*, yaitu jumlah kelas interval = $1 + 3,3 \text{ Log } n$. Dari rumus *Sturges* dapat diketahui jumlah kelas interval = $1 + 3,3 \text{ Log } 33 = 6,0$. Dari hasil perhitungan analisis deskriptif telah diketahui rentang data sebesar 0,68. Panjang kelas diperoleh dengan membagi rentang data dengan jumlah kelas, yaitu $0,68 : 6 = 0,113$. Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat disusun distribusi frekuensi variabel luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan seperti ditunjukkan pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Tabel Distribusi Frekuensi Variabel luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

No	Kelas Interval	Frekuensi	%
1	0,09 - 0,20	5	15,15
2	0,21 - 0,32	8	24,24
3	0,33 - 0,44	5	15,15
4	0,45 - 0,56	3	9,09
5	0,57 - 0,68	8	24,24
6	0,69 - 0,81	4	12,12
Jumlah		33	100

Sumber : Data sekunder diolah

Berdasarkan distribusi frekuensi di atas dapat digambarkan histogram sebagai berikut:



Gambar 3. Histogram Distribusi Frekuensi Variabel Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

2. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan hasil pembagian dari laba bersih setelah pajak dibagi dengan total aktiva dengan *Return On Asset* (ROA). Berdasarkan data yang telah diolah menggunakan program *SPSS Version 16.0 For*

Windows, maka hasil perhitungan analisis deskriptif atas variabel profitabilitas (Rasio P/E) dapat disajikan pada tabel 3 Berikut ini:

Tabel 3. Hasil Perhitungan Analisis Deskriptif Variabel profitabilitas

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
profitabilitas	33	0.57	-0.22	0.35	0.0342	0.13167	0.017
Valid N (listwise)	33						

Sumber: Lampiran VII, halaman 109

Tabel 3 di atas menunjukkan variabel profitabilitas memiliki nilai *mean* (rata-rata) sebesar 0,342 standar deviasi sebesar 0,13167, *variance* (varians) sebesar 0,017 dan *range* (rentang data) sebesar 0,57. Nilai minimum dari profitabilitas adalah sebesar -0,22 dicapai oleh PT ATPK Resources Tbk. Nilai maksimum profitabilitas sebesar 0,35 dicapai oleh PT Indo Tambangraya Megah Tbk. Hal ini berarti bahwa dalam periode penelitian, terdapat perusahaan yang mencapai profitabilitas tertinggi yaitu sebesar 0,35 dan profitabilitas terendah sebesar -0,22 serta memiliki rata-rata profitabilitas sebesar 0,342.

Tabel distribusi frekuensi disusun untuk mempermudah pembacaan data dengan terlebih dahulu menghitung jumlah kelas interval, rentang data, dan menghitung panjang kelas. Kelas interval dihitung dengan menggunakan rumus *Sturges*, yaitu jumlah kelas interval = $1 + 3,3 \text{ Log } n$. Dari rumus *Sturges* dapat diketahui jumlah kelas interval = $1 + 3,3 \text{ Log } 33 = 6,0$. Dari hasil perhitungan analisis deskriptif telah diketahui rentang

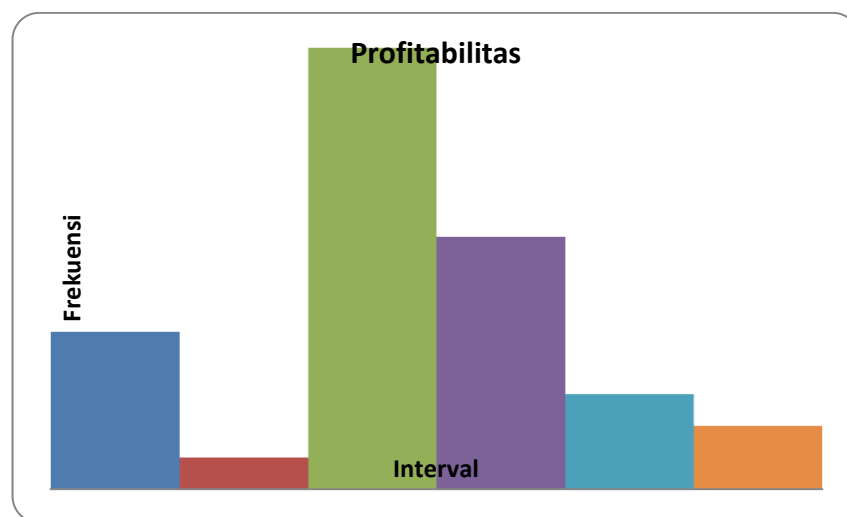
data sebesar 0,57. Panjang kelas diperoleh dengan membagi rentang data dengan jumlah kelas, yaitu $0,57 : 6 = 0,095$. Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat disusun distribusi frekuensi variabel profitabilitas seperti ditunjukkan pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Profitabilitas

No	Kelas Interval	Frekuensi	%
1	(-0,22) - (-0,126)	5	15,15
2	(-0,125) - (-0,04)	1	3,03
3	(-0,03) - (0,064)	14	42,42
4	0,065 - 0,15	8	24,24
5	0,16 - 0,254	3	9,09
6	0,255 - 0,35	2	6,06
Jumlah		33	100

Sumber : Data sekunder diolah

Berdasarkan distribusi frekuensi di atas dapat digambarkan histogram sebagai berikut:



Gambar 4. Histogram Distribusi Frekuensi Variabel Profitabilitas

3. Leverage

Leverage merupakan hasil pembagian dari total utang dengan total aktiva. Berdasarkan data yang telah diolah menggunakan program SPSS

Version 16.0 For Windows, maka hasil perhitungan analisis deskriptif atas variabel *leverage* dapat disajikan pada tabel 5 berikut ini:

Tabel 5. Hasil Perhitungan Analisis Deskriptif Variabel *leverage*

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Leverage	33	.80	.03	.83	.4497	.20101	.040
Valid N (listwise)	33						

Sumber: Lampiran VII, halaman 109

Tabel 5 di atas menunjukkan variabel *leverage* memiliki nilai *mean* (rata-rata) sebesar 0,4497, standar deviasi sebesar 0,20101, *variance* (varians) sebesar 0,040 dan *range* (rentang data) sebesar 0,80. Nilai minimum dari *leverage* adalah sebesar 0,03 dicapai oleh PT Benakat Petroleum Energy Tbk. Nilai maksimum *leverage* sebesar 0,83 dicapai oleh PT Energi Mega Persada Tbk. Hal ini berarti bahwa dalam periode penelitian, terdapat perusahaan yang mencapai *leverage* tertinggi yaitu sebesar 0,83 dan *leverage* terendah sebesar 0,03 serta memiliki rata-rata *leverage* sebesar 0,4497.

