

# I. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perkembangan perusahaan di Indonesia sangat pesat, salah satunya adalah perusahaan di sektor pertambangan. Sektor pertambangan yang terdapat di Indonesia telah sejak lama sebagai pusat dan pilar utama ekspansi ekonomi Indonesia dan sejak pertengahan tahun 2016 terus terjadi peningkatan permintaan global batu bara. Menurut *BP Statistical Review of World Energy (2021)* Indonesia berada pada posisi 7 untuk cadangan batu bara global, mengandung sekitar 3,2% dari total cadangan batu bara global. Selain batu bara, hasil tambang lain seperti tembaga, emas, timah, bauksit dan nikel masih sangat aktif karena sumber daya yang melimpah di Indonesia.

Perusahaan yang beroperasi tidak terlepas dari peran masyarakat dan lingkungan, maka dari itu perusahaan tidak boleh hanya mengembangkan diri sendiri, aktivitas perusahaan harus memperhatikan dampak baik dan buruk yang akan terjadi kepada masyarakat dan lingkungan sekitar. Perusahaan yang berdampak baik bagi masyarakat dan lingkungan diindikasikan dengan baiknya reputasi perusahaan di mata publik yang dapat dilakukan dengan kegiatan pengelolaan lingkungan alam yang baik, melakukan gerakan *Go Green*, serta program pemberdayaan masyarakat. Namun, masih banyak aktivitas perusahaan seringkali terjadi masalah, bertentangan pendapat dan bahkan merugikan pihak lain, contohnya dilansir dalam berita [BBC \(2021\)](#) dimana sepanjang tahun 2021 ada sekitar 45 konflik tambang yang mengakibatkan 69 orang dikriminalisasi dan lebih dari 700.000 hektare lahan rusak. Apabila hal-hal seperti ini tidak ditindaklanjuti maka akan mempengaruhi aktivitas dan eksistensi perusahaan.

Kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga dan memperhatikan kesehatan lingkungan sudah meningkat, oleh karena itu perusahaan khususnya dibidang pertambangan perlu memperhatikan peranannya dalam menjaga lingkungan baik lingkungan intern maupun ekstern, perusahaan diharapkan lebih transparan dalam menjalankan fungsi tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Aktivitas yang dapat dilakukan perusahaan pertambangan dalam menjaga lingkungan dengan cara melakukan riset mengenai lingkungan

sebelum perencanaan program, melakukan monitoring dan evaluasi, mengelola limbah sisa kegiatan usaha, dan melakukan reklamasi.

Tetrault dan Lamertz (2008) berpendapat bahwa investasi dalam tanggung jawab sosial perusahaan menciptakan manfaat internal maupun eksternal, yaitu peningkatan reputasi perusahaan dan hubungan pemangku kepentingan, dan penyebaran sumber daya dan kemampuan perusahaan. Dengan demikian, tanggung jawab sosial perusahaan lebih mampu menarik dan memanfaatkan sumber daya baru melalui perwujudan jaringan relasionalnya yang akan memperkuat modal intelektual perusahaan.

Tujuan perusahaan yang utama tentunya untuk memperoleh laba yang meningkat setiap tahunnya. Namun sekarang perusahaan menunjukkan laba saja tidak cukup untuk meyakinkan para *stakeholder*, perusahaan perlu menunjukkan kelebihan-kelebihan perusahaannya salah satunya dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan. Karena dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan tidak lagi hanya tertuju pada *single bottom line* yakni nilai perusahaan, namun perusahaan kini dihadapkan pada konsep *triple bottom lines* yang dikemukakan oleh Elkington (1997) yakni *profit, people, dan planet*.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diatur pada Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mengungkapkan bahwa perusahaan di bidang sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosial serta lingkungan. Selain itu, terdapat pada Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang menyatakan setiap penanam modal wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, serta Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial.

Survei yang dilakukan pada tahun 2014 oleh Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI) perusahaan pertambangan adalah perusahaan yang paling banyak berkontribusi dalam kerusakan alam yang terjadi di Indonesia (Sujarweni, 2020). Gambaran kurangnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan-perusahaan pertambangan seperti pada kasus PT Freeport Indonesia yang dilansir detik *news* (2011) memiliki konflik berkepanjangan dengan masyarakat terkait dengan pelanggaran adat, kesenjangan sosial dan ekonomi, sedangkan PT Freeport Indonesia merupakan sebuah perusahaan tambang yang

