

PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN DAN UKURAN DEWAN KOMISARIS TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Nabillah Nurhaliza

Nabillahnrhlz0301@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan corporate social responsibility pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2020. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode Purposive Sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility. Sedangkan leverage, ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility

This study aims to analyze the effect of profitability, leverage, firm size and board of commissioners on the disclosure of corporate social responsibility in mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The population in this study are mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2015-2020. Sampling was carried out using the purposive sampling method. The results show that profitability has an influence on the disclosure of corporate social responsibility in mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Meanwhile, leverage, company size and the size of the board of commissioners have no effect on the disclosure of corporate social responsibility

KATA KUNCI

Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris
(Profitability, Leverage, Size, Board of Commissioners Size)

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang kaya akan sumber daya alam, baik sumber daya yang tidak dapat diperbaharui maupun yang dapat diperbaharui. Sumber daya alam yang tidak dapat diperbaharui di Indonesia salah satunya dikelola oleh sektor pertambangan. Produksi pertambangan di Indonesia secara mayoritas terdiri dari batu bara, timah, tembaga, emas dan amonia(YantidanBudiasih,2016).

Penulis adalah Alumni Prodi Akuntansi Keuangan Publik, Politeknik Negeri Medan

Tujuan utama dibentuknya suatu perusahaan yaitu untuk memperoleh laba sebanyak-banyaknya dari kegiatan operasi baik jasa maupun dagang yang dijual, sehingga mampu bersaing dan bertahan di dalam dunia bisnis. Selain itu, perusahaan dinyatakan berhasil pada saat kekayaan para pemegang saham dapat mencapai nilai maksimal dalam jangka panjang, tidak hanya mementingkan ukuran-ukuran akuntansi seperti laba bersih. Jika ingin memaksimalkan nilai suatu perusahaan, manajemen harus memanfaatkan kekuatan yang ada dan memperbaiki kelemahan pada perusahaan tersebut. Disisi lain, dunia bisnis menuntut kepada seluruh perusahaan untuk menyelaraskan antara pencapaian kinerja ekonomi (*profit*), kinerja sosial (*people*) dan kinerja lingkungan (*planet*) yang disebut sebagai konsep *triple bottom-line performance* (Subara dan Saragih, 2020).

Corporate Social Responsibility timbul akibat dari keberadaan perusahaan yang aktivitas perusahaannya membawa dampak positif dan juga membawa dampak negatif. Perusahaan harus memperhatikan mengenai masalah lingkungan dan sosial di sekitar sehingga dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan tidak memberikan dampak negatif kepada masyarakat sekitar. Masyarakat menginginkan agar manajemen perusahaan mampu meminimalisir kerusakan terhadap lingkungan. Perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Perusahaan juga wajib melaporkan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang merupakan cerminan dari akuntabilitas perusahaan.

Dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, masih ada terjadi penyimpangan yang dilakukan oleh beberapa perusahaan seperti pada PT. Semen Tonasa di Makassar. Data yang ada di laporan pertanggungjawaban penggunaan dana *Corporate Social Responsibility* yang dipertanggungjawabkan oleh FPKB (forum pengembangan kesejahteraan bontoa) tidak sesuai dengan fakta yang ada, sehingga

laporan tersebut ditolak oleh seluruh masyarakat. Masyarakat tidak menerima dana Corporate Social Responsibility sesuai dengan apa yang dilaporkan. Penyalahgunaan dana Corporate Social Responsibility hingga ratusan juta rupiah yang diduga kuat dilakukan oleh oknum-oknum Pengurus FPKB. Praktik Corporate Social Responsibility membuat perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan publik atas pencapaian usaha perbaikan yang dilakukan terhadap lingkungan dan masyarakat yang merupakan bagian dari *stakeholder*, dimana perusahaan dan masyarakat mempunyai hubungan yang saling terikat dalam menjalankan aktivitas perusahaan karena saling membutuhkan.

Pengungkapan Corporate Social Responsibility dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu profitabilitas. Sembiring (2003) menyatakan bahwa suatu perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi harus melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan secara transparan, perusahaan yang memiliki profit lebih tinggi harus lebih aktif dalam melaksanakan Corporate Social Responsibility. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility yang dilakukan oleh perusahaan. Pengungkapan Corporate Social Responsibility merupakan bentuk implementasi perusahaan untuk memenuhi harapan dari para *stakeholder* yang ingin mendapatkan informasi terkait kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dihasilkan perusahaan maka pengungkapan Corporate Social Responsibility akan cenderung semakin besar.