Tabel distribusi frekuensi disusun untuk mempermudah pembacaan data dengan terlebih dahulu menghitung jumlah kelas interval, rentang data, dan menghitung panjang kelas. Kelas interval dihitung dengan menggunakan rumus *Sturges*, yaitu jumlah kelas interval = $1 + 3,3 \text{ Log } n$. Dari rumus *Sturges* dapat diketahui jumlah kelas interval = $1 + 3,3 \text{ Log } 33 = 6,0$. Dari hasil perhitungan analisis deskriptif telah diketahui rentang data sebesar 0,80. Panjang kelas diperoleh dengan membagi rentang data

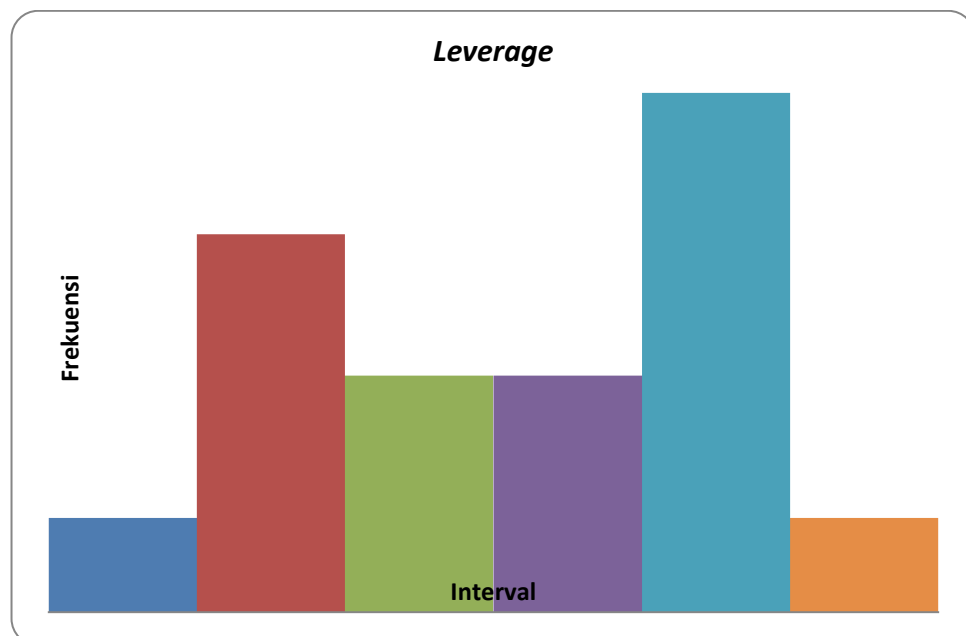
dengan jumlah kelas, yaitu $0,80 : 6 = 0,13$. Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat disusun distribusi frekuensi variabel *leverage* seperti ditunjukkan pada tabel 6 berikut ini:

Tabel 6. Tabel Distribusi Frekuensi Variabel *Leverage*

No	Kelas Interval	Frekuensi	%
1	0,03 - 0,16	2	6,06
2	0,17 - 0,29	8	24,24
3	0,30 - 0,42	5	15,15
4	0,43 - 0,55	5	15,15
5	0,56 - 0,69	11	33,33
6	0,70 - 0,83	2	6,06
Jumlah		33	100

Sumber : Data sekunder diolah

Berdasarkan distribusi frekuensi di atas dapat digambarkan histogram sebagai berikut:



Gambar 5. Histogram Distribusi Frekuensi Variabel *Leverage*

4. Ukuran Perusahaan (*Size*)

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan cerminan besar kecilnya perusahaan yang diukur dengan logaritma natural dari total aktiva. Berdasarkan data yang telah diolah menggunakan program *SPSS Version 16.0 For Windows*, maka hasil perhitungan analisis deskriptif atas variabel ukuran perusahaan dapat disajikan pada tabel 7 berikut ini:

Tabel 7. Hasil Perhitungan Analisis Deskriptif Variabel ukuran perusahaan

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
ukuran perusahaan	33	7.37	23.11	30.48	27.1982	2.37548	5.643
Valid N (listwise)	33						

Sumber: Lampiran VII, halaman 110

Tabel 7 di atas menunjukkan variabel ukuran perusahaan memiliki nilai *mean* (rata-rata) sebesar 27,1982, standar deviasi sebesar 2,37548, *variance* (varians) sebesar 5,643 dan *range* (rentang data) sebesar 7,37. Nilai minimum dari ukuran perusahaan adalah sebesar 23,11 dicapai oleh PT Indo Tambangraya Megah Tbk. Nilai maksimum ukuran perusahaan sebesar 30,48 dicapai oleh PT Energi Mega Persada Tbk. Hal ini berarti bahwa dalam periode penelitian, terdapat perusahaan yang mencapai ukuran perusahaan tertinggi yaitu sebesar 23,11 dan ukuran perusahaan terendah sebesar 7,37 serta memiliki rata-rata ukuran perusahaan sebesar 27,1982.

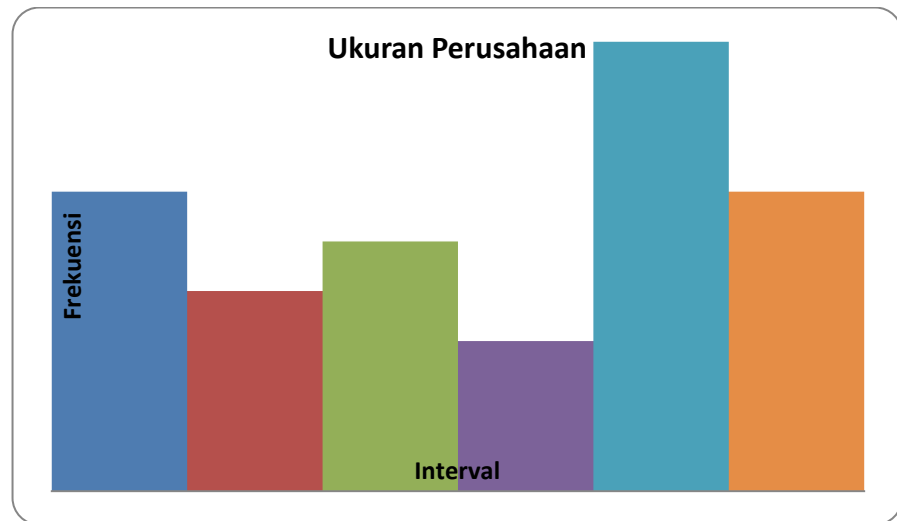
Tabel distribusi frekuensi disusun untuk mempermudah pembacaan data dengan terlebih dahulu menghitung jumlah kelas interval, rentang data, dan menghitung panjang kelas. Kelas interval dihitung dengan menggunakan rumus *Sturges*, yaitu jumlah kelas interval = $1 + 3,3 \text{ Log } n$. Dari rumus *Sturges* dapat diketahui jumlah kelas interval = $1 + 3,3 \text{ Log } 33 = 6,0$. Dari hasil perhitungan analisis deskriptif telah diketahui rentang data sebesar 7,37. Panjang kelas diperoleh dengan membagi rentang data dengan jumlah kelas, yaitu $7,37 : 6 = 1,228$ dibulatkan menjadi 1,23. Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat disusun distribusi frekuensi variabel ukuran perusahaan seperti ditunjukkan pada tabel 8 berikut ini:

Tabel 8. Tabel Distribusi Frekuensi Variabel ukuran perusahaan

No	Kelas Interval	Frekuensi	%
1	23,11 - 24,33	6	18,18
2	24,34 - 25,56	4	12,12
3	25,57 - 26,79	5	15,15
4	26,8 - 28,02	3	9,09
5	28,03 - 29,25	9	27,27
6	29,26 - 30,48	6	18,18
Jumlah		33	100

Sumber : Data sekunder diolah

Berdasarkan distribusi frekuensi di atas dapat digambarkan histogram sebagai berikut:



Gambar 6. Histogram Distribusi Frekuensi Variabel Ukuran Perusahaan

C. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas dalam pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengujian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*, untuk mengetahui apakah data terdistribusi secara normal atau tidak. Berikut ini adalah hasil rangkuman pengujian normalitas dengan uji *Kolmogorov Smirnov*:

Tabel 9. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		33
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.13566622
Most Extreme Differences	Absolute	.153
	Positive	.078
	Negative	-.153
Kolmogorov-Smirnov Z		.881
Asymp. Sig. (2-tailed)		.419

a. Test distribution is Normal.

Sumber Lampiran VIII, halaman 111

Berdasarkan hasil uji normalitas dapat diketahui nilai *Kolmogorov Smirnov* sebesar 0,887 dengan signifikansi sebesar 0,419. Nilai $Sig = 0,419 > \alpha = 0,05$ mempunyai arti bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas ini digunakan untuk mengambil keputusan dalam memilih jenis persamaan estimasi yang akan digunakan, apakah persamaan logaritma, kubik, kuadratik, atau inverse. Pengujian ini perlu dilakukan sehingga hasil analisis yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan dalam pengambilan beberapa kesimpulan penelitian yang diperlukan (Sudarmanto, 2005: 125).

Uji linearitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji *Lagrange Multiplier* (Imam Ghazali, 2009: 155). Estimasi dengan uji ini

bertujuan untuk mendapatkan nilai c^2 hitung ($n \times R^2$) dengan cara menghubungkan nilai residual dari persamaan regresi utama dengan nilai kuadrat variabel independen. Hasil uji linearitas dapat dilihat pada tabel 10 sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Linieritas

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.750 ^a	.563	.518	.14251

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas

b. Dependent Variable: Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Sumber : Lampiran VIII, halaman 111

Berdasarkan hasil uji *Langrange Multiplier* diperoleh nilai R^2 sebesar 0,563, maka besarnya C^2 hitung = $n \times R^2 = 33 \times 0,563 = 18,579$. Dengan demikian C^2 hitung (18,579) < C^2 tabel (47,400) sehingga dapat disimpulkan model regresi tersebut linear.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen.

Tabel 11. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Profitabilitas	0,807	1,240
<i>Leverage</i>	0,953	1,049
Ukuran perusahaan	0,797	1,254

Sumber: Lampiran VIII, halaman 112

Dari tabel diatas terlihat bahwa semua nilai VIF berada di bawah 10 dan dengan nilai *tolerance* diatas 0,10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Multikolinearitas.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas.

Tabel 12. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan uji *glejser*.

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.253	.156		1.618	.116		
Profitabilitas	-.075	.103	-.148	-.730	.471	.807	1.240
Leverage	-.018	.062	-.054	-.290	.774	.953	1.049
Ukuran Perusahaan	-.005	.006	-.165	-.806	.427	.797	1.254

a. Dependent Variable:
ABS_RES

Sumber: Lampiran VIII, halaman 112

Berdasarkan tabel 11 di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

5. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Pengujian autokorelasi dapat dilakukan dengan Uji *Durbin-Watson*. Berikut ini dasar yang dapat dipergunakan untuk pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi (Imam Ghozali, 2011: 111).

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No decision</i>	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negatif	<i>No decision</i>	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

Tabel 13. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.750 ^a	.563	.518	.14251	1.234

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas

b. Dependent Variable: Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Sumber: Lampiran VIII, halaman 113

Berdasarkan tabel 12 menunjukkan bahwa nilai *Durbin-Watson* adalah sebesar 1,234 sedangkan dari tabel *Durbin-Watson* dengan signifikansi 0,05 dan jumlah data $(n) = 33$, serta $k = 3$ (k adalah jumlah variabel independen) diperoleh nilai dL sebesar 1,258 dan dU sebesar 1,651. Nilai dW sebesar 1,234 lebih kecil dari *Durbin-Watson* (d) sebesar 1,258 sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak mempunyai autokorelasi.

D. Hasil Uji Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi linier berganda. Teknik analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menguji hipotesis pertama, kedua, dan ketiga. Hal ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Sedangkan teknik analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis keempat. Hal ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Teknik analisis tersebut dilakukan dengan

menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) Version 16,0 For Windows.

a. Pengujian Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011. Dalam pengujian hipotesis ini digunakan analisis regresi sederhana. Hasil regresi sederhana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 14. Ringkasan Hasil Analisis regresi linier sederhana (profitabilitas)

Variabel	Nilai r			Nilai t		sig	Kons-tanta	Koefi-sien
	r _{hitung}	r _{tabel}	r ²	t _{hitung}	t _{tabel}			
profitabilitas	0,570	0,344	0,325	3,859	2,035	0,001	0,401	0,888

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil regresi linier sederhana tersebut dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,401 + 0,888\text{Profitabilitas}$$

Persamaan diatas menunjukkan bahwa koefisien regresi Profitabilitas sebesar 0,888. Nilai tersebut berarti bahwa setiap peningkatan Profitabilitas sebesar satu poin, maka luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan naik sebesar 0,888 poin. Tanda positif pada koefisien regresi dan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari dari taraf signifikansi yang telah ditetapkan yaitu 0,05

menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan hasil uji hipotesis tersebut, dapat dikatakan bahwa hipotesis pertama yang berbunyi “profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang diukur dengan *Return on Asset* (ROA) perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2009-2011” diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang diukur dengan *Return On Asset* (ROA) perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2009-2011.

b. Pengujian Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011. Dalam pengujian hipotesis ini digunakan analisis regresi sederhana. Hasil regresi sederhana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 15. Ringkasan Hasil Analisis regresi linier sederhana (*leverage*)

Variabel	Nilai r			Nilai t		sig	Kons-tanta	Koefi-sien
	r _{hitung}	r _{tabel}	r ²	t _{hitung}	t _{tabel}			
<i>leverage</i>	0,85	0,344	0,07	-0,475	2,035	0,638	0,470	-0,87

Sumber: data diolah

Berdasarkan hasil regresi linier sederhana tersebut dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,470 - 0,87Leverage.$$

Persamaan diatas menunjukkan bahwa koefisien regresi *leverage* sebesar -0,87. Nilai tersebut berarti bahwa setiap peningkatan *leverage* sebesar satu poin, maka luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan turun sebesar -0,87. Tanda negatif pada koefisien regresi dan nilai signifikansi sebesar 0,638 lebih besar dari taraf signifikansi yang telah ditetapkan yaitu 0,05 menunjukkan pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan hasil uji hipotesis tersebut, dapat dikatakan bahwa hipotesis kedua yang berbunyi "*leverage* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2009-2011" ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *leverage* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang diukur dengan *Total Debt to Total Assets* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2009-2011.

c. Pengujian Hipotesis Ketiga

Hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini adalah Rasio ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial

perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011. Dalam pengujian hipotesis ini digunakan analisis regresi sederhana. Hasil regresi sederhana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 16. Ringkasan Hasil Analisis regresi linier sederhana (Ukuran Perusahaan)

Variabel	Nilai r			Nilai t		sig	Kons-tanta	Koefi-sien
	r _{hitung}	r _{tabel}	r ²	t _{hitung}	t _{tabel}			
Ukuran perusahaan	0,191	0,344	0,037	1,084	2,035	0,287	-0,018	0,017

Sumber: data diolah

Berdasarkan hasil regresi linier sederhana tersebut dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,018 + 0,017\text{Ukuran Perusahaan}$$

Persamaan diatas menunjukkan bahwa koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar 0,017. Nilai tersebut berarti bahwa setiap peningkatan ukuran perusahaan sebesar satu poin, maka luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pertambangan akan naik sebesar 0,017 poin. Tanda positif pada koefisien regresi dan nilai signifikansi sebesar 0,287 lebih besar dari taraf signifikansi yang telah ditetapkan yaitu 0,05 menunjukkan pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan hasil uji hipotesis tersebut, dapat dikatakan bahwa hipotesis pertama yang berbunyi “bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2009-

2011” ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang diukur dengan logaritma natural dari total aktiva.

d. Pengujian Hipotesis Keempat

Hipotesis kelima menyatakan bahwa profitabilitas perusahaan, *leverage*, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2009-2011. Untuk menguji hipotesis tersebut dilakukan dengan analisis regresi linier berganda sehingga dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 17. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Nilai R dan R ²		Nilai F		Sig	Konstanta	Koefisien
	R	R ²	F _{hitung}	F _{tabel}			
profitabilitas	0,750	0,563	12,459	2,892	0,000	-0,869	1,241
<i>leverage</i>							-0,062
Ukuran perusahaan							0,047

Sumber: Lampiran X halaman 117

1) Koefisien Korelasi (R)

Berdasarkan tabel 16 di atas, dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi (R) adalah sebesar 0,750. Dari tabel 16 di atas, dapat dilihat pula bahwa nilai koefisien korelasi (R) tidak terdapat tanda negatif, oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pengaruh secara bersama-sama variable “Pengaruh Profitabilitas Perusahaan, *Leverage*, dan

Ukuran Perusahaan terhadap Luas pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2009 – 2011” menunjukkan arah positif.

2) Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan tabel 16 di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,563. Dari nilai tersebut dapat diartikan bahwa sebesar 5,63% variasi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011 dapat dijelaskan oleh variasi profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan, sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 5,6\% = 94,4\%)$ dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model ini.

3) Uji Signifikansi Regresi Berganda (Uji F)

Pengujian signifikansi regresi berganda dilakukan dengan cara membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} atau dapat pula dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas signifikansi dengan tingkat signifikansi yang telah ditentukan, yaitu sebesar 0,05. Berdasarkan tabel 16 di atas, dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 12,459 jika dibandingkan dengan F_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 yaitu sebesar 2,892, maka F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} ($2,892 < 12,459$). Nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 juga menunjukkan nilai yang lebih kecil dari pada tingkat signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05 ($0,000 < 0,05$).

Berdasarkan hasil uji hipotesis tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan secara bersama-sama memiliki pengaruh positif signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011. Dengan demikian, hipotesis kelima yang menyatakan bahwa “Profitabilitas Perusahaan, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011”.

4) Persamaan Regresi

Dengan melihat nilai konstanta dan koefisien regresi pada tabel 16 di atas, dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan} = -0,869 + 1,241\text{Profitabilitas} - 0,062\text{Leverage} + 0,047\text{Luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.}$$

Dari persamaan diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a : Koefisien regresi profitabilitas menunjukkan nilai sebesar 1,241, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yaitu profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diterima. Tanda koefisien regresi ini adalah positif. Ini berarti peningkatan profitabilitas akan

mendorong peningkatan pada luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian, peningkatan profitabilitas sebesar 1 persen akan direspon dengan peningkatan dalam pengungkapan luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 1,241 persen.

- b : Koefisien regresi *leverage* menunjukkan nilai -0,062, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yaitu *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap luas pengungkapan tanggung jawab diterima. Tanda koefisien regresi ini adalah negatif. Ini berarti peningkatan *leverage* akan mendorong penurunan pada luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian, perubahan peningkatan *Leverage* sebesar 1 persen akan direspon dengan penurunan dalam luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebesar -0,062.
- c : Koefisien regresi ukuran perusahaan menunjukkan nilai 0,047 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yaitu ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diterima. Tanda koefisien regresi ini adalah positif. Ini berarti peningkatan ukuran perusahaan akan mendorong peningkatan pada luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian,

perubahan peningkatan ukuran perusahaan sebesar 1 persen akan direspon dengan peningkatan dalam luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 0,047 persen.

d : Dari hasil estimasi diperoleh nilai sebesar 0,563 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 hal ini berarti bahwa variabel profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan, bersama-sama mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sehingga hipotesis keempat dalam penelitian ini diterima.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh profitabilitas terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi adalah sebesar 0,570 dan t_{hitung} sebesar 3,859 yang lebih besar dari t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% yaitu sebesar 2,035 ($3,859 > 2,035$). Selain itu, nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,001 juga menunjukkan nilai yang lebih kecil dari nilai yang telah ditentukan pada tingkat 5%, yaitu sebesar 0,05 ($0,001 < 0,05$).

Nilai koefisien determinasi (r^2) yang diperoleh adalah sebesar 0,325 berarti bahwa sebesar 32,5% variasi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat dijelaskan oleh variasi profitabilitas, sedangkan sisanya sebesar (100% - 32,5% = 67,5%) dijelaskan oleh faktor lain. Nilai konstanta sebesar 0,401 berarti jika variabel profitabilitas dianggap konstan, maka nilai luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah sebesar 0,401. Nilai koefisien regresi yang diperoleh sebesar 0,888. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian Theodora (2010), Felyana (2012), yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Akan tetapi hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian Aulia (2010) menemukan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Profitabilitas perusahaan merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial kepada pemegang saham. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan tanggung jawab sosialnya, karena dengan tingkat profitabilitas perusahaan yang tinggi akan memberikan keluwesan kepada manajemen untuk melaksanakan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas rendah akan sangat mempertimbangkan pelaksanaan dan pengungkapan tanggung

jawab sosial perusahaan, karena khawatir akan mengganggu operasional perusahaan.

2. Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Variabel *leverage* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi adalah sebesar 0,85 dan t_{hitung} sebesar -0,475 yang lebih kecil dari t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% yaitu sebesar 2,035 ($-0,475 < 2,035$). Selain itu, nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,638 juga menunjukkan nilai yang lebih besar dari nilai yang telah ditentukan pada tingkat 5%, yaitu sebesar 0,05 ($0,638 > 0,05$).

Nilai koefisien determinasi (r^2) yang diperoleh adalah sebesar 0,07 berarti bahwa sebesar 7% variasi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat dijelaskan oleh variasi *leverage*, sedangkan sisanya sebesar ($100\% - 7\% = 93\%$) dijelaskan oleh faktor lain. Nilai konstanta sebesar 0,470 berarti jika variabel *leverage* dianggap konstan, maka nilai luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah sebesar 0,470. Nilai koefisien regresi yang diperoleh sebesar -0,87. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lidya (2011) dan Aulia (2011) tetapi berbeda dengan hasil penelitian Fr. Reni (2006) dan Eddy (2005) yang

menemukan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility. Akan tetapi penelitian ini mendukung teori agensi, yang menyatakan bahwa, tingkat *leverage* mempunyai pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para debtholders (Eddy, 2005).

3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi adalah sebesar 0,191 dan t_{hitung} sebesar 1,084 yang lebih kecil dari t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% yaitu sebesar 2,035 ($1,084 < 2,035$). Selain itu, nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,287 juga menunjukkan nilai yang lebih kecil dari nilai yang telah ditentukan pada tingkat 5%, yaitu sebesar 0,05 ($0,287 > 0,05$). Nilai koefisien determinasi (r^2) yang diperoleh adalah sebesar 0,037 berarti bahwa sebesar 3,7% variasi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat dijelaskan oleh variasi ukuran perusahaan, sedangkan sisanya sebesar ($100\% - 3,7\% = 96,3\%$) dijelaskan oleh faktor lain. Nilai konstanta

sebesar $-0,018$ berarti jika variabel ukuran perusahaan dianggap konstan, maka nilai luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah sebesar $-0,018$. Nilai koefisien regresi yang diperoleh sebesar $0,017$.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Eddy (2005), Jayanti (2011) akan tetapi berbeda dengan hasil penelitian Fr.Reni (2006) bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini juga mendukung teori agensi yang menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar. Untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan akan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas. Selain itu, perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politik sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Cowen et. al., (1987) dalam Eddy (2005), secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2011” maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Profitabilitas yang diproksi dengan ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR hal ini dikarenakan ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, maka membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial kepada pemegang saham. Tingkat profitabilitas perusahaan yang semakin tinggi akan semakin memotivasi perusahaan untuk mengungkapkan CSR untuk mendapatkan nilai positif dari *stakeholders*. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi (r) adalah sebesar 0,570 dan signifikansi 0,001.
2. *Leverage* yang diproksi dengan DER (Debt Equity Ratio) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR hal ini dikarenakan manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para debtholders. Hal

tersebut dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi (r) adalah sebesar 0,85 dan signifikansi 0,638.

3. Ukuran perusahaan yang diukur dengan Total Asset berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi (r) adalah sebesar 0,191 dan signifikansi 0,287. Karenakan semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar. Perusahaan dengan tingkat rasio *leverage* yang rendah akan lebih banyak melakukan luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan perusahaan dengan tingkat rasio *leverage* yang tinggi akan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya lebih rendah, hal ini dikarenakan perusahaan harus mengurangi biaya-biaya untuk melakukan luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*
4. Profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan, secara bersama-sama mempengaruhi pengungkapan CSR hal ini dikarenakan profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, seperti hasil penelitian yang telah dilakukan.

B. Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, keterbatasan tersebut antara lain :

1. Rentang waktu yang digunakan dalam penelitian ini masih terlalu singkat, yaitu hanya selama periode pengamatan tiga tahun saja. Penelitian ini hanya dilakukan selama 3 (tiga) periode yaitu dari tahun 2009-2011.
2. Sampel yang terbatas pada perusahaan yang hanya mengeluarkan *annual report*.
3. Sampel yang digunakan dalam penelitian relatif kecil yaitu 11 perusahaan, karena hanya terbatas pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Ada banyak hal yang mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, namun dalam penelitian ini hanya melibatkan 3 (tiga) variabel independen yaitu profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta hal-hal yang terkait dengan keterbatasan penelitian, maka terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu :

1. Bagi Investor

Investor hendaknya memahami semua informasi yang relevan yang tersedia di pasar modal baik melalui laporan keuangan yang dipublikasikan perusahaan atau informasi lain yang dirasa relevan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa *Current Ratio*, *Inventory Turnover Ratio*, Rasio Utang dan *Return On Equity* secara bersama-sama berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *Price/Earning Ratio*. Hasil tersebut dapat dijadikan salah satu pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam menentukan kebijakan perusahaan maupun pengambilan keputusan untuk meningkatkan kinerja perusahaan sehingga mampu menjaga kepercayaan investor untuk berinvestasi di perusahaan.