telah beraktivitas lebih dari 40 tahun dan memiliki keuntungan perhari mencapai US\$ 20 Juta, Contoh kasus lain diberitakan oleh liputan6 (2004) terjadi di Teluk Buyat yakni PT Newmont Minahasa Raya (NMR) yang melakukan pencemaran lingkungan dengan membuang tailing ke dasar laut yang menyebabkan laut tercemar.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba. Perusahaan yang maju dan memiliki laba yang besar, akan mendapatkan tekanan dari pihak eksternal untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosialnya (Hockston dan Milne 1996; 2005). Pada penelitian yang dilakukan oleh Putri (2017), Susilatri (2011), dan Veronica (2009) yang mana menghasilkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh, Vivian (2020), Sembiring (2006), dan Darwis (2009) profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah sebuah skala dimana perusahaan dapat diklasifikasikannya besar kecilnya perusahaan yang mana akan diukur dengan total aktiva (Widiastari, 2018). Perusahaan yang besar biasanya tidak lepas dari tekanan dari pihak luar, memiliki aktivitas yang lebih banyak dan kompleks mempunyai dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki *shareholder* yang lebih banyak, serta mendapat perhatian lebih dari kalangan publik, maka dari itu perusahaan mendapat tekanan yang lebih dan tuntutan dari masyarakat untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya (Putra, 2011). Pada penelitian yang dilakukan oleh Putri (2017) dan penelitian yang dilakukan oleh Susilatri (2011), Vivian (2020), Sembiring (2006), dan Darwis (2009) menghasilkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Veronica (2009), ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Permatasari (2014) *leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan bergantung kepada kreditur dalam pembiayaan aset perusahaan.

Apabila nilai leverage suatu perusahaan semakin rendah maka semakin rendah pula risiko bisnis perusahaan tersebut, dengan rendahnya risiko bisnis perusahaan akan mudah mendapatkan investor dan cenderung mengesampingkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Putri (2017) *leverage* memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Susilatri (2011), Vivian (2020), Veronica (2009), yang mana menghasilkan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Ratih (2017) menyatakan bahwa umur perusahaan adalah faktor yang menunjukkan kapasitas atau kemampuan suatu perusahaan dalam mengalami tantangan dunia bisnis. Semakin lama suatu perusahaan beroperasi otomatis perusahaan tersebut dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang ketat dan dapat diterima oleh masyarakat. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Susilatri (2011) maupun penelitian oleh Vivian (2020) menghasilkan bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik menyusun skripsi dengan judul **”Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pertambangan pada Tahun 2018-2020”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
3. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
4. Apakah umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

### **1.3 Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, tujuan yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
2. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
3. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
4. Untuk mengetahui pengaruh umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

### **1.4 Kontribusi**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau berkontribusi untuk:

1. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab dan kepedulian terhadap lingkungan, dan sebagai informasi bagi perusahaan bahwa pentingnya melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat memacu minat belajar dan rasa ingin tahu penulis untuk memahami masalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan mengetahui manfaat pelaksanaan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

