

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Berty Ismainingtyas Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya <i>berty.ismainingtyas22@gmail.com</i>	Bambang Suryono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya <i>Bambang_ppmb@yahoo.co.id</i>
Wahidahwati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya <i>wahidahwati@gmail.com</i>	

Abstrak

Corporate social responsibility (CSR) sebagai tanggung jawab moral dari Perusahaan terhadap *stakeholder*, terutama dari komunitas atau masyarakat di wilayah kerja dan operasinya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *good corporate governance* yang terdiri dari ukuran dewan komisaris, komite audit, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, *media exposure*, kinerja lingkungan, rasio keuangan yang terdiri dari *leverage*, *size*, profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2013–2017. Pengambilan sampel menggunakan metode sensus dengan menggunakan seluruh populasi sebanyak 21 perusahaan sehingga jumlah observasi dipenelitian ini sebanyak 105 pengamatan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS *Statistic 22*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *media exposure* dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan ukuran dewan komisaris, komite audit, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, kinerja lingkungan, *leverage* dan *size*, tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Kata Kunci: *Good Corporate Governance*; *Media Exposure*; Kinerja Lingkungan; Rasio Keuangan; *Corporate Social Responsibility*

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) is a company's moral responsibility to stakeholders, especially to communities within its operations. This study aimed to investigate the effect of good corporate governance and financial ratios on CSR disclosures. The corporate governance involved size of commissioner board, audit committee, institutional ownership, managerial ownership, media exposure, environmental performance; while financial ratios consisted of leverage, size, and profitability. In this study, the population were mining companies. Thus, the number of observations were 105 observations. Moreover, the data analysis technique was multiple linear regression analysis with SPSS Statistics 22. As the result, this study indicated that media exposure and profitability had a positive effect on the corporate social responsibility disclosure. However, the size of board of commissioners, audit committee, institutional ownership, managerial ownership, environmental performance, leverage and size had no effect on corporate social responsibility disclosure.

Keywords: *Good Corporate Governance*; *Media Exposure*; Environmental Performance; Financial Ratios; *Corporate Social Responsibility*

PENDAHULUAN

Adanya peristiwa yang terjadi di Indonesia pada awal maret tahun 2006 di Sidoarjo tepatnya di dusun Balongnongo, desa Renokenongo, kecamatan Porong kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur yakni banjir lumpur panas yang lebih dikenal sebagai lumpur lapindo. Bencana

lumpur lapindo ialah peristiwa menyemburnya lumpur panas di lokasi pengeboran Lapindo Brantas Inc, semburan yang terjadi merupakan hasil dari aktifitas kegiatan perusahaan minyak yang sedang melakukan eksplorasi di lingkungan tersebut.

Baru-baru ini juga kasus yang serupa dengan kasus lupur lapindo ialah kasus PT. Stanindo Inti Perkasa dan PT. Indominco Mandiri. Di mana pada tahun 2018 Koalisi Masyarakat Sipil yang terdiri dari sejumlah lembaga swadaya masyarakat mendorong Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) serta Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) mencabut izin usaha perusahaan tambang PT Stanindo Inti Perkasa (SIP) dan PT Indominco Mandiri (IM), yang akhirnya kedua perusahaan ini telah diputuskan bersalah. PT SIP dinyatakan bersalah oleh Pengadilan Negeri Pangkal Pinang, Bangka Belitung karena melakukan usaha tanpa memiliki izin lingkungan hidup. Sementara PT IM divonis bersalah oleh Pengadilan Negeri Tenggarong Kalimantan Timur terkait pencemaran lingkungan. Hal ini mengacu pada pentingnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan (www.cnnindonesia.com di akses 04 Agustus 2019).

Secara teoritik, CSR dapat dijelaskan sebagai tanggung jawab moral perusahaan terhadap *stakeholder*, terutama dari komunitas atau masyarakat di sekitar wilayah kerja dan operasinya. Ukuran keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang CSR adalah mengedepankan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik, tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya.

Beberapa penelitian terdahulu menjelaskan bahwa terdapat beberapa variabel yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diantaranya Ulfyah (2014) menjelaskan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap *CSR* signifikan, dengan adanya ketergantungan perusahaan terhadap kreditur dalam mengongkosi aset perusahaan akan mampu meningkatkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Uffun (2013): Karima (2014) menjelaskan bahwa kepemilikan saham manajemen berpengaruh positif terhadap indeks *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Perusahaan yang kepemilikan saham manajemennya tinggi cenderung melakukan *CSR* yang lebih luas daripada perusahaan dengan kepemilikan saham manajemen yang rendah. Kemudian menurut Permadiswara dan Sujana (2018) *Media exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Media exposure* menjadi media pengawasan maupun penghargaan publik (masyarakat) atas kegiatan perusahaan. Studi yang mengukur *media exposure* dengan jumlah publikasi kegiatan CSR pada media adalah studi (Solikhah dan Winarsih 2016), namun menemukan *media exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Selain ukuran perusahaan, profitabilitas merupakan salah satu faktor yang perlu mendapat perhatian penting dalam kelangsungan perusahaan dan berpengaruh pada pengungkapan CSR (Lucyanda dan Lady, 2012). Jika dikaitkan dengan teori legitimasi, perusahaan untuk menganalisa setiap perilaku berorganisasi antara perusahaan dan masyarakat, dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan setiap sumber daya ekonomi dengan hasil yang diharapkan oleh masyarakat. Melalui CSR, perusahaan yang baik tidak hanya memerhatikan aspek ekonominya saja seperti tingkat keuntungannya, namun juga perlu memerhatikan aspek sosial dan lingkungan yang berhubungan dengan dampak positif maupun negatif dari aktivitas usahanya, oleh beberapa penelitian sebelumnya diantaranya penelitian oleh Siti dkk. (2016), Khan *et al.* (2013) serta Sudana dan Ayu (2011), yang menyatakan bahwa Dewan Komisaris Independen memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Dari uraian diatas membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian serupa. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran dewan komisaris, komite audit, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, *media exposure*,

kinerja lingkungan, *leverage*, *size*, dan profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Telaah Teori dan Pengembangan Hipotesis

Teori Keagenan

Teori agensi menyatakan bahwa adanya hubungan keagenan yang merupakan hasil dari suatu kesepakatan yang terjalin antara pihak dari manajemen perusahaan (*agent*) dengan pihak dari investor (*principal*). *Agent* ialah pihak-pihak dari manajemen perusahaan yang menerima kontribusi dari pihak lain (*principal*). Yang dipercayai untuk pihak dari manajemen dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan dengan baik dan efisien dalam pengambilan keputusan-keputusan yang dapat digunakan dengan baik untuk pihak dari manajemen perusahaan (Jensen dan Meckling, 1976). Adanya perbedaan dari satu pihak dengan pihak lain yang dapat menimbulkan konflik keagenan. Konflik yang terjadi bisa karena *agent* yang tidak bertindak sesuai dengan kepentingan dari *principal*. Konflik yang timbul juga bisa dikarenakan adanya ketidakseimbangan sebuah informasi yang dimiliki oleh *agent* dan *principal* atau biasanya yang disebut dengan asimetri informasi. Dari ketidakseimbangan informasi yang ada dapat memberikan kesempatan kepada manajer untuk melakukan suatu tindakan *opportunitis* seperti halnya manajemen laba (Sukasih dan Sugianto, 2017).

Legitimacy Theory

Teori legitimasi ialah sebuah sistem yang mengelolah sebuah perusahaan yang berorientasi pada suatu kebijakan perusahaan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu dan sebuah kelompok masyarakat (Gray *et al.*, 1996). Hal tersebut mengidentifikasikan dengan adanya teori legitimasi dapat menjelaskan bahwa adanya sebuah kontrak sosial dimana perusahaan terhadap masyarakat dengan adanya sebuah pengungkapan sosial lingkungan (CSR). Untuk menjalankan sebuah perusahaan dengan adanya kontak sosial lingkungan juga harus lebih memperhatikan norma-norma yang ada di dalam lingkungan masyarakat agar tampak selaras dengan melihat nilai-nilai sosial yang ada.

Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Pengungkapan Tanggung jawab sosial atau pengungkapan *corporate social responsibility* ialah sebuah kewajiban yang dimiliki oleh perusahaan dimana perusahaan yang tidak hanya menyediakan sebuah barang atau jasa, bagi dan untuk masyarakat maupun dalam menyediakan dan memperhatikan kualitas lingkungan sosialnya secara fisik maupun memberikan kontribusi yang sangat baik dan positif dalam kesejahteraan dalam masyarakat dimana saat mereka beroperasi dalam setiap produk-produk yang dihasilkan baik dari jasa maupun barang. Standart GRI memiliki indikator-indikator kinerja yang dibagi menjadi komponen utama atau khusus yaitu ekonomi, sosial yang mencakup hak asasi manusia, lingkungan hidup, praktek ketenagakerjaan, tanggung jawab produk dan lingkungan kerja serta masyarakat. Standart dari pelaporan yang bisa dijadikan kerangka kerja untuk akuntansi, audit, social dan pelaporan adalah *Global Reporting Initiative's (GRI) Sustainability Reporting Guidelines*. GRI ialah suatu organisasi yang menghasilkan standart pelaporan yang paling banyak digunakan untuk *sustainability reporting* atau bisa disebut standart pelaporan. Pembaruan dan adanya revisi pedoman GRI saat ini generasi keempat, yaitu G4 yang sudah terbit pada Mei 2013.

Good Corporate Governance

Di Indonesia di lihat dari konsep GCG yang mulai dikenal sejak adanya krisis ekonomi 1997 yang bekepanjangan yang dinilai dan dilihat karena dalam tata kelola perusahaan-peusahaan yang tidak bertanggung jawab secara penuh, dan mengabaikan adanya regulasi dan sarat dengan praktek (nepotisme, kolusi, korupsi). Yang bermula dari adanya usulan penyempurnaan dalam peraturan pencatatan pada Bursa Efek Jakarta (atau saat ini yang

dikenal dengan Bursa Efek Indonesia/BEI) yang telah mengatur tentang peraturan untuk emiten yang tercatat di BEI yang mewajibkan untuk mengangkat Komisaris Independen dan wajib membentuk Komite Audit pada tahun 1998, dan GCG sudah mulai dikenalkan ke seluruh perusahaan publik di Indonesia. Dan konsep GCG telah banyak dikemukakan dan dibahas oleh banyak ahli dan dari badan sebagai alat satau sebagai alat kontrol dan untuk pengawasan terhadap kinerja dari manajemen perusahaan.

Ukuran Dewan Komisaris

Dewan Komisaris yang bertugas untuk melakukan pengawasan kepada pihak manajemen dan juga memberikan nasihat. Di perseroan terbatas atau yang lebih dikenal dengan istilah PT. Di Indonesia dewan komisaris ditunjuk oleh RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham) dan ada di dalam UU No. 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas yang sudah ada pembagian fungsi, wewenang dan tanggungjawab dari dewan komisaris. Menurut Mulyadi (2002), dewan komisaris ialah wakil dari pemegang pemegang saham dalam perusahaan yang berbadan hukum perseroan terbatas yang berfungsi melakukan pengawasan perusahaan oleh manajemen, dan bertanggung jawab untuk menilai apakah manajemen sudah memenuhi tanggung jawab dalam mengembangkan dan menjalankan pengendalian intern perusahaan.

Komite Audit

Menurut Zarkasyi (2008), kerangka dasar dari hukum di Indonesia perusahaan publik yang telah diwajibkan untuk membentuk komite audit. Komite audit yang biasanya dikenal dengan anggota independen Semua perusahaan publik merupakan perusahaan milik masyarakat luas. Dimana komite audit juga ber peranan penting untuk menekan kepada pihak manajemen dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Menurut KNKG (2006), komite audit memiliki salah satu tugas ialah untuk memastikan bahwa adanya struktur pengendalian internal perusahaan yang dilakukan dengan baik oleh pihak manajemen. Di dalam komite audit adanya anggota independen yang menjadi alat yang sangat efektif dalam pelaksanaan mekanisme dalam pengawasan sehingga akan berdampak untuk mengurangi biaya agensi.

Kepemilikan Institusional

Institusi ialah lembaga yang memiliki sebuah kepentingan yang besar terhadap investasi yang akan dilakukan termasuk dalam investasi saham. Dari 40% biasanya institusi akan menyerahkan sebuah tanggungjawab kepada divisi-divisi tertentu untuk mengelola investasi perusahaan. Institusi kan memantau secara profesional untuk perkembangan dalam berinvestasi dengan tingkat pengendalian terhadap sebuah tindakan dari manajemen yang sangat tinggi dengan potensi kecurangan yang dapat ditekan. Dari tingkat kepemilikan institusional yang tinggi bisa menimbulkan usaha dari sisi pengawasan yang lebih besar dari pihak investor institusional sehingga akan menghalangi perilaku *opportunistic* dari manajer (Sari, 2014).

Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial ialah para pemegang saham yang berarti sebagai pemilik dari perusahaan dari pihak manajemen yang secara efektif atau aktif ikut dalam pengambilan sebuah keputusan pada suatu perusahaan yang bersangkutan. Didalam teori keagenan bisa diejalakan bahwa dari kepentingan manajemen dan kepentingan dari pemegang saham memungkinkan bisa menjadi pertentangan. Adanya pertentangan karena dari pihak manajer yang lebih mengutamakan kepentingan pribadi, dan bisa sebaliknya dari pemegang saham yang tidak menyukai kepentingan pribadi manajer tersebut karena pengeluaran yang akan menambah biaya perusahaan yang bisa menyebabkan penurunan dari keuntungan perusahaan dan penurunan deviden yang akan diterima.

Media Exposure

Media Exposure memiliki dampak dari opini publik dan untuk membantu menghasilkan tekanan-tekanan dari publik. (Permadiswara dan Ketut, 2018) menunjukkan bahwa *media exposure* merupakan pengkomunikasian *corporate social responsibility* yang dengan melalui media sangat penting untuk meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat, meskipun *media exposure* jarang digunakan untuk menjelaskan pengaruhnya terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Media yang biasanya digunakan oleh perusahaan dalam pengungkapan *corporate social responsibility* seperti halnya melalui TV, Koran, serta internet (WEB Perusahaan). Dimana dengan media TV sangat efektif dan mudah dijangkau oleh sebuah lapisan masyarakat. Media Internet (WEB) juga sangat efektif yang dapat didukung dengan para pemakai internet yang saat ini mulai meningkat. Dan media koran juga sama halnya sering digunakan oleh sebuah perusahaan sebagai dokumentasi (Feng et al, 2013).

Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan yang dilihat dari bagaimana kinerja perusahaan yang peduli dengan lingkungan sekitar. (Sukasih dan Sugianto, 2017) Kinerja lingkungan diukur dengan adanya sebuah pretasi dari perusahaan yang mengikuti Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PRPOPER). Dengan dasar hukum pelaksanaan PROPER ialah keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor : 127/MENLH/2002 tentang program penilaian kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan (PROPER).

Leverage

Leverage ialah sebuah alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan yang memiliki ketergantungan terhadap kreditur dalam mengongkosi aset perusahaan (Trinanda et al, 2018). Perusahaan yang memiliki tingkat dari leverage yang rendah biasanya tidak sedikit membiayai asetnya dengan modalnya sendiri, Sedangkan perusahaan yang memiliki tingkat leverage yang tinggi biasanya memiliki ketergantungan kepada pinjaman baik diluar dataupun didalam memberikan biaya asetnya (Putri dan Cristiawan, 2014).

Size

Size perusahaan merupakan variabel yang menyatakan atas pengungkapan sosial yang dilaksanakan setiap perusahaan didalam laporan tahunan yang dibuat. Secara umum baik perusahaan besar maupun kecil akan menjelaskan tentang sebuah informasi yang ada dalam aktivitas perusahaan. Tetapi perusahaan besar akan lebih menghadapi resiko yang besar dari pada perusahaan kecil. *Corporate sosial responsibility* bukan hanya sekedar kegiatan amal, melainkan kewajiban suatu perusahaan dalam pemungutan keputusannya agar benar-benar memperhitungkan dampak dari semua pemangku kepentingan (*stakeholder*) perusahaan, yang tergolong dari karyawan (Trinanda et al, 2018).

Profitabilitas

Profitabilitas ialah suatu indikator kinerja yang dilakukan oleh pihak manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang akan ditujukan untuk menghasilkan laba yang akan dihasilkan. Dengan mengeluarkan biaya untuk tanggungjawab sosial ini dan seiring dengan berjalannya waktu perusahaan akan mendapatkan citra yang baik di masyarakat dan akan menunjukkan loyalitas kepada konsumen yang lebih besar terutama dalam hal produk-produk yang ramah akan lingkungan (Permadiswara dan Sujana, 2018).

Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Dari teori keagenan yang membahas tentang dewan komisaris dikarenakan manajemen dengan menerima tugas yang besar maka akan dibutuhkan dewan komisaris yang banyak untuk mengawasi dari aktivitas-aktivitas manajemen. Dari teori keagenan dewan komisaris dianggap sebagai dari mekanisme untuk mengendalikan atau pendalian intern

tertinggi, yang akan bertanggung jawab untuk mengawasi tindakan dari manajemen puncak. Hasil penelitian Jayanti dan Husaini (2018), Pakpahan dan Rajagukguk (2018), Utari (2014) menunjukkan hasil penelitian bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Sedangkan hasil penelitian Sukasih dan Sugianto (2017), Herawati (2015), Oktariani dan Mimba (2014), Kusumawardani dan Sudana (2017) juga menunjukkan hasil penelitian bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility*. Pengaruh negatif ukuran dewan komisaris karena keterbatasan dari wewenang dewan komisaris yang dalam suatu perusahaan tidak dapat ikut berpartisipasi dalam pengambilan keputusan untuk program CSR. Berdasarkan penelitian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini ialah :

H1 : Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Pengaruh Komite Audit terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Dari teori keagenan yang menyatakan adanya hubungan keagenan dari kesepakatan yang terjalin dari pihak perusahaan dimana agent yang mempercayakan perusahaan yang akan menerima kontribusi dari pihak yang dipercayai untuk menjalankan operasional perusahaan dengan baik untuk pengambilan keputusan perusahaan. Komite audit yang sudah terpilih untuk mengerjakan pekerjaan atau mendapatkan kewenangan untuk melakukan tugas-tugas khusus atau sejumlah anggota yang membantu auditor dalam mempertahankan independensinya dari manajemen. Hasil penelitian Jayanti dan Husaini (2018), Handayanti (2017) menunjukkan hasil bahwa komite audit berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Sedangkan hasil penelitian Sukasih dan Sugianto (2017), Utari (2014) menunjukkan hasil bahwa komite audit berpengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility*. Pengaruh negatif komite audit bahwa perusahaan yang membentuk komite audit hanya sebatas untuk mematuhi dan menjalankan peraturan pemerintah yang mewajibkan bahwasanya untuk estiap perusahaan sebatas yang tercatat dalam bursa efek dan perusahaan daerah ataupun negara, untuk menghimpun dana masyarakat, perusahaan yang berdampak luas terhadap kelestarian lingkungan tanpa mempertimbangkan kompleksitas dan efektifitas dalam perusahaan yang harus memiliki komite audit. Berdasarkan penelitian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini ialah :

H2 : Komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Dari teori keagenan yang menyatakan adanya hubungan keagenan dari kesepakatan yang terjalin dari pihak perusahaan dimana agent yang mempercayakan perusahaan yang akan menerima kontribusi dari pihak yang dipercayai untuk menjalankan operasional perusahaan dengan baik untuk pengambilan keputusan perusahaan. Hasil penelitian Jayanti dan Husaini, Edison (2017) menunjukkan hasil penelitian bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan hasil penelitian Herawati (2015), Utari (2014), Handayanti (2017) menunjukkan hasil penelitian bahwa kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Pengaruh negatif kepemilikan institusional salah satunya karena dalam pengambilan keputusan untuk investasi, investor belum mempertimbangkan untuk informasi CSR sebagai kriteria dalam menilai perusahaan sehingga tidak mampu mendorong perusahaan untuk mengungkap CSR dalam laporan tahunan perusahaan. Berdasarkan penelitian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini ialah :

H3 : Kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Dari teori keagenan dengan adanya kemungkinan dari permasalahan yang bisa timbul antara pemegang saham dan manajer yang disebabkan karena kecilnya kepemilikan saham oleh agen diperusahaan. Dengan menemukan hubungan yang baik dan positif antara kepemilikan manajerial dengan pengungkapan CSR. Hasil penelitian Sukasih dan Sugianto (2017), Jayanti dan Husaini (2018), Robiah dan Teguh (2017) , Masyitah (2016), Edison (2017) menunjukkan hasil dari penelitiannya bahwa kepemilikan majerial berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Sedangkan Penelitian Permadiswara dan Sujana (2018), menunjukkan hasil bahwa kepemilikan majerial berpengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility*. Pengaruh negatif kepemilikan manajemen salah satunya karena kepemilikan manajemen yang sangat rendah yang mengakibatkan kinerja yang belum maksimal sehingga kepemilikan manajemen belum bisa menjadi mekanisme dalam meningkatkan reputasi perusahaan. Berdasarkan penelitian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini ialah :

H4 : Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Pengaruh Media Exposure terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Teori legitimasi yang menyatakan bahwasannya perusahaan memiliki nilai- nilai yang ada dalam perusahaan yang selaras dengan nilai yang berlaku sesuai dalam lingkungan masyarakat. Perusahaan harus menanggapi perubahan yang ada dalam masyarakat. *Media exposure* ialah bagaimana perusahaan bisa memanfaatkan atau menggunakan media yang ada untuk mengkomunikasikan identitas dari perusahaan mengenai aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan. Hasil penelitian Permadiswara dan Sujana (2018), Widiawan *et al* (2017), Pakpahan dan Rajagukguk (2018) dari penelitiannya bahwa *media exposure* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Sedangkan hasil penelitiannya Widiastuti *et al* (2018), Andriany *et al* (2017), Rahayu dan Anisyukurilah (2015) menunjukkan hasil penelitian bahwa *media exposure* berpengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility*. Pengaruh negatif *media exposure* salah satunya karena website yang digunakan oleh perusahaan dengan sarana pengkomunikasian pelaporan keuangan yang belum terdapat kuantitas dan kualitas yang terstandarisasi sesama perusahaan. Berdasarkan penelitian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini ialah:

H5 : *Media exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Teori legitimasi yang menyatakan bahwasannya perusahaan memiliki nilai- nilai yang ada dalam perusahaan yang selaras dengan nilai yang berlaku sesuai dalam lingkungan masyarakat. Perusahaan harus menanggapi perubahan yang ada dalam masyarakat. Hasil penelitian Oktariani dan Mimba (2014), Febrianti dan Wisada (2015), Agustami dan Hidayat (2015) menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Sedangkan hasil penelitian Isharijadi *et al* (2017), Sukasih dan Sugianto (2017) menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility*. Pengaruh negatif salah satunya karena dari pengungkapan tanggung jawab sosial yang diungkapkan perusahaan dengan sampel yang telah mengikuti dari PROPER tidak banyak diungkapkan dilaporan tahunan. Berdasarkan penelitian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini ialah:

H6 : Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Dari teori keagenan bahwa agent merupakan pihak-pihak dari manajemen perusahaan yang berkontribusi langsung dan dipercayai dalam menjalankan operasional perusahaan dengan baik dalam pengambilan keputusan untuk kegiatan operasional perusahaan. Hasil

penelitian Trinanda *et al* (2018) Saputra (2016) Andriany *et al* (2017), Masyitah (2016) penelitiannya menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Sedangkan hasil penelitian Putri dan Cristiawan (2014), Robiah dan Teguh(2017) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility* Pengaruh negatif *leverage* salah satunya karena tingkat rasio *leverage* tidak mempengaruhi dari luasnya pengungkapan CSR. Berdasarkan penelitian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini ialah:

H7 : *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Pengaruh Size terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Dari teori keagenan bahwa agent merupakan pihak–pihak dari manajemen perusahaan yang berkontribusi langsung dan dipercayai dalam menjalankan operasional perusahaan dengan baik dalam pengambilan keputusan untuk kegiatan operasional perusahaan. *Size* merupakan faktor yang bisa memberikan pengaruh kepada pihak–pihak stakeholder dalam pengambilan keputusan dalam berinvestasi. Hasil penelitian Permadiswara dan Sujana (2018), Trianinda *et a l*(2018), Andriany *et al*(2017), Herawati (2015), Masyitah (2016) didalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa *size* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Sedangkan Saputra (2016), Pakpahan dan Rajagukguk (2018) menunjukkan hasil penelitian bahwa *size* berpengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility*. Pengaruh negatif *size* salah satunya karena semakin besar *size* maka akan semakin rendah pengungkapan *corporate social responsibility*, begitu pula semakin kecil *size* maka semakin tinggi pengungkapan *corporate social responsibility*.Berdasarkan penelitian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini ialah:

H8 : *Size* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Pengaruh Profitabilitasterhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Dari teori keagenan bahwa agent merupakan pihak–pihak dari manajemen perusahaan yang berkontribusi langsung dan dipercayai dalam menjalankan operasional perusahaan dengan baik dalam pengambilan keputusan untuk kegiatan operasional perusahaan. Profitabilitas ialah faktor yang dapat menjadi perhatian yang sangat penting karena dapat melangsungkan hidup perusahaan, perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Hasil penelitian Permadiswara dan Ketut (2018), Mudjiyati dan Salis (2017) , Agustami dan Syarif (2015), Andriany *et al* (2017) , Widiawan *et al* (2017) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Sedangkan penelitian Jayanti dan Achmad (2018), Trinanda *et al* (2018), Andriany *et al* (2017),Penelitian Putri dan Crishtiawan (2014) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility*. Pengaruh negatif salah satunya karena perusahaan dengan profitabilitas yang lebih baik tidak berarti akan mengungkapkan *corporate social responsibility* yang lebih sempit. Berdasarkan penelitian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini ialah:

H9 : Profitabilitasberpengaruh positif terhadap pengungkapan*corporate social responsibility*

Metode Penelitian

Jenis Penelitian, Populasi Penelitian, dan Sampel Penelitian

Jenis penelitian ini ialah penelitian asosiatif. Populasi yang digunakan ialah perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI), dengan sampel yang ada di perusahaan sebanyak 21 perusahaan pertambangan dengan menggunakan teknik sensus. Pengambilan sampel dari tahun 2013–2017 dengan time series 5 tahun. Dalam penentuan sampel, peneliti menggunakan seluruh populasi yang dijadikan sampel. Sehingga jumlah sampel yang digunakan yakni 21 perusahaan selama5 tahun sehingga jumlah sampel sebanyak 105*firm years*.

Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya **Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Pengukuran Pengungkapan CSRD untuk variabel dependen pada penelitian ini dengan menggunakan indikator Global Reporting Initiative (GRI G4) dari generasi baru dimana pengukuran GRI yang diluncurkan di Amsterdam pada 22 Mei 2013. Indikator GRI G4 yang terdiri dari kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, sosial, praktik kerja, hak manusia, dan tanggungjawab produk.

Untuk menghitung CSRI menggunakan pendekatan dikotomi dan nilai 1 jika diungkap. Selanjutnya skor dari setiap item akan dijumlahkan guna memperoleh keseluruhan skor dari setiap perusahaan, dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

CSRI_j : *Corporate social responsibility indeks perusahaan j*

X_{ij} : *Kriteria Variabel* : 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan

N_j : jumlah item untuk perusahaan j; N_j = 150

Sumber : Sukasih dan Sugianto (2017)

Ukuran Dewan Komisaris

Ukuran dewan komisaris ialah total dari anggota dewan yang ada baik dari komisaris independen maupun dewan komisaris utama yang ada di dalam perusahaan.

Ukuran Dewan Komisaris (UDK) = Jumlah Dewan Komisaris

Sumber : Jayanti dan Husaini (2018)

Komite Audit

Komite audit sangat berperan penting untuk meningkatkan standart untuk mengelola perusahaan. Komite audit merupakan komite yang ditunjuk oleh dewan komisaris, dengan tugas untuk bisa membantu dewan komisaris dalam pelaksanaan tugas tugasnya. Fungsi dari komite audit ialah membantu dewan komisaris untuk memastikan struktur dalam pengendalian internal apakah sudah cukup atau efektif. Komite audit yang bisa diukur dengan cara banyaknya anggota komite audit yang ada didalam perusahaan.

Komite Audit (KA) = Jumlah dari seluruh anggota komite audit

Sumber : Sukasih dan Sugianto (2017)

Kepemilikan Instutusional

Kepemilikan saham instiusional ialah saham-saham yang ada dari suatu perusahaan yang akan dimiliki oleh berbagai institusi-institusi atau lembaga- lembaga lain seperti perusahaan, bank, asuransi, perusahaan investasi dan adanya kepemilikan dari institusi lain. Kepemilikan institusional yang dapat dinyatakan dalam presentase yang dapat diukur dengan menggunakan cara dengan membandingkan jumlah lembar saham yang dimiliki oleh investor institusional dibandingkan dengan total jumlah lembar saham yang beredar.

Kepemilikan Instutusional (KI) = $\frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki perusahaan}}{\text{Total saham yang beredar}}$

Sumber : Jayanti dan Husaini (2018)

Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajemen ialah kepemilikan yang dimiliki oleh manajer dewan direksi dan dewan komisaris . Kepemilikan manajemen sangat penting dan bisa mempengaruhi dalam pengambilan keputusan dalam perusahaan. Kepemilikan manajemen yang secara aktif ada dalam pengambilan keputusan .Dimana nilai kepemilikan manajemen dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

Kepemilikan Manajemen (KM) = $\frac{\text{Saham manajemen}}{\text{Saham yang beredar}}$

Sumber : Permadiswara dan Sujana (2018)

Media Exposure

Media Exposure dapat diukur menggunakan website perusahaan yang bisa menjadi sampel dengan melihat perusahaan yang mencantumkan atau memuat sebuah informasi CSR atau tidak. Untuk pemilihan internet (web perusahaan) dengan alasan karena mudah diakses dan mampu untuk mengkomunikasikan dan memberikan sebuah informasi yang lengkap dibandingkan dengan media koran atau televisi. Yang digunakan adalah dummy yaitu dengan nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan aktivitas CSR di website dan nilai 0 untuk yang tidak ada di web site perusahaan.

Sumber : Andriany *et al* (2017)

Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan diukur dengan prestasi perusahaan dalam mengikuti program PROPER yang dilaksanakan oleh pihak Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk mendorong penataan dari perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup dengan adanya instrumen sebuah informasi. Peringkat dari sistem kinerja PROPER peringkat yang mencangkup dari lima (5) warna dan setiap warna memiliki nilai yang menggunakan skala interval dengan *metode successive interval* (MSI) yakni:

- a. Emas : Sangat – sangat baik ,Peringkat = 5 menjadi 5,166
- b. Hijau : Sangat baik , Peringkat = 4 menjadi 3,927
- c. Biru : Baik , Peringkat = 3 menjadi 2,707
- d. Merah : Buruk , Peringkat = 2 menjadi 1,486
- e. Hitam : Sangat Buruk , Peringkat = 1 menjadi 1,000
- f. Sumber : Fibrianti dan Wisada (2015)

Leverage

Leverage ialah rasio yang menunjukkan kemampuan untuk melakukan pengelolaan untuk sumber dana baik yang dari kekayaan perusahaan ataupun dari sumber hutang(Saputra(2016)). Untuk mengukur *leverage* menggunakan *debt to equity ratio* dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Leverage (L)} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Sumber : Andriany *et al* (2017)

Size

Size dalam penelitian ini diukur dengan total aset (Permadi-swara dan Sujana (2018)). Dengan alasan total aset sebagai pengukuran perusahaan karena mencerminkan dengan besarnya sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Dimana total aset bisa mewakili aset perusahaan dibandingkan dengan penerimaan bruto atau jumlah pekerja. Data yang diperoleh dari neraca pada sisi aset perusahaan. *Size* bisa dihitung dengan cara sebagai berikut :

$$\text{Size (S)} : \text{Log N (Total Aset)}$$

Sumber : Masyitah (2016)

Profitabilitas

Profitabilitas bisa diukur dengan *Retrun On Asset* (ROA). Pengukuran ROA merupakan perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan total aset. Pemilihan ROA sebagai alat ukur profitabilitas sesuai dengan penelitian (Permadi-swara dan Sujana (2018)). ROA dihitung sebagai berikut :

$$\text{Profitabilitas (P)} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Sumber : Andriany *et al* (2017)

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda (*Multiple Regression*). Menurut Ghazali 2011, Analisis regresi ialah studi tentang ketergantungan

variabel dependen (terkait) dengan satu atau lebih dari variabel independen (variabel penjelas / bebas).

Rumus untuk pengujian sebagai berikut :

$$CSR D = \alpha + \beta UDK + \beta KA + \beta KI + \beta KM + \beta D.ME + \beta KL + \beta L + \beta S + \beta P + e$$

Dimana :

CSR D : Corporate Social Responsibility Disclosure

A : Konstanta

UDK : Ukuran Dewan Komisaris

KA : Komite Audit

KI : Kepemilikan Institusional

KM : Kepemilikan Manajerial

DME : Media Exposure

KL : Kinerja Lingkungan

L : Leverage

S : Size

P : Profitabilitas

$\beta 1 - \beta 6$: Koefisien regresi

e : Error (faktor pengganggu)

Analisis Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Statistik Deskriptif

Berdasarkan hasil statistic deskriptif maka diperoleh sebanyak 105 data observasi. Ringkasan hasil analisis statistik deskriptif disajikan pada tabel 1 berikut ini :

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	Mean	Median	Std. Deviation	Variance	Minimum	Maksimum
UDK	5.314	5.000	1.219	1.487	3.000	9.000
KA	2.390	2.000	.528	.279	1.000	4.000
KI	.618	.650	.224	.051	.127	.970
KM	.089	.004	.169	.029	.000	.662
ME	.952	1.000	.214	.046	.000	1.000
KL	3.681	3.927	.919	.845	1.000	5.166
L	.934	.607	3.737	13.967	-24.118	16.213
S	18.891	19.690	4.339	18.824	8.693	29.016
P	.024	.019	.270	.073	-1.169	2.015
DCSR	.526	.533	.078	.006	.307	.633

Sumber: Hasil Olahan SPSS (2019)

Berdasarkan tabel 1. dapat dilihat bahwa rata-rata (mean) variabel ukuran dewan komisaris adalah sebesar 5,314 dan standart deviasinya sebesar 1,219. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata dari dewan komisaris perusahaan berjumlah 5 orang dimana keberadaan dari dewan komisaris tersebut bertugas untuk mengawasi dan mengontrol manajemen. Jumlah dari dewan komisaris terkecil sebanyak 3 dan terbesar adalah 8 orang. Rata-rata komposisi dari dewan komisaris yang ada dalam susunan dewan komisaris yang ada didalam susunan dewan komisaris sesuai dengan keputusan menurut PT Bursa Efek Jakarta Nomor : Kep-305/BEJ/07-2004 tentang kriteria dari Komisaris Independen yang menyatakan bahwa dari jumlah komisaris independen yang dimiliki oleh suatu perusahaan sekurang-kurangnya 30% dari keseluruhan anggota dewan komisaris.

Rata-rata (mean) variabel komite audit adalah sebesar 2,390 dan standart deviasinya sebesar 0,528. Kisaran dari komite audit yang paling maksimum adalah 4 orang dan yang

paling minimum adalah 2 orang. Hal ini menunjukkan rata-rata jumlah dari komite audit dalam perusahaan sampel sebanyak 2 orang. Rata-rata dari jumlah komite audit dalam perusahaan belum sesuai dengan Keputusan Ketua BAPEPAM dan LK No.KEP-643/BL/2012 tentang Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit yang menyatakan bahwa komite audit paling minimum terdiri dari 3 orang anggota.

Rata-rata (mean) variabel kepemilikan institusional adalah sebesar 0,618 dan standart deviasinya 0,224. Jadi rata-rata presentase jumlah saham yang dimiliki institusi dari total saham beredar perusahaan sampel sebanyak 61.8%. Nilai minimum 0,127 dan nilai maksimum 0,970. Hal ini menunjukkan bahwa nilai minimum adalah 0,127 dan nilai maksimum 0,970.

Rata-rata (mean) variabel kepemilikan manajerial adalah sebesar 0,089 dan standart deviasinya 0,169. Jadi rata-rata presentase dari total jumlah saham yang beredar adalah sebesar 16,9%. Nilai minimum sebesar 0,000 dan nilai maksimum sebesar 0,662. Hal ini menunjukkan bahwa nilai minimum adalah 0,000 dan nilai maksimum 0,662.

Rata-rata (mean) variabel *media exposure* adalah sebesar 0,952 dan standart deviasinya sebesar 0,214. Hal ini menunjukkan rata-rata pengungkapan media dari perusahaan dengan total sebesar 95,2% perusahaan. Nilai minimum sebesar 0,000 dan nilai maksimum sebesar 1,000. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang nilai 1 mengungkapkan pada media sedangkan nilai minimum sebesar 0 tidak mengungkapkan pada media.

Rata-rata (mean) variabel kinerja lingkungan adalah sebesar 3,681 dan standart deviasinya sebesar 0,919. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata dari nilai kinerja lingkungan 5 dimana nilai tersebut menunjukkan bahwa perusahaan memperhatikan lingkungan sekitar perusahaan. Nilai minimum sebesar 1,000 dan nilai maksimum sebesar 5,166. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan nilai 1,000 menunjukkan warna merah yang berarti buruk dalam memperhatikan dan menjaga lingkungan sekitar sedangkan dari nilai maksimum sebesar 5,166 menunjukkan warna emas yang berarti perusahaan memperhatikan dan menjaga lingkungan sekitar.

Rata-rata (mean) variabel *leverage* adalah sebesar 0,934 dan standart deviasinya sebesar 3,927. Hal ini menunjukkan bahwa perbandingan antara total hutang dibanding dengan ekuitas menunjukkan rata-rata sebesar 93.4% dari seluruh modal perusahaan. Nilai minimum sebesar -24,118 atau adanya hutang perusahaan sebesar 24,118% dari seluruh modal perusahaan dan Nilai maksimum 16,231 atau adanya hutang yang lebih besar dari modal perusahaan.

Rata-rata (mean) variabel *size* adalah sebesar 18,891 dan standart deviasinya sebesar 4,339. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan total aset menunjukkan rata – rata sebesar 18,891. Nilai minimum sebesar 8,693 dan nilai maksimum sebesar 29,016. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar menunjukkan banyaknya sumber-sumber aset dan adanya penambahan aset yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga dimungkinkan akan menambah sumber-sumber dari pengungkapan yang dapat diberikan oleh perusahaan.

Rata-rata (mean) variabel *profitabilitas* adalah sebesar 0,024 dan standart deviasinya sebesar 0,270. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata dari *profitabilitas* sebesar 2.3%. Nilai minimum sebesar -1,169 dan nilai maksimum sebesar 2,015. Hal ini menunjukkan bahwa *profitabilitas* yang tinggi adanya efektivitas dari perusahaan dalam memanfaatkan aset-aset yang dimiliki untuk mendapatkan laba.

Rata-rata (mean) variabel pengungkapan *corporate social responsibility* adalah sebesar 0,526 deviasinya sebesar 0,078. Hal ini menunjukkan bahwa dalam satu periode *annual report*, perusahaan telah mengungkapkan 52,6% pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Nilai minimum sebesar 0,307 dan nilai maksimum sebesar 0,633. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya perusahaan dalam pengungkapan CSR yang

salah satunya dikarenakan UUPT No. 40 dimana mengharuskan perusahaan untuk menjalankan kegiatan usahanya dibidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib untuk melaksanakan tanggung jawab sosial juga dikarenakan merupakan salah satu strategi bisnis perusahaan untuk menciptakan *image* yang baik dilingkungan masyarakat.

Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Pengujian Normalitas Menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov

N		105
Normal Parameters	Mean	.2026
	Std. Deviation	.07667
Most Extreme Differences	Absolute	.101
	Positive	.071
	Negative	-.101
Test Statistic		.101
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200

Sumber: Hasil Olahan SPSS (2019)

Berdasarkan tabel 2 maka dapat dilihat bahwa nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* yakni 0,200, hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal hal ini dikarenakan nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* lebih dari 0,05 (5%).

Uji Multikolinieritas

Tabel 3. Hasil Pengujian Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.325	.064		5.076	.000		
UDK	-.002	.005	-.025	-.290	.773	.941	1.062
KA	-.030	.020	-.204	-1.468	.145	.359	2.784
KI	.099	.050	.286	1.963	.053	.325	3.078
KM	.002	.056	.004	.034	.973	.464	2.155
ME	.150	.033	.413	4.593	.000	.855	1.170
KL	.012	.010	.141	1.228	.222	.526	1.901
L	.001	.002	.025	.293	.770	.964	1.037
S	.002	.002	.093	1.075	.285	.918	1.089
P	.059	.025	.207	2.398	.018	.930	1.075

Sumber: Hasil Olahan SPSS (2019)

Berdasarkan tabel 3 dalam pengujian asumsi klasik terhadap analisis regresi linier berganda ini menyatakan bahwa hasil analisis penelitian ini menunjukkan tidak adanya gejala multikolinieritas pada semua variabel bebas dimana nilai VIF pada semua variabel (lebih kecil dari 10) dan atau nilai Tolerance lebih dari 0,01.

Uji Heterokedastisitas

Tabel 4 Hasil Pengujian Heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.066	.039		1.702	.092
UDK	.001	.003	.044	.426	.671
KA	.006	.012	.083	.497	.620
KI	-.016	.030	-.093	-.532	.596
KM	-.012	.034	-.050	-.341	.734
ME	.009	.020	.050	.459	.647
KL	-.005	.006	-.110	-.793	.430
L	.001	.001	.053	.520	.604
S	-.001	.001	-.120	-1.145	.255
P	.011	.015	.080	.766	.446

Sumber: Hasil Olahan SPSS (2019)

Berdasarkan tabel maka seluruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari masalah heteroskedastisitas. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi masing-masing variabel lebih dari 0,05 (5%).

Uji Autokorelasi

Tabel 5 Hasil Pengujian Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.587	.344	.282	.065771	1.892

Sumber: Hasil Olahan SPSS (2019)

Berdasarkan tabel 5 di mana adanya autokorelasi di sini dilihat dari hasil analisis yang menunjukkan hasil bahwa nilai Durbin Watson sebesar 1.892 Nilai Durbin Watson Tabel dengan jumlah data (N) = 105 dan Jumlah Variabel bebas (K) = 9 dan $\alpha = 0,05$ adalah DL = 1,4875 dan DU = 1,8732 dan nilai $4 - d_u = 4 - 1,8732 = 2,1238$. Jika $d = 1,915 > d_U = 1,8732$ maka **tidak** terdapat autokorelasi positif. Dengan demikian terdapat pada daerah keraguan. Secara keseluruhan pada model regresi ini tidak terjadi autokorelasi.

Uji Koefisiensi Determinasi

Tabel 6 Hasil Pengujian Koefisiensi Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.587	.344	.282	.065771

Sumber: Hasil Olahan SPSS (2019)

Berdasarkan tabel 6 maka nilai *adjusted r²* dalam penelitian ini yakni = 0,282 Artinya, CSR dipengaruhi oleh variabel independent (Ukuran Dewan Komisaris, Komite Audit, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, Media Exposure, Kinerja Lingkungan, Leverage, Siza dan profitabilitas) sebesar 28,2% sedang sisanya sebesar 71,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini.

Uji Kesesuaian Model

Tabel 7 Hasil Pengujian Kesesuaian Model

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.216	9	.024	5.541	.000
Residual	.411	95	.004		
Total	.627	104			

Sumber: Hasil Olahan SPSS (2019)

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat bahwa nilai F sebesar 5,541 yang mana dapat disimpulkan bahwa variabel Ukuran Dewan Komisaris, Komite Audit, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, *Media Exposure*, Kinerja Lingkungan, *Leverage*, *Size Profitabilitas*, secara serentak mempunyai pengaruh terhadap variabel *Corporate Social Responsibility*. Hal ini dikarenakan nilai F lebih besar dari 4. Nilai signifikansi juga menunjukkan angka 0,000 hal ini juga mendukung bahwa variabel Ukuran Dewan Komisaris, Komite Audit, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, *Media Exposure*, Kinerja Lingkungan, *Leverage*, *Size Profitabilitas*, secara serentak mempunyai pengaruh terhadap variabel *Corporate Social Responsibility*, dikarenakan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Sehingga penelitian ini dapat dilanjutkan.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 8 Hasil Pengujian Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.325	.064		5.076	.000
UDK	-.002	.005	-.025	-.290	.773
KA	-.030	.020	-.204	-1.468	.145
KI	.099	.050	.286	1.963	.053
KM	.002	.056	.004	.034	.973
ME	.150	.033	.413	4.593	.000
KL	.012	.010	.141	1.228	.222
L	.001	.002	.025	.293	.770
S	.002	.002	.093	1.075	.285
P	.059	.025	.207	2.398	.018

Sumber: Hasil Olahan SPSS (2019)

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat untuk variabel ukuran dewan komisaris nilai $t = -0,290$ dan nilai signifikansi $0,773$. Hal ini bermakna bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dikarenakan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel (t hitung $-0,290 < t$ tabel $1,985$) dan nilai signifikansi lebih dari $0,05$. Sehingga hipotesis pertama ditolak.

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat untuk variabel komite audit nilai $t = -1,468$ dan nilai signifikansi $0,145$. Hal ini bermakna bahwa komite audit tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dikarenakan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel (t hitung $-1,468 < t$ tabel $1,985$) dan nilai signifikansi lebih dari $0,05$. Sehingga hipotesis kedua ditolak.

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat untuk variabel kepemilikan institusional nilai $t = 1,963$ dan nilai signifikansi $0,053$. Hal ini bermakna bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dikarenakan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel (t hitung $1,963 < t$ tabel $1,985$) dan nilai signifikansi lebih dari $0,05$. Sehingga hipotesis ketiga ditolak.

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat untuk variabel kepemilikan manajerial nilai $t = 0,034$ dan nilai signifikansi $0,973$. Hal ini bermakna bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dikarenakan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel (t hitung $0,034 < t$ tabel $1,985$) dan nilai signifikansi lebih dari $0,05$. Sehingga hipotesis keempat ditolak.

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat untuk variabel media *exposure* nilai $t = 4,593$ dan nilai signifikansi $0,000$. Hal ini bermakna bahwa media *exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dikarenakan nilai t hitung lebih besar dari t tabel (t hitung $4,593 > t$ tabel $1,985$) dan nilai signifikansi kurang dari $0,05$. Sehingga hipotesis kelima diterima.

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat untuk variabel kinerja lingkungan nilai $t = 1,228$ dan nilai signifikansi $0,222$. Hal ini bermakna bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dikarenakan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel (t hitung $1,228 > t$ tabel $1,985$) dan nilai signifikansi lebih dari $0,05$. Sehingga hipotesis keenam ditolak.

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat untuk variabel *leverage* nilai $t = 0,293$ dan nilai signifikansi $0,770$. Hal ini bermakna bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dikarenakan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel (t hitung $0,293 < t$ tabel $1,985$) dan nilai signifikansi lebih dari $0,05$. Sehingga hipotesis ketujuh ditolak.

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat untuk variabel *size* nilai $t = 1,075$ dan nilai signifikansi 0,285. Hal ini bermakna bahwa *size* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dikarenakan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel (t hitung $1,075 < t$ tabel $1,985$) dan nilai signifikansi lebih dari 0,05. Sehingga hipotesis kedelapan ditolak.

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat untuk variabel *profitabilitas* nilai $t = 2,398$ dan nilai signifikansi 0,018. Hal ini bermakna bahwa *profitabilitas* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dikarenakan nilai t hitung lebih besar dari t tabel (t hitung $2,398 > t$ tabel $1,985$) dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Sehingga hipotesis kesembilan diterima.

Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Komite Audit, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, Media Exposure, Kinerja Lingkungan, Leverage, Size, dan Probabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*. Berikut ini pembahasan mengenai pengaruh-pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen:

Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini tidak dapat mengkonfirmasi teori agensi, di mana teori agensi yang membahas tentang adanya dewan komisaris diharapkan dapat mengendalikan manajemen dan mempermudah dalam pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif. Sehingga adanya pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh manajemen akan semakin besar diungkapkan. Namun hal ini bertolak belakang dengan hasil analisis data bahwa adanya dewan komisaris tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh manajemen.

Pengaruh Komite Audit terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa komite audit tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya komite audit yang sudah terpilih untuk mengerjakan pekerjaan atau mendapatkan kewenangan untuk melakukan tugas – tugas khusus atau sejumlah anggota yang membantu auditor dalam mempertahankan independensinya dari manajemen. Anggota komite audit yang telah diangkat akan melaksanakan tugas – tugas eksekutif, minimal untuk anggota dan mayoritas independen, dan uang tidak memiliki hubungan dengan pihak – pihak yang terafiliasi. Namun tidak dapat menekan manajemen untuk meningkatkan pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Di mana pada dasarnya ketika kepemilikan institusional semakin tinggi berarti semakin tinggi pula pengawasan atau monitoring apa yang dilakukan oleh investor institusi. Investor institusi memiliki *experience* dan *power* dalam mempertanggung jawabkan dalam menerapkan *corporate governance* yang digunakan untuk melindungi kepentingan dan hak seluruh pemegang saham sehingga perusahaan akan melakukan pengkomunikasian secara transparan. salah satu prinsip *corporate governance* dimana reponsibilitas dan keterbukaan informasi atau transparan. sehingga pengungkapan *corporate social responsibility* akan didukung oleh investor institusional karena dengan pengungkapan CSR sendiri merupakan bentuk cara mengkomunikasikan tanggung jawab ke pemegang saham atas dampak operasional terhadap

lingkungan dan sosialnya. Namun berdasarkan hasil pengujian hipotesis bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Pada dasarnya teori keagenan menjelaskan bahwa dari kepentingan manajemen dan kepentingan dari pemegang saham memungkinkan bisa menjadi pertentangan. Adanya pertentangan karena dari pihak manajer yang lebih mengutamakan kepentingan pribadi, dan bisa sebaliknya dari pemegang saham yang tidak menyukai kepentingan pribadi manajer tersebut karena pengeluaran yang akan menambah biaya perusahaan yang bisa menyebabkan penurunan dari keuntungan perusahaan dan penurunan deviden yang akan diterima.

Pengaruh Media Expoure terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa media *expoure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Di mana perusahaan diharapkan bisa memanfaatkan atau menggunakan media yang ada untuk mengkomunikasikan identitas dari perusahaan mengenai aktivitas – aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan. Teori legitimasi menjelaskan bahwasannya perusahaan memiliki nilai- nilai yang ada dalam perusahaan yang selaras dengan nilai yang berlaku sesuai dalam lingkungan masyarakat. Perusahaan harus menanggapi perubahan yang ada dalam masyarakat, termasuk penggunaan media *expousure* sebagai media untuk mengungkapkan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Hasil pengujian hipotesis keenam menunjukkan bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Di mana pada dasarnya kinerja lingkungan dapat dipengaruhi dari berapa besar motivasi perusahaan dalam melakukan pengelolaan lingkungan sehingga akan berdampak pada pengungkapan akan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Semakin baik kinerja lingkungan yang dilakukan perusahaan maka semakin tinggi juga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang diungkapkan. Oleh karena itu, perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik perlu mengungkapkan informasi kuantitas dan mutu lingkungan yang lebih dibandingkan dengan perusahaan dengan kinerja lingkungan yang lebih buruk.

Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Hasil pengujian hipotesis ketujuh menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Pada umumnya perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi akan memiliki suatu kewajiban untuk melakukan sebuah pengungkapan yang lebih luas dibandingkan dengan memiliki rasio *leverage* yang rendah. Semakin luas dari pengungkapan, maka akan memperoleh banyak informasi – informasi yang diperoleh oleh investor. Perusahaan dengan *leverage* tinggi akan mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang makin banyak. Hal ini disebabkan perusahaan dengan *leverage* tinggi memiliki tekanan yang lebih besar dari bank, kreditur, investor sehingga perusahaan berupaya untuk melonggarkan tekanan ini dengan cara melakukan banyak *disclose* dengan tujuan memberikan keyakinan ke bank, kreditur, investor bahwa perusahaan tidak melanggar *covenants* yang ada.

Pengaruh Size terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Hasil pengujian hipotesis kedelapan menunjukkan bahwa *size* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Pada dasarnya Ukuran perusahaan (*size*) merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang skalanya besar biasanya cenderung lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial daripada perusahaan yang mempunyai skala kecil. Jika dikaitkan dengan teori

agensi maka semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar, untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas. 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. Namun hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *size* tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Hasil pengujian hipotesis kesembilan menunjukkan bahwa *profitabilitas* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Di mana ketika perusahaan dengan profit yang lebih tinggi memiliki kecenderungan untuk melakukan intervensi kebijakan. Oleh karena itu, perusahaan tersebut akan terdorong untuk mengungkapkan informasi yang lebih rinci dalam laporan tahunan mereka dalam rangka mengurangi biaya politik dan menunjukkan kinerja keuangan kepada publik. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pula pengungkapan informasi sosialnya. Hal tersebut mengandung arti bahwa profitabilitas yang tinggi akan memberikan keyakinan perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya dan perusahaan tetap akan mendapatkan keuntungan positif, yaitu mendapatkan legitimasi dari masyarakat yang pada akhirnya akan berdampak dengan meningkatnya keuntungan perusahaan dimasa yang akan datang (Sari, 2014).

Simpulan, Keterbatasan, dan Implikasi Hasil Penelitian

Simpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian yang dikemukakan sebelumnya berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Ukuran Dewan Komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Di mana adanya peningkatan ukuran dewan komisaris tidak mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil yang tidak signifikan tersebut dapat mengindikasikan kurang efektifnya fungsi pengawasan Dewan Komisaris Independen dan tidak dapat memberikan control dan monitoring bagi manajemen dalam operasional perusahaan termasuk dalam pelaksanaan dan pengungkapan aktivitas *Corporate social responsibility* perusahaan.
2. Komite Audit tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Di mana adanya komite audit tidak mempengaruhi pengungkapan *Corporate social responsibility*, hal ini dikarenakan perusahaan di Indonesia membentuk komite audit hanya sebagai formalitas untuk memenuhi peraturan saja, tanpa mempertimbangkan efektivitas dan kompleksitas perusahaan.
3. Kepemilikan Institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini mungkin disebabkan karena institusi yang menanamkan modalnya pada perusahaan lain belum mempertimbangkan masalah tanggungjawab sosial sebagai salah satu kriteria dalam melakukan investasi, sehingga para investor institusi juga cenderung tidak menekan perusahaan untuk mengungkapkan *corporate social responsibility* secara detail dan luas dalam laporan tahunan perusahaan.
4. Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini terjadi karena rata-rata kepemilikan manajerial pada perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini masih relatif kecil. Dengan kepemilikan manajerial yang kecil, maka masih terdapat benturan kepentingan antara pemilik dan manajemen perusahaan.
5. *Media exposure* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social*

responsibility. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi media *exposure*, maka akan semakin tinggi pula tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan.

6. Kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Di mana manajemen merasa tidak perlu memberikan pengungkapan tentang kinerja lingkungan karena pengungkapan tentang kinerja lingkungan tersebut dirasa tidak mempengaruhi posisi dan kompensasi yang diterimanya.
7. *Leverage* tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Hal tersebut terjadi karena untuk melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak tergantung pada tingkat *leverage* namun tergantung pada tingkat kepekaan perusahaan terhadap kepedulian sosial dan tanggung jawabnya terhadap lingkungan
8. *Size* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Di mana tidak berpengaruhnya *size* terhadap *corporate social responsibility* karena setiap perusahaan pastinya menghadapi isu-isu yang rumit yang menyangkut tentang tanggung jawab sosial yang dilakukannya. Isu-isu tersebut jumlahnya sangat banyak dan berubah-ubah tergantung pada situasi dan kondisi. Aturan perusahaan yang kaku tidak dapat menangani isu-isu tersebut. Baik perusahaan apakah itu besar ataupun kecil memiliki cara pandang tersendiri dalam memandang program CSR itu penting atau tidak dilakukan oleh perusahaan. Sehingga cara pandang inilah yang pada akhirnya memutuskan apakah perusahaan akan melaksanakan praktik CSR atau tidak.
9. *Profitabilitas* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Di mana profitabilitas yang tinggi akan memberikan keyakinan perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya dan perusahaan tetap akan mendapatkan keuntungan positif, yaitu mendapatkan legitimasi dari masyarakat yang pada akhirnya akan berdampak dengan meningkatnya keuntungan perusahaan dimasa yang akan datang.

Implikasi

Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa media *exposure* dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan komite audit, kepemilikan manajerial, ukuran dewan komisaris, kepemilikan institusional, kinerja lingkungan, *leverage*, *size*, dan *profitabilitas* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Secara teori, temuan ini dapat memberikan pemahaman dan wawasan bahwa dengan adanya media *exposure* dan profitabilitas akan berimplikasi pada peningkatan pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Secara praktis, hasil temuan ini dapat menjadi sumber informasi terkait media *exposure* dan profitabilitas serta sebagai bahan evaluasi yang dilakukan oleh manajemen maupun stakeholder dalam meningkatkan pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Secara kebijakan, temuan ini dapat memberikan masukan kepada manajemen maupun stakeholder yang berkaitan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* yang dipengaruhi oleh media *exposure* dan profitabilitas sebagai bahan evaluasi dan melakukan fungsi monitoring dalam meningkatkan pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Keterbatasan dan Saran

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan dalam penyusunan. Adapun keterbatasan yang dihadapi penulis yaitu:

1. Penelitian ini menggunakan periode pengamatan selama lima tahun yaitu tahun 2013-

2017 sehingga memiliki rentang waktu yang relatif pendek dan kurang mampu mendeteksi adanya pengungkapan *corporate social responsibility*.

2. Penelitian ini tidak mencakup semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia melainkan dibatasi pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sehingga belum mampu menggeneralisasikan manajemen laba yang terjadi pada jenis industri lainnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Pengaruh variabel independen (ukuran dewan komisaris, komite audit, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, media exposure, kinerja lingkungan, leverage, size, probabilitas) hanya mampu memprediksi pengungkapan *corporate social responsibility* sebesar 28,9% sedangkan sisanya 71,1% oleh variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian yang telah diuraikan, maka peneliti dapat memberikan saran kepada peneliti selanjutnya sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan periode pengamatan yang lebih panjang dengan periode lebih dari lima tahun sehingga diharapkan mampu mendeteksi adanya pengungkapan *corporate social responsibility*.
2. Penelitian selanjutnya dapat menambah populasi perusahaan yang akan dijadikan sampel penelitian tidak hanya perusahaan pertambangan tetapi juga jenis industri lainnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Penelitian selanjutnya dapat menambah atau mengganti variabel yang mungkin dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* sehingga dapat meningkatkan kemampuan prediksi terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustami,S dan S.Hidayat. (2015).Pengaruh Profitabilitas Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan* 3 (3) : 753-760.
- Andriany,D.W.S.Yuliandari dan D.Zutilisna. (2017).Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.*e-Proceeding of Management*4(3) :2723-2733.
- Aziz, A. (2014). Analisis Pengaruh *Good Corporate Governance* (Gcg) Terhadap Kualitas Pengungkapan *Sustainability Report* (Studi Empiris Pada Perusahaan Di Indonesia Periode Tahun 2011-2012). *Jurnal Audit dan Akuntansi* 3(2): 65-84.
- Deegan,C. (2004).*Financial Accounting Theory*.Mc Graw Hill Book Company.Sydney.
- Djuitaningsih, T. (2012). Pengaruh Manajemen Laba dan Mekanisme *Corporate Governance* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. *Media Riset Akuntansi*, 2(2): 187-211
- Edison,A. (2017). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, dan Media Exposure terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 11 (2) : 164-175.
- Efendi,M.A. (2009).*The Power Of Corporate Governance : Teori Imolementasi*.Jakarta : Salemba Empat.
- FCGI.Forum for Corporate Governace in indonesia. www.fcgi.or.id .
- Feng,L.,J,L.Y.,Wei,L.X. (2013).Research on the Interactive Effect of Media Attention and Traveling Volume on Stock Retrun. *International Conferance on Management Science & Engineering (20th)*.July 17-19, Harbin, China.
- Febrianti,N.P.E dan G.S.Wisada. (2015).Pengaruh Hutang, Profitabilitas dan tanggungjawab lingkungan pada CSR Disclosureperusahaan Pertambangan.*E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*11 (2) : 99-114.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.Badan Penerbit Universitas Diponegoro.Semarang
- Gray,et al. (1996).*Accounting and Accountability : Changes and Challenges in Corporate Social and Environmental Reporting*. Prentice Hall Europ, Hemel Hempstead.
- Gujarati, Damodar N and Dawn C, Porter. (2009). *Basic Econometrics, Fifth Edition*. The McGraw-Hill Companies.
- Handayanti,P.(2017).Analisis Kinerja Lingkungan Dan Mekanisme GCG Terhadap Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial.*Jurnal Akuntansi Aktual* 4 (1) :58-68.
- Herawati,H.(2017).Corporate Governance, Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Corporate Social Reponsibility.*Jurnal Riset Akuntansi dan Perpajakan*. 2 (2) :203-217.
- Isharijadi,R.P.Astuti dan N.Amah. (2017).Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Kinerja Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.*ForumIlmiah Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Madiun*5(1) : 322-333.
- Jayanti, R. K dan A. Husaini. (2018). Pengaruh Good Corporate Governace dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal administrasi bisnis*. 59(1) :16-22.
- Jensen,M.C.Meckling dan H.William. (1976).Theory of The Frim : Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial Economic* 3(4) : 305-360.
- Jensen,Meckling. (1976).The Theory of The Firm : Manajerial Behaviour, Agency Cost, and Ownership Structure. *Journal of Financial and Economic* 3:305-360.
- Kusumawardani,I dan I.P.Sudana. (2017). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility.*E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*19 (1) : 741-770.

- Lei,X.S.D. (2016).The Impact Of Eplicit CSR Regulation : Evidence From China's Mining Firms.*Journalof Applied Accounting Research*.17(02).
- Masyitah,E. (2016). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (*Social Disclosure*) Dalam Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.*Jurnal Al-Qasd* 1 (1) : 52-57.
- Mudjiyanti,R dan S. S. Maulani. (2017).Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Terdaftar Di Bursa Efek Surabaya.*jurnal akuntansi dan sistem teknologi informasi* 13(3) : 342-346.
- Oktariani, N.W dan N. P. S.H. Mimba. (2014).Pengaruh Karakteristik dan Tangungjawab Lingkungan Pada Pengungkapan Tangungjawab Sosial Perusahaan.*E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*6 (3) : 402- 418.
- Oktalia, D. (2014). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Go Public yang Terdaftar di BEI 2009-2012). *Skripsi*. Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Pakpahan,Y dan L. Rajagukguk. (2018). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, dan Media Exposure terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Akuntansi* 18 (2): 197-218.
- Permadiswara, K.Y dan K. Sujana. (2018).Pengaruh Profitabilitas,Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajemen dan Media Exposure Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. . *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 25 (1): 690-716.
- Putri, R. A dan Y.J. Christiawan. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Bussines Accounting Review* 2 (1): 61-70.
- Rahayu,P dan I.Anissyukurillah. (2015). Pengaruh Kepemilikan Saham Publik, Profitabilitas, Dan Media Exposure terhadap Pengungkapan Tangungjawab Sosial.*Accounting Analysis Jurnal* 4 (3): 1-9.
- Rahayu, R.S. dan A.D. Cahyati. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perbankan Syariah. *Jurnal Riset Akuntansi*, 5(2): 74-87.
- Robiah, A. M dan E. Teguh. (2017).Pengaruh Leverage, Size dan Kepemilikan Manajemen terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure.*Jurnal Akuntansi Dewantara* 1 (1): 39-48.
- Saputra,E. S. (2016).Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Dan Size Terhadap Pengungkapan Corporate Social ResponsibilityPada Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia.*Journal of Economic and Economic Education* 5(1): 75-89.
- Sari, L.P. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Proporsi Dewan Komisaris Independen dan Kepemilikan Saham Asing Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility: Study* Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta.. *Jurnal Akuntansi*, 2(3): 1-21.
- Sari, R.A. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal* 1(1): 124-140.
- Scott,W.R. (2012).*Financial Accounting Theory, Sixth Editio.*, Canada : Pearson Prentice Hall.
- Subroto.B. (2005).*Good Corporate Governace*. Jakarta : Elekmedia.
- Sukasih,A dan E. Sugianto. (2017).Pengaruh Struktur Good Corporate Governance dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.*Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia* 2(2): 121-131.

- Sutiyok dan E. Rahmawati.(2014).Pengaruh Mekanisme Corporate Governace Terhadap Tingkat Kepatuhan Mandatory Disclosure Konvergensi Ifrs di Perbankan.*Jurnal Akuntansi dan Investasi*.15 (2): 151-162.
- Trinanda,S. M. M.Yahdi dan N.Rizal. (2018).Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas dan Lverage Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure.*Progres Confarence* 1(1): 292-304.
- Utari, M.D.(2014).Analisis Pengaruh Kriteria Good Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Sub – Sektor Farmasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.*Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura* 3 (1): 53-80.
- Wahyutama, N. R. I. (2016).Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Media Exposure Terhadap Corporate Social Responsibility.*Artikel Ilmiah* :1-8.
- Widiawan, I. G. A. R. I. G. A. Purnamawati. dan I. P. Julianto. (2017).PengaruhConsumer Proximity, Media Exposure,dan Profitability terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure Perusahaan Di Indonesia. *e-Journal SI AkUniversitas Pendidikan Ganesha*8 (2).
- Wiwoho, B. (2018). *KLHK Diminta Setop Izin Dua Perusahaan Tambang*. Edisi Selasa,17April2018. (<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180417025844-12291288/klhk-diminta-setop-izin-dua-perusahaan-tambang>)
- Widiastuti, H. E. R. Utami dan R.Handoko. (2018).Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Growth, dan Media ExposureTerhadap Penungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan.*Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia* (3) 2: 107-117.
- Wulolo, C. F dan I. P. Rahmawati. (2017).Anlisis Penungkapan Corporate SocialResponsibility Berdasarkan Global Reporting Intitive G4.*Jurnal Organisasi dan Manajemen* 13 (1): 53-60.
- www.idx.co.id
- Zarkasyi,M.W. (2008).*Good Corporate Governance*. Alfabeta :Bandung.