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Menambah jumlah sampel yang diteliti, tidak hanya meliputi perusahaan pertambangan, tetapi dapat diperluas pada kelompok perusahaan lain yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- b. Peneliti sebaiknya memperpanjang periode penelitian agar dapat diperoleh hasil penelitian yang lebih baik dan akurat.
- c. Menambah variabel lain yang mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
- d. Untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih baik, penelitian selanjutnya dapat memperpanjang periode penelitian.
- e. Populasi penelitian tidak hanya dikhususkan pada perusahaan pertambangan, tetapi dapat diperluas pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Zaenuddin. (2007). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Praktek Pengungkapan Sosial Dan Lingkungan Pada Perusahaan Manufaktur Go Publik. *Tesis*. Universitas Diponegoro.
- Anggraini, Fr. Reni Retno. (2006). "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-perusahaan yang Terdaftar Bursa Efek Jakarta)". *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang, 23-26 Agustus 2006.
- Ardilla Mahardhika Johan. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sifat Pengungkapan Sukarela Tanggung Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Aulia Zahra Munif. (2010). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Indeks Pengungkapan Corporate Social Responsibility Di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia). *Tesis*. Universitas Diponegoro
- Ayu. (2012). Pengaruh Profitabilitas Perusahaan, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan yang Termasuk dalam Kelompok LQ45 di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2007 – 2010. *Skripsi*. Univesitas Negeri Yogyakarta.
- Benardi, Meliana dkk. (2009). "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan dan Implikasinya terhadap Asimetri Informasi (Studi Pada Perusahaan-Perusahaan Sektor Manufaktur yang *Go Public* di Bursa Efek Indonesia)". *Simposium Nasional Akuntansi XII*.
- Brigham, Eugene F. dan Joel F. Houston. (2001). *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Erlangga.
- Darwin, Ali. (2004). "Penerapan *Sustainability Reporting* di Indonesia". *Konvensi Nasional Akuntansi V Program Profesi Lanjutan*. Yogyakarta, 13-15 Desember.
- Eddy Rismanda Sembiring. (2005). *Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta*. Makalah SNA IV.
- Eka Nanda Putra. (2011). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr). *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Fr. Reni. Retno Anggraini.(2006). *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta*. Makalah SNA IX.

- Ghozali, Imam. (2009). *Ekonometrika, Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan SPSS 17*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, Sofyan S, (2001). *Menuju Perumusan Akuntansi Isam*. Jakarta: Pustaka Quantum.
- Jayanti Purnasiwi. (2011). Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan Csr Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Lidya Yulita. (2011). *The Effect Characteristics Of Company Toward Corporate Social Responsibility Disclosures In Mining Company Listed At*. Jurnal Reformasi Ekonomi, Vol. 4, No. 1.
- Mangoting, Yenni. (2007). “Biaya Tanggung Jawab Sosial Sebagai Tax Benefit”. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* (Vol. 9, No. 1, Mei 2007). Hlm 35-42.
- Marzully Nur. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan Berkategori *High Profil* yang *Listing* di BEI). *Skripsi*. Yogyakarta. UNY.
- Munawir, S. (2004). *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi 4. Yogyakarta: Liberty.
- Nor Hadi. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.
- Putra, Wirmie Eka, Memed Sueb dan Sri Mulyani. (2009). “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Survei pada Perusahaan Industri yang *Listing* pada Bursa Efek Indonesia)”. *Jurnal Akuntansi* (Tahun XIII, No. 03, September 2009). Hlm 320-330.
- Prastowo, Joko, & Huda, Miftachul. (2011). *Corporate Social Responsibility: Kunci Meraih Kemuliaan Bisnis*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Rahmawati dan Indah Dewi Utami. (2010). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Asing, dan Umur Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Akuntansi Manajemen Vol 21 No 3 Desember 2010. STIE YKPN.
- Riyanto, Bambang. (1996). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Robert Manurung. (2008). “*Haram*” Hukumnya Terima CSR dari Corporate Perusak Lingkungan dan Pelanggar HAM. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rongiyati, Sulasi. (2009). “Aspek Hukum Pengaturan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas”. *Kajian* (Vol 14, No. 2, Juni 2009). Hlm 209-238.

- Sawir, Agnes. (2001). *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sembiring, Edy Rismanda. (2005). "Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di BEJ". *Simposium Nasional Akuntansi VIII*.
- Solihin, Ismail. (2012). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga.
- Susanto, A.B. (2009). *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Erlangga.
- Tandelilin, Eduardus. (2001). *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: BPF.
- Ulfah, Maria. (2008). "Analisis Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Akuntansi Sosial (*Corporate Social Responsibility And Social Accounting*) Studi Kasus Pada PT. Jamsostek (Persero) Kantor Cabang Surakarta". *Skripsi*. Surakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Usman, Husaini dan Purnomo Setiady Akbar. (2003). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Veronica, Theodora Martina. (2009). "Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia". *Jurnal*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma.
- Wibisono Yusuf. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Fascho Publising.
- Yoga Nata Adikara. (2011) .Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Yoga Subrata. (2012). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Tanggung jawab sosial sebagai Variabel Pemoderasi. *Proposal Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.

LAMPIRAN I**SAMPEL DATA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2009-2011**

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ATPK	PT ATPK Resources Tbk.
2	BYAN	PT Bayan Resources Tbk.
3	ITMG	PT Indo Tambangraya Megah Tbk.
4	ARTI	PT Ratu Prabu Energi Tbk.
5	BIPI	PT Benakat Petroleum Energy Tbk.
6	ENRG	PT Energi Mega Persada Tbk.
7	CTTH	PT Citatah Tbk.
8	MITI	PT Mitra Investindo Tbk.
9	DEWA	PT Darma Henwa Tbk.
10	ELSA	PT Elnusa Tbk.
11	INCO	PT Vale Indonesia Tbk.

LAMPIRAN II

DATA INDUK PERHITUNGAN PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN

UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PERUSAHAAN

PERTAMBANGAN DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2009-2011

No	Kode Perusahaan	Tahun	CSR	Profitabilitas	Leverage	Size
1	ATPK	2009	0,21	-0,21	0,25	25,87
		2010	0,21	-0,17	0,41	25,71
		2011	0,15	-0,22	0,65	25,44
2	BYAN	2009	0,62	0,02	0,66	29,60
		2010	0,68	0,09	0,64	29,76
		2011	0,71	0,13	0,51	30,30
3	ITMG	2009	0,64	0,28	0,34	23,21
		2010	0,67	0,19	0,34	23,11
		2011	0,77	0,35	0,32	23,48
4	ARTI	2009	0,09	-0,15	0,63	27,79
		2010	0,18	0,02	0,42	27,94
		2011	0,19	0,01	0,17	27,96
5	BIPI	2009	0,44	0,00	0,03	28,31
		2010	0,69	-0,02	0,28	29,18
		2011	0,50	-0,02	0,16	28,94
6	ENRG	2009	0,38	-0,17	0,83	29,96
		2010	0,63	-0,01	0,50	30,10
		2011	0,60	0,01	0,65	30,48
7	CTTH	2009	0,26	0,09	0,67	25,97
		2010	0,49	0,06	0,62	26,02
		2011	0,17	0,00	0,65	26,11
8	MITI	2009	0,32	0,08	0,74	25,42
		2010	0,27	0,06	0,69	25,47
		2011	0,67	0,23	0,47	25,49
9	DEWA	2009	0,46	0,00	0,41	29,16
		2010	0,64	0,00	0,27	29,16
		2011	0,35	-0,06	0,23	29,03
10	ELSA	2009	0,69	0,11	0,54	29,07
		2010	0,26	0,02	0,47	28,93
		2011	0,32	-0,01	0,57	29,11
11	INCO	2009	0,26	0,08	0,22	23,74
		2010	0,38	0,20	0,23	23,81
		2011	0,32	0,14	0,27	23,91