3. Peneliti Selanjutnya

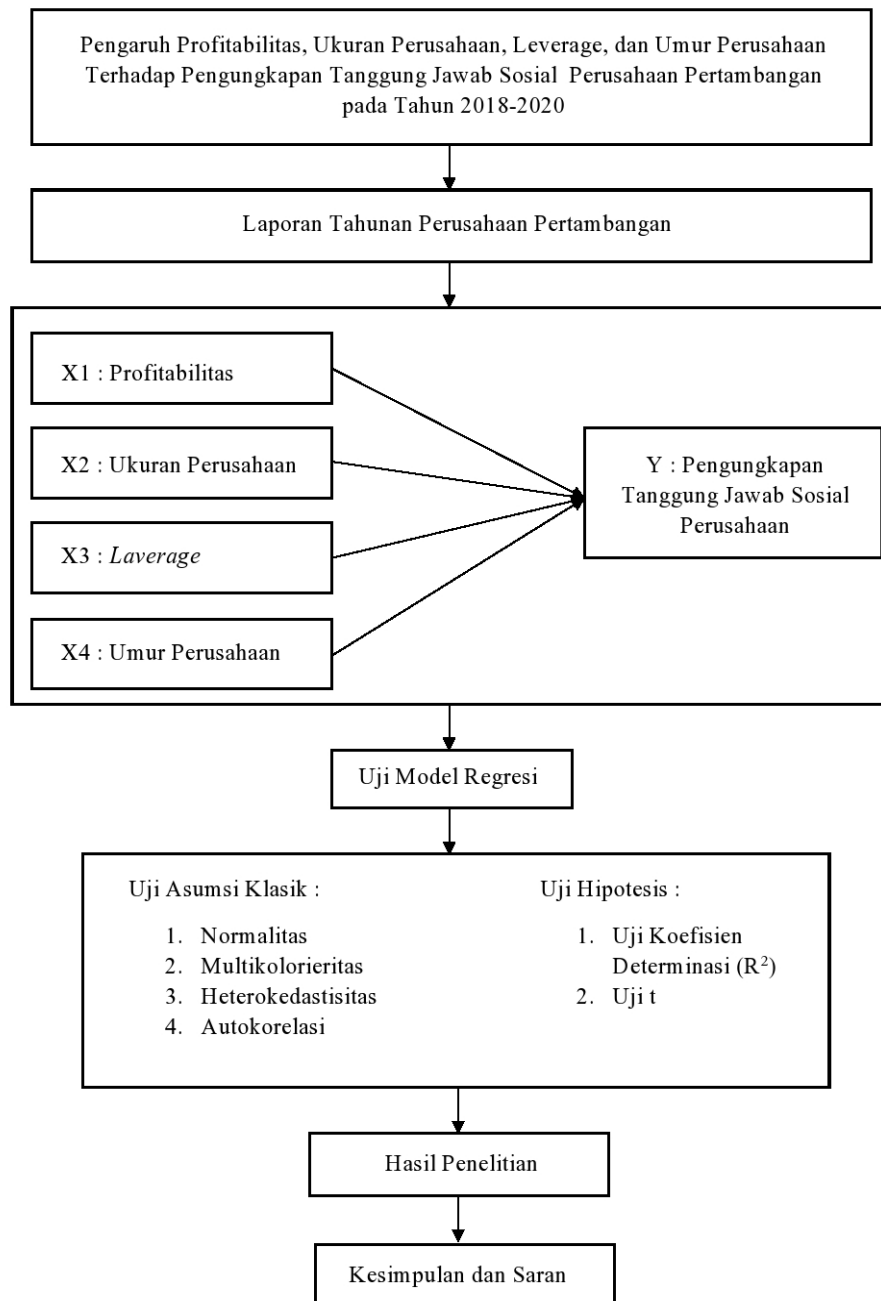
Penelitian ini diharapkan dapat memuat informasi dan menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya terkait masalah pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, dan umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

4. Bagi Investor

Bagi investor, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan gambaran yang digunakan investor guna mempertimbangkan investasinya, sehingga investor tidak hanya melihat dari sisi laporan keuangannya saja.

## 1.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian. Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah, dan tujuan yang telah disusun maka kerangka pemikiran penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Konsep Teori

#### 2.1.1 Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan teori yang mengemukakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat (Gray *et al*, 1996). Saat perusahaan melakukan perjanjian atau kontrak sosial lingkungan, perusahaan harus memperhatikan aturan-aturan yang ada di lingkungan masyarakat.

Dowling dan Preffer (1975) dalam Bramasta (2021) menyatakan bahwa terdapat dua faktor atau dimensi guna perusahaan memperoleh dukungan legitimasi, yaitu: (1) aktivitas yang dilakukan oleh organisasi perusahaan harus sesuai (*congruence*) dengan sistem nilai di masyarakat; (2) pelaporan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan juga hendaknya mencerminkan nilai sosial.

#### 2.1.2 Teori Stakeholder

Gray *et al* (1996) menyatakan bahwa teori stakeholder merupakan teori yang mengemukakan tentang pendekatan berbasis tekanan pasar (*market forces approach*), dimana penyediaan atau penarikan atas sumber daya ekonomi akan menentukan tipe pengungkapan sosial dan lingkungan pada titik waktu tertentu. Bramasta (2021) *Stakeholder* adalah sebuah pihak baik dari pihak internal maupun eksternal yang mana keberadaannya dapat sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan.

Tanggung jawab sosial pada perusahaan memiliki hubungan dengan teori *stakeholder*, *stakeholder* memiliki kekuasaan yang mana dapat menentukan dan mengendalikan perusahaan, hal ini termasuk dalam penerapan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan oleh perusahaan. Perusahaan bukan merupakan entitas yang berkegiatan untuk kepentingan kelangsungan usahanya sendiri, namun perusahaan tentunya harus memberikan manfaat untuk para *stakeholder*.

#### 2.1.3 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR merupakan bentuk timbal balik terhadap masyarakat sekitar akibat aktivitas operasi perusahaan agar

mendapat respon baik dari masyarakat. Implementasi Tanggung jawab sosial merupakan suatu wujud komitmen yang dibentuk oleh perusahaan untuk memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas kehidupan (Susiloadi, 2008). Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa Tanggung jawab sosial merupakan faktor kunci dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut Harsanti (2011) Tanggung jawab sosial merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi menganut pada prinsip *single bottom line* yaitu nilai perusahaan hanya berfokus pada kondisi keuangannya saja dan kewajiban ekonomi pada pemegang saham (*shareholder*) melainkan kewajiban terhadap pihak-pihak lain berkepentingan. Oleh karena itu, Tanggung jawab sosial menganut prinsip *triple bottom lime* Elkington (1997) yang meliputi aspek ekonomi, lingkungan dan sosial yang terkenal dengan istilah “3P” yaitu *people, planet, dan profit*.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan pengungkapan dengan tujuan bahwa perusahaan harus menjelaskan serta menguraikan hal-hal atau kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan yang telah dilakukan oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Tanggung jawab sosial biasanya dilaporkan oleh perusahaan pada laporan tahunan (*annual report*) perusahaan.

Rumus yang digunakan dalam mengukur indeks Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Sembiring (2006) adalah sebagai berikut:

$$CSR D = \frac{V}{M} \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan : CSR D : Indeks pengungkapan perusahaan  
V : Jumlah item yang sesungguhnya diungkapkan oleh perusahaan  
M : Jumlah item yang diharapkan diungkapkan oleh perusahaan (78 Item)

#### 2.1.4 Profitabilitas

Profitabilitas yakni merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang berhubungan dengan penjualan, total aktiva, dan ekuitas. Rasio profitabilitas dilakukan dengan mengukur kemampuan para eksekutif perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan yang baik yang berbentuk laba pada



perusahaan maupun nilai ekonomis penjualan, aset bersih dalam perusahaan maupun modal sendiri (Amalia, 2014).

Menurut Sari (2012) Tingkat profitabilitas suatu perusahaan dapat menunjukkan seberapa baiknya pengelolaan manajemen perusahaan, maka dari itu apabila semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka perusahaan akan cenderung semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Profitabilitas mempunyai peranan penting dalam keberlangsungan usaha suatu perusahaan dalam jangka panjang, karena profitabilitas dapat menunjukkan apakah suatu perusahaan tersebut mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang.

Rasio profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan perhitungan *return on assets*. *Return on assets* adalah ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aset yang dimilikinya. Rumus profitabilitas yang bersumber dari Fahmi (2012) yakni:

$$ROA = \frac{EAT}{Total\ Assets} \dots\dots\dots (2)$$

#### 2.1.5 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah salah satu karakteristik penting, perusahaan yang memiliki ukuran yang besar tentu akan menjaga *image* dengan mengungkapkan informasi dengan akurat dan relevan dan tentu saja perusahaan akan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan untuk menarik perhatian masyarakat sehingga mendapat kesan yang baik (Kusumo, 2017).

Besarnya suatu perusahaan dapat menarik para investor karena perusahaan dengan ukuran yang besar memiliki menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki daya saing yang tinggi, yang tentunya akan menambah nilai dari perusahaan. Hal itu dapat menjadi daya tarik untuk investor melakukan kegiatan investasi di perusahaan yang memiliki ukuran yang besar (Ernawati, 2015).

Ukuran perusahaan diproksikan dengan *log natural* total aset, yang bertujuan agar mengurangi perbedaan signifikan antara perusahaan besar dengan perusahaan kecil sehingga data total aset dapat terdistribusi normal. Rumus dalam menghitung ukuran perusahaan yang bersumber dari Kusumo (2017) yakni:

$$Size = \log\ natural\ (Total\ Aset) \dots\dots\dots (3)$$

### 2.1.6 *Leverage*

*Leverage* merupakan sebuah gambaran risiko keuangan pada perusahaan karena *leverage* dapat menggambarkan struktur modal sebuah perusahaan dan juga dapat mengetahui risiko-risiko tak tertagih suatu utang. Perusahaan yang memiliki nilai *leverage* yang tinggi cenderung ingin perusahaannya melaporkan laba bersih yang lebih tinggi agar dapat mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang. Semakin tinggi suatu nilai *leverage* maka perusahaan memiliki risiko keuangan yang tinggi pula sehingga perusahaan akan menjadi sorotan dari para *debtholders*.

*Leverage* yang baik adalah perusahaan dengan tingkat *leverage* yang rendah, karena *leverage* dapat menunjukkan seberapa besar suatu perusahaan dibiayai oleh utang dari kreditur, dilihat dari sisi investor apabila melihat suatu perusahaan yang memiliki aset yang banyak namun memiliki nilai *leverage* yang tinggi, investor akan ragu untuk melakukan investasi di perusahaan tersebut karena khawatir akan meningkatnya risiko investasi apabila perusahaan gagal melunasi utangnya.

Rasio *Leverage* adalah rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. *Leverage* diukur menggunakan rumus *Debt to Assets Ratio* (DAR) yang bersumber dari Diana (2018) yakni:

$$\text{DAR} = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Aset}} \times 100\% \dots\dots\dots (4)$$

### 2.1.7 Umur Perusahaan

Umur perusahaan adalah indikator umum bagi tingkat kedewasaan atau kematangan sebuah perusahaan, semakin perusahaan dapat bertahan dalam kegiatan operasionalnya, maka mengembalikan investasi akan semakin besar, namun apabila dalam suatu keadaan perusahaan mengalami penuaan, perusahaan harus mengurangi biaya karena berbagai efek pembelajaran dalam perusahaan dan pembelajaran yang berasal dari perusahaan lain.

Umur dari suatu perusahaan dapat menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dapat mengatasi kesulitan serta hambatan yang dialami perusahaan, dapat menunjukkan kemampuan perusahaan perusahaan dalam mengambilan keputusan yang tepat, dengan demikian semakin lama sebuah perusahaan berdiri, semakin

banyak pula perusahaan menunjukkan eksistensinya dalam dilingkungan yang akan menambah kepercayaan dari para investor.

Perhitungan umur perusahaan pada penelitian ini menggunakan rumus AGE yang diukur dengan satuan tahun, rumus ini bersumber dari Sunaryo (2016):

$$AGE = \text{Periode ke } n - (\text{tahun berdiri}) \dots\dots\dots (5)$$

## 2.2 Penelitian Terdahulu

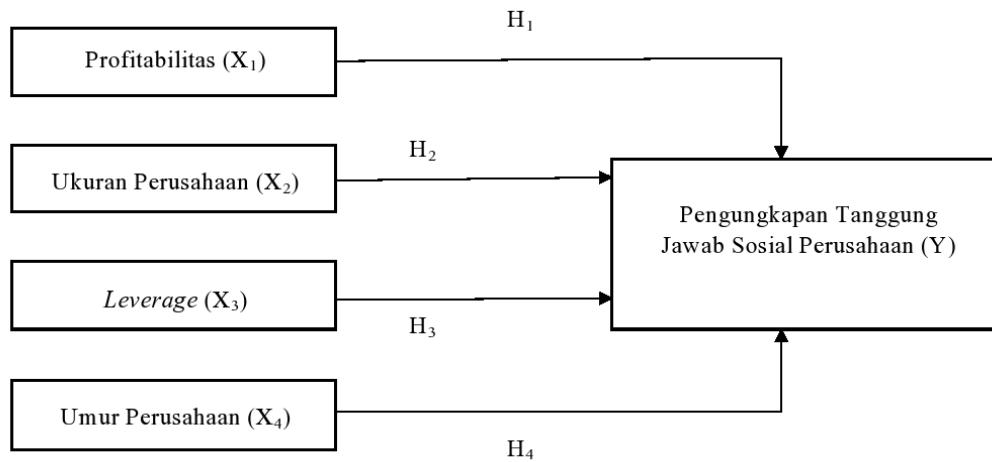
Penelitian terdahulu digunakan sebagai referensi dan perbandingan yang memudahkan dalam menentukan langkah sistematis dan penyusunan teori dalam topik yang sama dan terhubung, dan penelitian terdahulu juga digunakan untuk penelitian yang telah dilakukan dahulu dapat diteruskan dan dapat menghasilkan penelitian yang baru.

**Tabel 1. Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti (Tahun)	Variabel yang Digunakan	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Susilatri, S., Agusti, R., & Indriani, D. (2011)	Variabel independen yakni <i>leverage</i> , profitabilitas, <i>size</i> , umur perusahaan, dan ukuran dewan komisaris  Variabel dependen yakni pengungkapan tanggung jawab sosial	Analisis Regresi Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, sedangkan profitabilitas, <i>size</i> , umur perusahaan dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
2	Putri, R. K., Zulfahridar, Z., & Kurnia, P. (2017)	Variabel independen yakni ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i> , likuiditas, dan basis kepemilikan  Variabel dependen yakni <i>Corporate Social Responsibility</i>	Analisis Regresi Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i> , likuiditas, dan basis kepemilikan berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>
3	Sari, R. A. (2012)	Variabel independen yakni tipe industri (profil), ukuran perusahaan ( <i>size</i> ), profitabilitas, <i>leverage</i> , dan pertumbuhan perusahaan ( <i>growth</i> )	Analisis Regresi Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tipe industri (profil) berpengaruh negative terhadap CSRD, ukuran perusahaan ( <i>size</i> ) dan profitabilitas menunjukkan hasil

		Variabel dependen yakni pengungkapan tanggung jawab sosial ( <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> )		berpengaruh positif terhadap CSR, sedangkan <i>leverage</i> , dan pertumbuhan perusahaan ( <i>growth</i> ) menunjukkan hasil tidak berpengaruh terhadap CSR.
4	Munsaidah, S., Andini, R., & Supriyanto, A. (2016)	Variabel independen yakni <i>firm size</i> , umur, profitabilitas, <i>leverage</i> , dan pertumbuhan perusahaan  Variabel dependen yakni <i>Corporate Social Responsibility</i>	Analisis Regresi Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>firm size</i> , profitabilitas, dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR, sedangkan umur dan <i>leverage</i> menunjukkan hasil berpengaruh negative terhadap CSR.
5	Amalia, D. (2014)	Variabel independen yakni ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe perusahaan, dan ukuran dewan komisaris  Variabel dependen yakni <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>	Analisis Regresi Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe industri, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
6	Vivian, V., (2020)	Variabel independen yakni profitabilitas, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan dewan komisaris independen  Variabel dependen yakni <i>corporate social responsibility</i>	Analisis Regresi Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, <i>leverage</i> , dan dewan komisaris independen tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. sedangkan ukuran perusahaan dan umur perusahaan menunjukkan hasil pengaruh dan signifikan terhadap CSR.
7	Veronica, T. M. (2009).	Variabel independen yakni <i>size</i> , profitabilitas, <i>leverage</i> , dan ukuran dewan komisaris  Variabel dependen yakni pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan	Analisis Regresi Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>size</i> , profitabilitas, <i>leverage</i> , dan ukuran dewan komisaris mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

## 2.3 Model Penelitian



Gambar 2. Model Penelitian

## 2.4 Hipotesis

### 2.4.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Kegiatan perusahaan dalam mencari keuntungan, tentunya harus beriringan dengan kegiatan perusahaan dalam menjaga lingkungan dan sosial di lingkungan perusahaan. Tingkat profitabilitas dalam perusahaan dapat menunjukkan seberapa baik pengolahan manajemen perusahaan, oleh sebab itu semakin tinggi profitabilitas maka semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>1</sub> : Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan**

### 2.4.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Semakin besar suatu perusahaan, maka biaya keagenan yang muncul juga dapat semakin besar, sebuah perusahaan besar tidak terlepas dari tekanan, sehingga tanggung jawab sosial perusahaan semakin luas, besar kecilnya ukuran suatu perusahaan juga berpengaruh terhadap tuntutan publik dalam mengungkapkan informasi pelaksanaan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin besar, Pengungkapan informasi yang banyak oleh perusahaan besar karena perusahaan akan lebih banyak menghadapi risiko politis sehingga pengungkapan

ini menjadi wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Nuryaman, 2009). Berdasarkan hal tersebut, penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>2</sub> : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan**

#### 2.4.3 Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Perusahaan akan banyak menjalankan kegiatan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan jika nilai leverage suatu perusahaan semakin tinggi yang bertujuan agar para pemegang saham tidak meragukan akan besarnya nilai leverage perusahaan (Darwis, 2009). Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi akan lebih banyak mengungkapkan informasi, untuk menghilangkan keraguan pemegang saham terhadap terpenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur. Berdasarkan hal tersebut, penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>3</sub> : *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan**

#### 2.4.4 Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Perusahaan yang berumur lebih tua mungkin telah lebih mengerti informasi-informasi apa saja yang sebaiknya diungkapkan dalam laporan keuangan. Perusahaan yang memiliki pengalaman lebih banyak akan lebih mengetahui kebutuhan konstituennya akan informasi tentang perusahaan, perusahaan juga lebih mengenal sistem sosial masyarakat sehingga sesuai teori legitimasi apabila sistem sosial dan perusahaan berjalan lancar maka tidak ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan (Oktariani, 2013). Berdasarkan hal tersebut, penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>4</sub> : Umur Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan**