

**PENGARUH PROFITABILITAS, MEDIA EXPOSURE, UKURAN
PERUSAHAAN DAN LEVERAGE TERHADAP CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY DISCLOSURE**
**(Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa
Efek Indonesia pada Tahun 2011-2013)**

Abstract

This study aims to examine (1) the effect of profitability on Corporate Social responsibility Disclosure, (2) the impact of media exposure on Corporate Social responsibility Disclosure, (3) the effect of company size on Corporate Social responsibility Disclosure, and (4) the effect of leverage on corporate social responsibility Disclosure.

The population in this study is a mining company listed on the Stock Exchange Indonesia (BEI) 2011-2013. Sampling technique used is purposive sampling and acquired 81 companies. The analytical method used is multiple linear regression analysis.

Based on the results of this study indicate that (1) the profitability of significant positive effect on corporate social responsibility Disclosure, this is indicated by the value of the significant value in the T test of $0.027 < 0.05$ and a regression coefficient of 0.004%. (2) The media exposure significant positive effect on Disclosure of Corporate Social responsibility, as shown by the significant value on the T test of $0.004 < 0.05$ and value regression coefficient of 0.137%. (3) the size of the company's significant positive effect on Disclosure of Corporate Social responsibility, as shown by the significant value on the T test of $0,000 < 0,05$ dan regression coefficient of 0.126%. (4) leverage has no effect on Disclosure of Corporate Social responsibility, as shown by the significant value on the T test of $0.071 > 0.05$.

Keywords: Corporate Social responsibility Disclosure, Leverage, Media Exposure, Profitability, Company Size

**PENGARUH PROFITABILITAS, MEDIA EXPOSURE, UKURAN
PERUSAHAAN DAN LEVERAGE TERHADAP CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY DISCLOSURE**
**(Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa
Efek Indonesia pada Tahun 2011-2013)**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji (1) pengaruh profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure, (2) pengaruh media exposure terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure, (3) pengaruh ukuran perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure, dan (4) pengaruh leverage terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011-2013. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling dan diperoleh 81 perusahaan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure, hal ini ditunjukkan dengan nilai nilai signifikansi pada uji T sebesar $0,027 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,004%. (2) media exposure berpengaruh positif signifikan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure, hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi pada uji T sebesar $0,004 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,137%. (3) ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure, hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi pada uji T sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,126%. (4) leverage tidak berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure, hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi pada uji T sebesar $0,071 > 0,05$.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility Disclosure, Leverage, Media Exposure, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan*

INTISARI

Tujuan berdirinya suatu perusahaan pada umumnya hanya berorientasi untuk mendapatkan profit. Perusahaan akan berupaya untuk mendapatkan profit atau keuntungan yang sebesar-besarnya. Namun pada hakikinya perusahaan berdiri dan berada di sekitar lingkungan masyarakat. Dimana ada sisi lain yang perlu diperhatikan dari selain memperoleh profit atau keuntungan semata. Perusahaan perlu adanya suatu bentuk tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitar. *Corporate Social Responsibility* atau CSR adalah bentuk kegiatan nyata. Perusahaan haruslah memahami pentingnya CSR terhadap keberlangsungan perusahaan. Dengan perusahaan melaksanakan CSR maka secara tidak langsung perusahaan akan memperoleh dampak positif untuk perusahaan sendiri yaitu akan memperoleh kepercayaan dari masyarakat dimana masyarakat merupakan *stakeholder*.

Pengungkapan kegiatan sosial juga perlu dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan informasi kepada para *stakeholder*. Selain itu sebagai bentuk transparansi kepada *stakeholder* atas kegiatan yang dilaksanakan oleh perusahaan. Setelah adanya regulasi yang terjadi di Indonesia diantaranya adalah pernyataan Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) dalam pernyataan PSAK No 1 (revisi 1998), Undang-undang No. 25 Tahun 2007 tentang penanaman modal, dan Undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas, maka mengharuskan atau mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan laporan pertanggungjawaban sosial.

Oleh karena hal tersebut penulis ingin mengetahui faktor-faktor perusahaan yang dapat mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility Disclosure* perusahaan. Jadi dalam penelitian ini, penulis berupaya meneliti pengaruh *profitabilitas*, *media exposure*, ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Berdasarkan pengujian hipotesis dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *profitabilitas*, *media exposure* dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*, sedangkan *leverage* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.