Faktor lain yang mempengaruhi pengungkapan Corporate Social Responsibility yaitu *leverage*. *Leverage* merupakan alat untuk mengukur besarnya suatu aktiva yang dibiayai dengan dana pinjaman atau hutang. Dana pinjaman yang digunakan berasal dari kreditor, bukan dari pemegang saham ataupun investor. Anggriani (2006) menyatakan bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan

mengungkapkan lebih banyak informasi sehingga perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi harus melakukan ungkapan yang lebih luas dari pada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur (Marwata, 2001).

Faktor lainnya yang juga mempengaruhi pengungkapan Corporate Social Responsibility yaitu ukuran perusahaan. Perusahaan dengan skala besar akan lebih mudah melakukan pengungkapan Corporate Social Responsibility, karena perusahaan besar memperoleh hasil penjualan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan berskala kecil (Sembiring, 2005). Sedangkan perusahaan dengan skala kecil cenderung kepada peningkatan hasil penjualan perusahaannya dibandingkan melakukan pengungkapan Corporate Social Responsibility..

Faktor terakhir yang mempengaruhi pengungkapan Corporate Social Responsibility yaitu ukuran dewan komisaris. Sitorus (2014) menyimpulkan bahwa secara hukum dewan komisaris bertugas melakukan pengawasan dan memberi nasehat kepada direksi. Perusahaan yang memiliki dewan komisaris yang besar akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang efektif mengenai pengungkapan Corporate Social Responsibility.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang telah dilakukan oleh Arifin (2013). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Arifin (2013) terdapat pada populasi, dan kriteria sampel yang digunakan. Populasi yang digunakan pada penelitian Arifin (2015) merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sedangkan pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Stakeholders (Stakeholder Theory)

Teori Stakeholder merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan

bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh stakeholder-nya yaitu pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain (Limbong, 2019). Stakeholder sangat penting dan berpengaruh terhadap jalannya aktivitas perusahaan karena dalam menjalani kegiatan usahanya, tentu akan berhubungan langsung maupun tidak langsung dengan para stakeholder yang jumlahnya sesuai dengan luas lingkup operasional perusahaan. Teori stakeholder juga menekankan bahwa seluruh stakeholder memiliki hak untuk mendapatkan informasi tentang bagaimana aktivitas organisasi mempengaruhi mereka (Deegan, 2004). Dengan adanya hal tersebut maka perusahaan secara tidak langsung akan memilih untuk mengungkapkan informasi secara sukarela terkait semua aktivitas – aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan melebihi permintaan kewajiban yang harus perusahaan lakukan (Deegan, 2004).

Teori Legitimasi (Legitimacy Theory)

Menurut O'Donovan (2002), teori legitimasi didasarkan pada pengertian kontrak sosial yang terjadi antara institusi dengan masyarakat. Legitimasi sebuah perusahaan dapat ditingkatkan melalui pengungkapan *corporate social responsibility* yang sangat diperlukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat untuk menghindari adanya konflik sosial dan lingkungan. Perusahaan beroperasi dengan ijin dari masyarakat, dimana ijin ini dapat ditarik apabila masyarakat menilai bahwa perusahaan tidak melakukan hal-hal yang diwajibkan, sehingga perusahaan harus berperilaku yang secara sosial dapat diterima oleh lingkungan demi melanjutkan usahanya sehingga dapat berjalan dengan lancar. Teori legitimasi menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dimana perusahaan berada. Legitimasi ini menyebabkan perusahaan terhindar dari hal-hal

yang tidak diinginkan dan dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Perusahaan yang mampu memenuhi harapan masyarakat maka akan mampu mendapatkan pengakuan dan dukungan dari masyarakat. Perusahaan juga harus mengetahui hal apa yang membentuk nilai dan persepsi tentang sosial dan lingkungan yang terdapat di masyarakat. Praktik pengungkapan sosial dan lingkungan dapat dipandang sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik untuk menjelaskan berbagai dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan baik dalam pengaruh yang baik maupun dampak yang buruk (Putri dan Christiawan, 2014).

Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan yang dapat bekerja sama dengan karyawan dan perwakilan mereka, masyarakat sekitar dan masyarakat luas untuk meningkatkan kualitas hidup, dengan cara yang lebih baik bagi bisnis maupun pengembangan (World Bank) (Arifin 2013)

Profitabilitas

Menurut Sartono (2010), profitabilitas merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Untuk mengukur profitabilitas didalam penelitian ini digunakan *return on assets*. Rasio tersebut menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan segala sumber dana yang berasal dari aset

Leverage

Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang (Kasmir 2013). Leverage diartikan sebagai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang

dalam membiayai kegiatan operasinya, dengan demikian *leverage* juga mencerminkan tingkat risiko keuangan perusahaan. (Sembiring, 2005)

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan (Sari, 2012). Semakin besar sumber daya yang dimiliki perusahaan, maka semakin besar upaya perusahaan untuk memperoleh legitimasi dari seluruh pemangku kepentingan.

Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris merupakan mekanisme pengendali intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Individu yang bekerja sebagai anggota dewan komisaris merupakan hal penting dalam memonitor aktivitas manajemen secara efektif (Sembiring, 2005).

Dewan komisaris adalah mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk mengelola perusahaan secara efektif. Dewan komisaris terdiri dari *inside* dan *outside* director yang akan memiliki akses informasi khusus yang berharga dan sangat membantu dewan komisaris serta menjadikannya sebagai alat efektif dalam keputusan pengendalian. Sedangkan fungsi dari dewan komisaris itu sendiri adalah mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi) dan bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan (Mulyadi, 2002).

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Berdasarkan teori legitimasi, ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi, perusahaan tidak perlu melaporkan hal-hal yang mengganggu informasi tentang suksesnya keuangan perusahaan, sebaliknya pada saat tingkat

profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca *good news* kinerja perusahaan (Arifin 2013). Sedangkan menurut teori stakeholder, jika laba pada perusahaan tinggi maka tingkat kepuasan para pemegang saham tinggi karena perusahaan dapat dikelola dengan baik. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ruroh dan Latifah (2018), Rachmandan Nopiyanti (2015), Arifin (2013) dan Sha (2014) yang menyatakan bahwa profitabilitas terdapat pengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR).

H1 : Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Leverage mencerminkan resiko keuangan perusahaan karena dapat menggambarkan struktur modal perusahaan dan mengetahui resiko tak tertagihnya suatu utang, Semakin tinggi *leverage* suatu perusahaan, maka perusahaan memiliki resiko keuangan yang tinggi sehingga menjadi sorotan dari *debtbolders*. Perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi cenderung ingin melaporkan laba lebih tinggi agar dapat mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang (Rachman dan Nopiyanti 2015).

Perusahaan dengan tingkat Leverage tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat agar tidak diawasi secara ketat atau menghindari pengawasan khusus dari para pemegang hutang. Menurut Azwir, dkk, (2013) Leverage berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

H2 : Leverage berpengaruh terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Ukuran perusahaan merupakan skala yang berfungsi untuk klasifikasi besar kecilnya entitas bisnis. Perusahaan yang memiliki tingkat entitas bisnis tinggi mendorong para investor untuk menginvestasikan saham kepada perusahaan dan jika saham perusahaan tinggi membuat pengungkapan CSR nya meningkat, karena pendorong pengungkapan CSR adalah kepemilikan saham perusahaan yang tinggi. Teori legitimasi memiliki alasan tentang hubungan ukuran dan pengungkapan, perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki pemegang saham yang punya perhatian terhadap program sosial yang dilakukan perusahaan dan laporan tahunan merupakan alat yang efisien untuk mengkomunikasikan informasi (Nur, 2012). Menurut Sulastri, dkk (2015) Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

H3 : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Ukuran dewan komisaris merupakan salah satu faktor yang juga cenderung mempengaruhi pengungkapan CSR. Pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki hasil yang beragam. Salah satu pendapat mengungkapkan semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO sehingga pengawasan atas aktivitas yang dilakukannya akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Hal ini menunjukkan bahwa variabel ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh yang signifikan

terhadap pengungkapan informasi sosial perusahaan (Sitepu dan Siregar, 2008).

H4 : Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa efek Indonesia pada tahun 2015-2020. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Adapun kriteria yang dimaksud adalah : (1) Merupakan perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015-2020, jika perusahaan baru terdaftar pada tahun tersebut atau delisting pada tahun tersebut maka perusahaan tidak dapat dijadikan sampel. (2) Perusahaan pertambangan yang menyajikan laporan keuangan yang berakhir tanggal 31 Desember setiap tahunnya. (3) Perusahaan pertambangan yang tidak mengalami kerugian selama tahun penelitian. (4) Perusahaan pertambangan yang menerbitkan laporan keuangan secara lengkap dan memiliki data keuangan yang berkaitan dengan variabel penelitian.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji ini dapat dilihat dari kolom nilai signifikansi masing-masing variabel. Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

Tabel 1. Hasil Penelitian

Model	Coefficients ^a		t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficient		

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,135	,476		,284	,778
	LN_X1	,031	,008	,534	4,180	,000
	LN_X2	,023	,017	,177	1,336	,186
	LN_X3	,056	,143	,044	,395	,694
	LN_X4	-,012	,023	-,062	-,536	,594

a. Dependent Variable: CSR

Dari hasil pengolahan SPSS diatas dapat menunjukkan bahwa:

Interpretasi dari persamaan regresi tersebut dapat dilihat bahwa nilai Konstanta (α) sebesar 0.135 artinya apabila semua variabel independen yaitu profitabilitas (X1), leverage (X2), ukuran perusahaan (X3), ukuran dewan komisaris (X4) dianggap konstan atau bernilai 0, maka kondisi Corporate Social Responsibility (Y) sebesar 0.135. Hasil uji t pada variabel profitabilitas nilai signifikannya sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap kondisi profitabilitas (Y). Pada variabel leverage nilai signifikannya sebesar 0,186 yang berarti lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa leverage tidak berpengaruh secara parsial terhadap *corporate social responsibility* (Y). Pada variabel ukuran perusahaan nilai signifikannya sebesar 0,694 yang berarti lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap corporate social responsibility (Y). Pada variabel ukuran dewan komisaris nilai signifikannya sebesar 0,594 yang berarti lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap corporate social responsibility (Y).

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel profitabilitas memiliki pengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR). Hal tersebut

dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ yang berarti profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Didasari oleh teori legitimasi mengenai hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan corporate social responsibility (CSR) dimana pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dilakukan perusahaan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat yang pada akhirnya akan berdampak meningkatnya keuntungan perusahaan di masa yang akan datang (Arifin, 2013).

Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel leverage tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR) Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0.186 > 0.05$ yang berarti leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Menurut teori stakeholder, semakin tinggi leverage perusahaan maka tanggung jawab perusahaan terhadap kreditur akan semakin besar sehingga memaksa perusahaan untuk menggunakan sumber daya yang tersedia untuk melunasi hutang tersebut daripada untuk melakukan pengungkapan lingkungan yang akan menghasilkan biaya yang lebih besar dan dapat menjadi beban bagi perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR) Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0.694 > 0.05$ yang berarti ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian

yang dilakukan oleh Putri (2013) yang menyatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan belum menentukan bahwa perusahaan akan melakukan pengungkapan corporate social responsibility (CSR). Ukuran dari suatu perusahaan tidak mempengaruhi seberapa besar tingkat pengungkapan corporate social responsibility (CSR) yang dilakukan, jika suatu perusahaan memiliki ukuran yang kecil tidak memastikan bahwa perusahaan tidak akan melakukan corporate social responsibility (CSR).

Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel ukuran dewan komisaris tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR). Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0.594 > 0.05$ yang berarti ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwa tinggi rendahnya biaya pengeluaran CSR tidak dipengaruhi oleh ukuran dewan komisari, karena fungsi motoring pada dewan komisaris terhadap pengeluaran perusahaan tidak berjalan dengan baik.

SIMPULAN Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Sedangkan Leverage, Ukuran Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

RUJUKAN Abbas, D. S., Hakim, M. Z., & Istianah, N. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Pada Perusahaan Makanan Dan Minumanyang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017). *Competitive Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2), 1-25.

- Agustami, S., & Hidayat, S. (2015). Pengaruh Profitabilitas Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 3(3), 753-760.
- 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 di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi 9*, Padang.: 1- 21.
- Anugrah, Rita. Rolland Hutabarat, dan W. Faradilla. (2010). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI. *Jurnal Ekonomi*. Vol 18. 1 Maret 2010.
- Arif, F. A., & Wawo, A. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Assets: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 6(2), 177-195.
- Arifin, D. M. Z. (2013). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility). *Jurnal Al-Iqtishad*, 9(1), 1-11.
- Deegan, C. (2002). Introduction the Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosure – a Theoretical Foundation. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Volume 15 Nomor 3. 2002.Hal.282- 311.
- Djakman, Chaerul. dan N. Machmud. (2008). Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR Disclosure) pada Laporan Tahunan Perusahaan: Studi Empiris pada Perusahaan Publik yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2006. *Simposium Nasional Akuntansi XI*.
- Indriyani, A. D., & Yuliandhari, W. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi*, 6(1), 1559-1568.
- Fahrizqi, Anggara. (2010). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar dalam BEI). *Skripsi Sarjana Jurusan Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*. Semarang.
- Fauzi, Hasan. L. Mahoney dan A. A. Rahman. (2007). Institutional Ownership and Corporate Social Performance: Empirical Evidence from Indonesian Companies. *SSRN and Issues in Social and Environmental Accounting*. Journal Volume 1 Nomor 2.2007.Hal.334-347.
- Febrina, IGN Agung Suaryana. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial

dan Lingkungan pada Perusahaan Manufaktur di BEI. SNA XIV Aceh.

- Ghozali, I., & Chariri, A. 2007. Teori akuntansi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. 2016. Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Nor. (2011). Corporate Social Responsibility. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Krisna, A. D., & Suhardianto, N. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 18(2), 119-128.
- Kristi, A. A. (2013). Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan Corporate Social Responsibility pada perusahaan publik di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(1), 2-18.
- Limbong, C. H. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di BEI. *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)*, 6(2), 114-128.
- Marwata. (2001). Hubungan Antara Karakteristik Perusahaan dan Kualitas Ungkapan Sukarela dalam Laporan Tahunan Perusahaan Publik di Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi IV*. Bandung. 30-31 Agustus.
- Maulana, F., & Yuyetta, E. N. A. (2014). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(2), 463-476.
- Mia, Parvez dan Al-Mamun, Abdullah. (2011). Corporate Social Disclosure During The Global Financial Crisis. *International Journal of Economics and Finance*. Vol. 3, No. 6, Nopember 2011.
- Mulyadi. (2002). *Auditing*. Jilid 1 Edisi Enam. Salemba Empat. Jakarta
- Mutia, E., Zuraida, Z., & Andriani, D. (2011). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Telaah dan Riset Akuntansi*, 4(2), 187-201.
- Nisak, K., & Jaeni, J. (2019). Faktor Penentu Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Dinamika Akuntansi Keuangan dan Perbankan*, 8(1).
- Noviani, K., Yuniarta, G. A., Ak, S. E., & Wahyuni, M. A. (2018). Pengaruh Tingkat Profitabilitas, Komposisi Dewan Komisaris Independen, dan Kepemilikan Institusional terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 8(2).
- Nurkhin, A. (2009). Corporate Governance dan Profitabilitas; Pengaruhnya Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia) (Doctoral dissertation, program Pascasarjana Universitas Diponegoro).

- Nur, M & Priantinah, D (2012), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Di Indonesia, *Jurnal Nominal*, Vol.1, No.1, Hlm.22-34.
- O'Donovan, Gary. (2002). Environmental Disclosures in the Annual Report: Extending The Applicability and Predictive Power of Legitimacy Theory. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 15, No. 3, hlm. 344-371.
- Oktariani, Ni Wayan dan Ni Putu Sri Harta Mimba. (2014). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Tanggung Jawab Lingkungan Pada Pengungkapan CSR Perusahaan.
- Puspitaningtyas, Astri. (2011). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di BEI tahun 2008-2009. Skripsi Universitas Negeri Semarang.
- Purwanto, Agus. (2011). Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi & Auditing Volume 8 Nomor 1.2011*.Hal.1-94.
- Putri, R. W. E., & Baridwan, Z. (2013). Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan corporate social responsibility studi empiris pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek indonesia (bei) pada tahun 2010-2012. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2(2).
- Putri, R. A. dan Christiawan Y. J. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Pada Perusahaan-Perusahaan Yang Mendapat Penghargaan Isra dan Listed (Go-Public) Di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2010-2012). *Business Accounting Review*, Vol. 2,1.
- Putri, R. A. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR. *Business Accounting Review*, 2(1), 61-70.
- Rachman, H. A., & Nopiyanti, A. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal UPN Jakarta Selatan*, 18(2).
- Ratnasari, Yunita. (2011). Pengaruh Corporate Governance terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di dalam Sustainability Report. *Jurnal. Universitas Diponegoro Semarang*.
- Rawi dan M. Muchlish. (2010). Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusi, Leverage dan Corporate Social Responsibility. *Simposium Nasional Akuntansi XIII*.
- Ruroh, I. N., & Latifah, S. W. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Risk Minimization terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Akademi Akuntansi*, 1(1).

- Santioso, L., & Chandra, E. (2012). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, umur perusahaan, dan dewan komisaris independen dalam pengungkapan corporate social responsibility. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 14(1), 17-30.
- Saputra, S. E. (2016). Pengaruh leverage, profitabilitas dan size terhadap pengungkapan Corporate social responsibility pada perusahaan di bursa efek Indonesia. *Journal of Economic and Economic Education*, 5(1), 75-89.
- Sari, W. N., & Rani, P. (2015). Pengaruh kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, return on assets (ROA) dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 4(1).
- Santioso, L., & Chandra, E. (2012). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, umur perusahaan, dan dewan komisaris independen dalam pengungkapan corporate social responsibility. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 14(1), 17-30.
- Sartono, R Agus. (2010). *Manajemen Keuangan Teori Dan Aplikasi*. Edisi 4 BPFE: Yogyakarta
- Sembiring, Eddy Rismanda. (2003). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR: Study Empiris pada Perusahaan yang Tercatat (Go- Publik) di Bursa Efek Jakarta*. Tesis. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Sembiring, E, R. (2005). *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta*. Simposium Nasional Akuntansi 8, Solo.
- Sha, T. L. (2014). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Ko, Isaris, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Akuntansi*, 18(1), 86-98.
- Sitepu, A. C. dan Hasan. (2009). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Tahunan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal Akuntansi* 19: 01-09.
- Sekaran, U. dan Bougie R. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Subara, V. M., & Saragih, F. D. (2020). Analisis Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.
- Subiantoro, O. H. (2015). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* Volume 4 Nomor 9.2015.Hal.1-21.
- Subiantoro, O. H., & Mildawati, T. (2015). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 49.

- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD).
1999. *Meeting Changing Expectation: Corporate Social Responsibility*.
- Sumilat, H., & Destriana, N. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan corporate social responsibility. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 19(1a-2), 129-140.
- Suwandani, A., & Suhendro, A. W. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Harga Saham Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Di Bei Tahun 2014-2015. *Jurnal akuntansi dan pajak*, 18(01).
- Trisnawati, R. (2014). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Dewan Komisaris Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkap-An Corporate Social Responsibility (CSR) Industri Perbankan di Indonesia.
- Widyatmoko, Rendro. (2011). Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Laporan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia). Skripsi Sarjana Jurusan Akuntansi pada Fakultas ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang
- Yanti, N. K. A. G., & Budiasih, I. G. A. N. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 17(3), 1752-1779.
- Yuliana, R., Purnomosidhi, B., & Sukoharsono, E. G. (2008). Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR) dan dampaknya terhadap reaksi investor. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 5(2), 245-276.
- Yuliawati, R., & Sukirman, S. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Accounting Analysis Journal*, 4(4).
- Yunina, Y., & Eftiana, N. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris Dan Sensitivitas Industri Terhadap Pengungkapan Corporate Socia Responsibility Pada Perusahaan Lq-45 Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2014-2016. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 5(2), 119-136.
- Yurika, V. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 1(3), 703-711.
- Zulhaimi, H. (2017). Pengaruh Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur dan Jasa yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 5(2), 1477-1488.
- <https://serunting.com/>. Diakses pada tanggal 12 juli 2021
- <https://nasional.tempoco.com/>). Diakses pada tanggal 12 juli 2021
- <https://www.idnfinancials.com>. Diakses pada tanggal 24 juni 2021
- <https://www.idx.co.id>. Diakses pada tanggal 24 juni 2021.