LAMPIRAN III

**PERHITUNGAN LUAS PENGUNGKAPAN TANGGUNGJAWAB SOSIAL PERUSAHAAN PERUSAHAAN
PERTAMANGAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2009-2011**

NO	KODE PERUSAHAAN	TAHUN	ITEM YANG	ITEM CSR (2)	CSRDI = 2:1
1	ATPK	2009	16	78	0,21
		2010	16	78	0,21
		2011	12	78	0,15
2	BYAN	2009	48	78	0,62
		2010	53	78	0,68
		2011	55	78	0,71
3	ITMG	2009	50	78	0,64
		2010	52	78	0,67
		2011	60	78	0,77
4	ARTI	2009	7	78	0,09
		2010	14	78	0,18
		2011	15	78	0,19
5	BIPI	2009	34	78	0,44
		2010	54	78	0,69
		2011	39	78	0,50

NO	KODE PERUSAHAAN	TAHUN	ITEM YANG	ITEM CSR (2)	CSRDI = 2:1	
6	ENRG	2009		30	78	0,38
		2010		49	78	0,63
		2011		47	78	0,60
7	CTTH	2009		20	78	0,26
		2010		38	78	0,49
		2011		13	78	0,17
8	MITI	2009		25	78	0,32
		2010		21	78	0,27
		2011		52	78	0,67
9	DEWA	2009		36	78	0,46
		2010		50	78	0,64
		2011		27	78	0,35
10	ELSA	2009		54	78	0,69
		2010		20	78	0,26
		2011		25	78	0,32
11	INCO	2009		20	78	0,26
		2010		30	78	0,38
		2011		25	78	0,32

LAMPIRAN IV

PERHITUNGAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE

2009-2011

No	Kode Perusahaan	Tahun	total aktiva (1)	Laba bersih setelah pajak (2)	Profitabilitas (3)= 1:2
1	ATPK	2009	172.324.894.498	-35.680.713.603	-0,21
		2010	147.157.866.309	-25.694.366.584	-0,17
		2011	111.660.087.000	-24.850.134.000	-0,22
2	BYAN	2009	7.180.723.000.000	156.200.000.000	0,02
		2010	8.372.079.000.000	780.719.000.000	0,09
		2011	14.386.241.000.000	1.873.210.000.000	0,13
3	ITMG	2009	11.985.710.000	3.355.510.000	0,28
		2010	10.897.060.000	2.041.510.000	0,19
		2011	15.784.740.000	5.461.260.000	0,35
4	ARTI	2009	1.175.948.341.433	-180.455.427.019	-0,15
		2010	1.367.942.512.687	27.434.451.810	0,02
		2011	1.382.807.630.057	7.754.038.491	0,01
5	BIPI	2009	1.978.939.809.126	7.297.390.432	0,00
		2010	4.697.479.956.890	-94.206.699.684	-0,02
		2011	3.720.372.614.618	-61.432.418.397	-0,02

No	Kode Perusahaan	Tahun	total aktiva (1)	Laba bersih setelah pajak (2)	Profitabilitas (3)= 1:2
6	ENRG	2009	10.252.391.543.000	-1.729.449.764.000	-0,17
		2010	11.762.035.570.000	-63.424.416.000	-0,01
		2011	17.354.833.906.000	173.924.495.000	0,01
7	CTTH	2009	189.631.622.121	16.701.052.885	0,09
		2010	199.626.395.928	12.782.560.731	0,06
		2011	218.251.524.639	916.459.189	0,00
8	MITI	2009	109.355.092.689	8.925.071.679	0,08
		2010	114.924.725.356	7.058.787.686	0,06
		2011	117.966.795.513	27.479.363.875	0,23
9	DEWA	2009	4.621.890.370.000	-10.330.380.000	0,00
		2010	4.625.115.330.000	4.673.410.000	0,00
		2011	4.061.259.040.000	-240.591.350.000	-0,06
10	ELSA	2009	4.210.421.000.000	469.493.000.000	0,11
		2010	3.678.566.000.000	64.004.000.000	0,02
		2011	4.389.950.000.000	-30.115.000.000	-0,01
11	INCO	2009	20.380.000.000	1.704.170.000	0,08
		2010	21.902.350.000	4.373.630.000	0,20
		2011	24.213.620.000	3.337.630.000	0,14

LAMPIRAN V

PERHITUNGAN *LEVERAGE* PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE

2009-2011

No	Kode Perusahaan	Tahun	Total Utang	Total Aktiva	<i>Leverage</i>
1	ATPK	2009	43.269.617.861	172.324.894.498	0,25
		2010	60.411.975.857	147.157.866.309	0,41
		2011	73.017.225.000	111.660.087.000	0,65
2	BYAN	2009	4.706.699.000.000	7.180.723.000.000	0,66
		2010	5.333.856.000.000	8.372.079.000.000	0,64
		2011	7.354.721.000.000	14.386.241.000.000	0,51
3	ITMG	2009	4.110.850.000	11.985.710.000	0,34
		2010	3.686.820.000	10.897.060.000	0,34
		2011	4.976.700.000	15.784.740.000	0,32
4	ARTI	2009	746.645.578.970	1.175.948.341.433	0,63
		2010	572.652.258.320	1.367.942.512.687	0,42
		2011	238.925.329.026	1.382.807.630.057	0,17
5	BIPI	2009	62.544.348.890	1.978.939.809.126	0,03
		2010	1.323.518.429.270	4.697.479.956.890	0,28
		2011	598.100.104.377	3.720.372.614.618	0,16

No	Kode Perusahaan	Tahun	Total Utang	Total Aktiva	Leverage
6	ENRG	2009	8.477.966.841.000	10.252.391.543.000	0,83
		2010	5.875.002.790.000	11.762.035.570.000	0,50
		2011	11.215.084.920.000	17.354.833.906.000	0,65
7	CTTH	2009	127.338.157.196	189.631.622.121	0,67
		2010	124.550.370.272	199.626.395.928	0,62
		2011	142.259.039.794	218.251.524.639	0,65
8	MITI	2009	80.775.593.555	109.355.092.689	0,74
		2010	79.417.209.721	114.924.725.356	0,69
		2011	55.160.486.003	117.966.795.513	0,47
9	DEWA	2009	1.874.206.570.000	4.621.890.370.000	0,41
		2010	1.246.955.780.000	4.625.115.330.000	0,27
		2011	923.556.920.000	4.061.259.040.000	0,23
10	ELSA	2009	2.286.168.000.000	4.210.421.000.000	0,54
		2010	1.728.408.000.000	3.678.566.000.000	0,47
		2011	2.485.125.000.000	4.389.950.000.000	0,57
11	INCO	2009	4.566.940.000	20.380.000.000	0,22
		2010	5.103.950.000	21.902.350.000	0,23
		2011	6.521.930.000	24.213.620.000	0,27

LAMPIRAN VI

**PERHITUNGAN UKURAN PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2009-2011**

No	Kode Perusahaan	Tahun	Total Aktiva	Ukuran Perusahaan
1	ATPK	2009	172.324.894.498	25,87
		2010	147.157.866.309	25,71
		2011	111.660.087.000	25,44
2	BYAN	2009	7.180.723.000.000	29,60
		2010	8.372.079.000.000	29,76
		2011	14.386.241.000.000	30,30
3	ITMG	2009	11.985.710.000	23,21
		2010	10.897.060.000	23,11
		2011	15.784.740.000	23,48
4	ARTI	2009	1.175.948.341.433	27,79
		2010	1.367.942.512.687	27,94
		2011	1.382.807.630.057	27,96
5	BIPI	2009	1.978.939.809.126	28,31
		2010	4.697.479.956.890	29,18
		2011	3.720.372.614.618	28,94
6	ENRG	2009	10.252.391.543.000	29,96
		2010	11.762.035.570.000	30,10
		2011	17.354.833.906.000	30,48
7	CTTH	2009	189.631.622.121	25,97
		2010	199.626.395.928	26,02
		2011	218.251.524.639	26,11
8	MITI	2009	109.355.092.689	25,42
		2010	114.924.725.356	25,47
		2011	117.966.795.513	25,49
9	DEWA	2009	4.621.890.370.000	29,16
		2010	4.625.115.330.000	29,16
		2011	4.061.259.040.000	29,03
10	ELSA	2009	4.210.421.000.000	29,07
		2010	3.678.566.000.000	28,93
		2011	4.389.950.000.000	29,11
11	INCO	2009	20.380.000.000	23,74
		2010	21.902.350.000	23,81
		2011	24.213.620.000	23,91

LAMPIRAN VII

HASIL UJI ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF

1. STATISTIK DESKRIPTIF LUAS PENGUNGKAPAN TANGGUNGJAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan	33	.68	.09	.77	.4309	.20525	.042
Valid N (listwise)	33						

2. STATISTIK DESKRIPTIF LUAS PENGUNGKAPAN PROFITABILITAS

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
profitabilitas	33	.57	-.22	.35	.0342	.13167	.017
Valid N (listwise)	33						

3. STATISTIK DESKRIPTIF *LEVERAGE*

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Leverage	33	.80	.03	.83	.4497	.20101	.040
Valid N (listwise)	33						

4. STATISTIK DESKRIPTIF UKURAN PERUSAHAAN

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
ukuran perusahaan	33	7.37	23.11	30.48	27.198 2	2.37548	5.643
Valid N (listwise)	33						

LAMPIRAN VIII
HASIL UJI ASUMSI KLASIK

1. HASIL UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		33
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.13566622
Most Extreme Differences	Absolute	.153
	Positive	.078
	Negative	-.153
Kolmogorov-Smirnov Z		.881
Asymp. Sig. (2-tailed)		.419
a. Test distribution is Normal.		

2. HASIL UJI LINEARITAS

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.750 ^a	.563	.518	.14251

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas

b. Dependent Variable: Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

3. HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.869	.324		-2.680	.012		
Profitabilitas	1.241	.213	.796	5.823	.000	.807	1.240
Leverage	-.062	.128	-.061	-.485	.631	.953	1.049
Ukuran Perusahaan	.047	.012	.547	3.979	.000	.797	1.254

a. Dependent Variable: Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

4. HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.253	.156		1.618	.116		
Profitabilitas	-.075	.103	-.148	-.730	.471	.807	1.240
Leverage	-.018	.062	-.054	-.290	.774	.953	1.049
Ukuran Perusahaan	-.005	.006	-.165	-.806	.427	.797	1.254

a. Dependent Variable:
ABS_RES

5. HASIL UJI AUTOKORELASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.750 ^a	.563	.518	.14251	1.234

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas

b. Dependent Variable: Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

LAMPIRAN IX
HASIL UJI REGRESI SEDERHANA

1. HASIL UJI REGRESI LINIER SEDERHANA PROFITABILITAS

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.570 ^a	.325	.303	.17139	1.121

a. Predictors: (Constant), profitabilitas

b. Dependent Variable: luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.437	1	.437	14.894	.001 ^a
	Residual	.911	31	.029		
	Total	1.348	32			

a. Predictors: (Constant), profitabilitas

b. Dependent Variable: luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.401	.031		12.979	.000		
	profitabilitas	.888	.230	.570	3.859	.001	1.000	1.000

a. Dependent Variable: luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

2. HASIL UJI REGRESI LINIER SEDERHANA *LEVERAGE*

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.085 ^a	.007	-.025	.20778	1.386

a. Predictors: (Constant), Leverage

b. Dependent Variable: Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.010	1	.010	.226	.638 ^a
	Residual	1.338	31	.043		
	Total	1.348	32			

a. Predictors: (Constant), Leverage

b. Dependent Variable: Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.470	.090		5.235	.000		
	Leverage	-.087	.183	-.085	-.475	.638	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

3. HASIL UJI REGRESI LINIER SEDERHANA UKURAN PERUSAHAAN

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.191 ^a	.037	.005	.20469	1.468

a. Predictors: (Constant), ukuran perusahaan

b. Dependent Variable: luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.049	1	.049	1.175	.287 ^a
	Residual	1.299	31	.042		
	Total	1.348	32			

a. Predictors: (Constant), ukuran perusahaan

b. Dependent Variable: luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.018	.416		-.044	.965		
	ukuran perusahaan	.017	.015	.191	1.084	.287	1.000	1.000

a. Dependent Variable: luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

LAMPIRAN X
HASIL UJI REGRESI BERGANDA

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.750 ^a	.563	.518	.14251	1.234

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas

b. Dependent Variable: Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.759	3	.253	12.459	.000 ^a
	Residual	.589	29	.020		
	Total	1.348	32			

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas

b. Dependent Variable: Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.869	.324		-2.680	.012		
	Profitabilitas	1.241	.213	.796	5.823	.000	.807	1.240
	Leverage	-.062	.128	-.061	-.485	.631	.953	1.049
	Ukuran Perusahaan	.047	.012	.547	3.979	.000	.797	1.254

a. Dependent Variable: Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan