

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam beberapa tahun terakhir permasalahan lingkungan hidup merupakan isu utama yang terus berbincangkan masyarakat dunia. Banyaknya kerugian yang terjadi akibat pengelolaan lingkungan yang tidak bertanggung jawab, baik yang dilakukan secara individu atau pun bersifat kelompok dengan mengatasnamakan organisasi. Pengelolaan lingkungan yang tidak disertai tanggung jawab untuk menjaga dan melestarikan lingkungan, telah menciptakan malapetaka bagi kehidupan manusia, seperti adanya wabah penyakit akibat limbah, erosi, serta terjadinya perubahan iklim yang mendorong kerugian panen. Salah satu negara yang paling disoroti dunia dalam masalah menanganakan lingkungan hidup adalah Indonesia.

Corporate Social Responsibility lebih kepada pengembangan etika bisnis dan praktik bisnis yang berkesinambungan (*sustainable*) secara ekonomi, sosial dan lingkungan. Dalam peraturan pemerintah tersebut dijelaskan pada Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) pasal 74 ayat 1 mengenai Tanggung jawab sosial dan lingkungan, yaitu: "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan", sehingga tidak ada lagi sebutan luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility disclosure*) yang sukarela, namun luas pengungkapan yang wajib hukumnya.

Perusahaan dianggap banyak memberi keuntungan bagi masyarakat, seperti memberikan kesempatan kerja, menyediakan barang konsumsi, jasa, membayar pajak, memberi sumbangan, dan lain-lain. Namun dibalik itu semua, keberadaan perusahaan ternyata juga banyak menimbulkan berbagai persoalan sosial dan lingkungan, seperti: polusi udara, keracunan, kebisingan, diskriminasi, pemaksaan, kesewenang-wenangan, produksi makanan haram serta bentuk *negative externalities* lain. Oleh karena itu, adanya perusahaan yang bergerak di bidang pemanfaatan sumber daya alam baik secara langsung maupun yang tidak langsung tentu memberikan dampak pada lingkungan sekitarnya. Adanya dampak lingkungan tersebut mempengaruhi kesadaran masyarakat akan pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial atau yang dikenal dengan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Perkembangan pembangunan dan teknologi saat ini berdampak pada semakin maju dan kompleks aktivitas operasional serta tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini mengakibatkan tuntutan terhadap perusahaan

juga semakin besar. Perusahaan yang baik tidak hanya dituntut untuk menghasilkan laba yang besar (*profit*). Melainkan memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*), dikarenakan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya perusahaan akan berinteraksi secara langsung maupun tidak langsung dengan lingkungannya. Hal ini tersebut sesuai dengan konsep *triple bottom line* yang di populerkan oleh Elkington dalam Agoes (2009: 90)[1], dimana tanggung jawab sosial perusahaan mencakup 3 dimensi utama yaitu mencari keuntungan (*profit*) bagi perusahaan, memberdayakan masyarakat (*people*), dan memelihara kelestarian alam/bumi (*planet*).

Tanggung jawab sosial perusahaan ini dianggap sebagai bagian dari strategi bisnis perusahaan modern. Pelaksanaan CSR adalah tanggung jawab perusahaan sebagai *lisence to operate* dalam menjalankan fungsi *good corporate citizenship* bagi suatu perusahaan yang memposisikan reputasi dan citra perusahaan sebagai *intangibile assets* bernilai strategis dalam meningkatkan daya saing menuju terciptanya keberlanjutan perusahaan.

keberlanjutan bisnis perusahaan (*sustainable business*) tidak terjamin bila hanya mengandalkan laba yang tinggi semata, tetapi perusahaan juga harus memiliki komitmen yang tinggi dalam menjalankan program CSR (Darwin, 2008), Jadi, sebenarnya tidak ada pertentangan motif perusahaan untuk meraih laba dan di satu sisi juga turut aktif melaksanakan program-program CSR. Bahkan pelaksanaan program CSR dapat menunjang perolehan laba perusahaan dalam jangka panjang dan sebaliknya sebagian laba tersebut dapat digunakan dalam mendukung pelaksanaan program CSR dengan kuantitas dan kualitas yang lebih dapat ditingkatkan lagi.

Beberapa tahun terakhir *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah menjadi isu perkembangan utama perusahaan. Salah satu munculnya tuntutan masyarakat dikarenakan terjadi berbagai rangkaian tragedi lingkungan dan kemanusiaan diberbagai daerah, yang menyebabkan masyarakat menanggung beban lebih untuk memperbaiki kerusakan yang sudah terjadi. Adanya perusahaan yang tidak bertanggung jawab atas kegiatan operasional yang menyebabkan hal tersebut terjadi. Peristiwa yang terjadi pada PT Indominco Mandiri, anak perusahaan PT ITM. Demi meningkatkan produksi pertambangannya, perusahaan tersebut berusaha mengalihkan aliran sungai sehingga perusahaan bisa melakukan penambangan di Sungai Santan termasuk anak Sungai Santan, yakni Sungai Kare dan Sungai Pelakan. Penurunan kualitas sungai yang ditandai dengan perubahan warna air diikuti juga dengan matinya ikan-ikan yang selama ini menjadi sumber

penghidupan ekonomi masyarakat setempat. Semenjak beroperasinya PT Indominco Mandiri di daerah hulu Sungai Santan, warga merasakan kualitas sungai semakin menurun yang memberi dampak langsung bagi kehidupan masyarakat lokal.

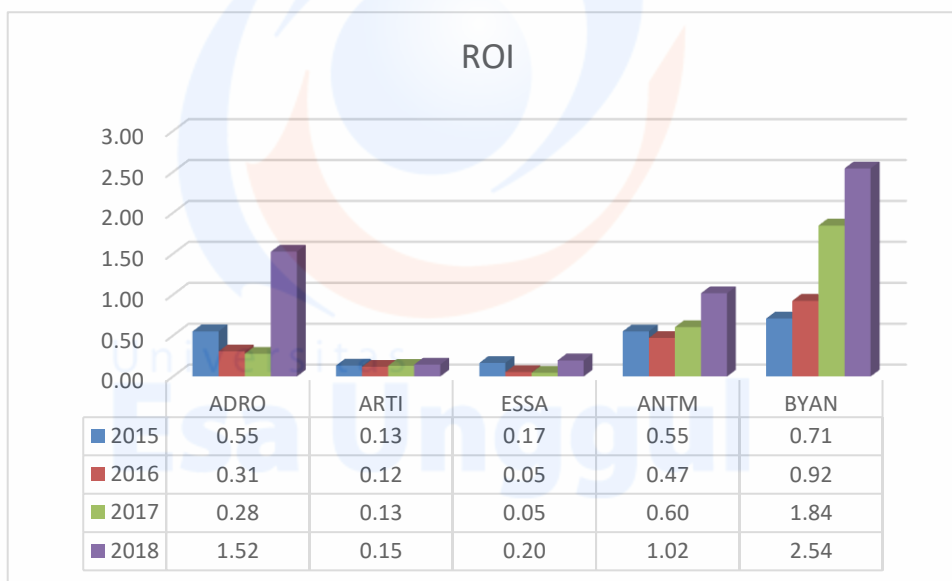
Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Rasio ini digunakan untuk memberikan gambaran mengenai seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Profitabilitas memiliki kemampuan yang dicapai perusahaan dalam suatu periode tertentu melalui laba dan merupakan indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan.

Profitabilitas yang diukur dengan menggunakan salah satu rasio yang digunakan yaitu *Return On Investment* (ROI). Karena, bersifat menyeluruh artinya mencakup semua tingkat efisiensi perusahaan dalam penggunaan aktiva serta dapat mengukur tingkat keuntungan atas penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Selain itu tercerminnya perusahaan yang memiliki kinerja yang baik adalah ketersedianya informasi, baik informasi keuangan maupun informasi non keuangan yang bersifat simetris dan dapat diakses oleh semua pihak yang berkepentingan. Informasi non keuangan yang dilihat oleh investor dalam menanamkan modalnya adalah tentang bagaimana perusahaan merespon tentang lingkungan sekitar perusahaan tersebut beroperasi. Perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab social dapat menambah nilai tambah bagi perusahaan itu sendiri di mata investor, karena perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial mencerminkan bahwa perusahaan tersebut akan terus berkembang dan berkelanjutan para investor akan lebih mengapresiasi perusahaan yang mengungkapkan CSR di bandingkan perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR, oleh karena itu ketika para investor tidak merespon positif atas kinerja keuangan perusahaan, pengungkapan CSR di anggap mampu memberikan nilai lebih di mata investor atas keberlanjutan dari perusahaan tersebut.

Anwar et al. (2010)[2] mengatakan bahwa pengungkapan CSR dalam laporan tahunan (*annual report*) memperkuat citra perusahaan dan menjadi sebagai salah satu pertimbangan yang diperhatikan investor maupun calon investor memilih tempat investasi karena menganggap bahwa perusahaan tersebut memberikan citra (*image*) kepada masyarakat, bahwa perusahaan tidak lagi hanya mengejar *profit*

semata tetapi sudah memperhatikan lingkungan dan masyarakat. Dengan melaksanakan CSR citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik dan pada akhirnya dengan pelaksanaan CSR diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat.

Perusahaan dengan profitabilitas rendah akan lebih berfokus terhadap perbaikan kinerja ekonomi mereka dan memberikan perhatian yang rendah terhadap lingkungan. Jika tingkat profitabilitasnya tinggi akan mengungkapkan informasi lebih luas sebagai salah satu upaya untuk meyakinkan pihak eksternal bahwa perusahaan sedang dalam kompetisi meyakinkan dan menunjukkan kapasitas perusahaan yang baik. (Sudarmadji dan Suharto, 2007 dalam Pradnyani et al.,2015)[2]. Profitabilitas yang tinggi, akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan serta melakukan program CSR. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan informasi social.



Sumber : BEI (data diolah)

Gambar 1.1 Grafik Return OnInvestment (ROI)Perusahaan Pertambangan Pada Tahun 2015-2018

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan pergerakan *Return OnInvestment* (ROI) yang berpengaruh terhadap perusahaan pertambangan. Pada PT. Adaro Energy Tbk (ADRO) yang mengalami penurunan pada tahun 2015 – 2017 dari 0,55 menjadi 0,28 dan mengalami kenaikan pada tahun 2017-2018 dari 0,28 menjadi 1,52. PT. Ratu Prabu Energi Tbk (ARTI) mengalami penurunan pada

tahun 2015 – 2016 dari 0,13 menjadi 0,12. Namun pada tahun 2016 – 2018 mengalami kenaikan dari 0,12 menjadi 0,15. PT. Surya Esa Perkasa Tbk (ESSA) mengalami penurunan pada tahun 2015 – 2017 dari 0,17 menjadi 0,05. Namun pada tahun 2017 – 2018 mengalami kenaikan dari 0,05 menjadi 0,20. PT. Aneka Tambang Tbk (ANTM) pada tahun 2015 – 2016 mengalami penurunan dari 0,55 menjadi 0,47. Namun pada tahun 2016 – 2018 mengalami peningkatan dari 0,47 menjadi 1,02. PT. Bayan Resources Tbk (BYAN) mengalami kenaikan disetiap tahunnya pada tahun 2015 – 2018 dari 0,71 menjadi 02,54. dari -10.4887 menjadi -30.8095. dan terjadi kenaikan kembali pada tahun 2017 – 2018 dari -30.8095 menjadi -18.3420.

Dari data yang telah diolah bahwa hasil setiap tahunnya terjadi fluktuatif atau disetiap tahunnya terjadi naik turun profitabilitas dengan hasil yang seperti ini bisa berpengaruh terhadap pengungkapan atau pelaksanaan CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang akan dilakukan perusahaan karena jika profitabilitas di setiap tahunnya naik maka pengungkapan CSR yang akan dilakukan perusahaan juga akan semakin baik.

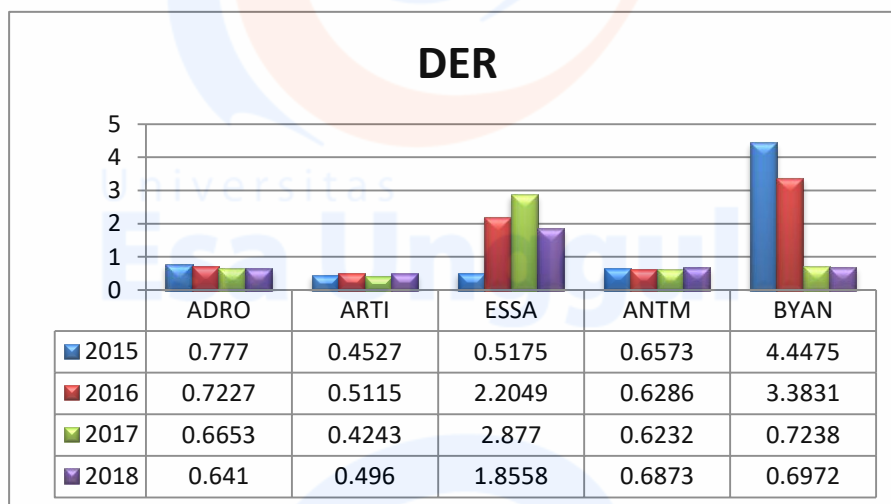
Menurut Siti Nurhamsah (2015)[3] dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Sub Sektor *Food and Beverage*” memiliki hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Namun hal ini tidak didukung oleh Mar'i Viviliana (2016)[4] dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*” Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar aset perusahaan dibiayai oleh hutang. *Leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan mengakibatkan adanya pengawasan aktivitas perusahaan yang tinggi yang dilakukan oleh *debtholder*. Dikaitkan dengan teori agensi, manajemen yang memiliki tingkat *leverage* tinggi akan meminimalisir pengungkapan CSR yang dibuat perusahaan tersebut untuk mengalihkan perhatian *debtholder* (Wedhana Purba 2015)[5]. Purnasiwi dan Sudarno (2011) [6] dalam penelitiannya menemukan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan. Akan tetapi beberapa penelitian lain

menunjukkan adanya hubungan yang tidak signifikan antara *leverage* dengan pengungkapan CSR (Ardilla, 2011) dan Fr. Reni (2006)[7].

Ming dan Gee (2008)[8] menemukan bahwa kinerja keuangan perusahaan yang diamati dari posisi hutang dapat mendorong peningkatan dan penurunan pengungkapan corporate social responsibility. Ketika posisi leverage perusahaan terus mengalami peningkatan, asumsi pasar yang terbentuk akan menyimpulkan bahwa perusahaan sangat memiliki ketergantungan yang tinggi pada hutang, dan risiko untuk melaksanakan kegiatan investasi didalam perusahaan menjadi relatif tinggi, akan tetapi jika hutang ditingkatkan untuk memacu kinerja dan membiayai berbagai kegiatan yang produktif seperti peningkatan pengungkapan corporate social responsibility, kebijakan untuk mendorong peningkatan porsi hutang dianggap sangat tepat dilaksanakan.

Leverage menggunakan Debt to Equity Ratio (DER) yaitu rasio yang mengukur total kewajiban terhadap modal sendiri (shareholders equity). DER digunakan karena untuk mengukur berapa besar aktiva perusahaan yang dibiayai oleh kreditur. Semakin rendah rasio hutang maka semakin bagus perusahaan itu. Sebab artinya sebagian kecil aset perusahaan yang dibiayai dengan hutang. Begitu juga sebaliknya, semakin besar rasio ini berarti makin besar pula leverage perusahaan .



Sumber : BEI (data diolah)

**Gambar 1.2 Grafik Debt Equity Ratio (DER) Perusahaan
Pertambahan Pada Tahun 2015 – 2018**

Berdasarkan gambar 1.2 menunjukkan pergerakan *Debt Equity Ratio* (DER) yang berpengaruh terhadap perusahaan pertambahan pada PT. Adaro Energy Tbk (ADRO) yang mengalami penurunan pada tahun

2015 – 2018 dari 0,0770 menjadi 0,6410. PT. Ratu Prabu Energy Tbk (ARTI) mengalami kenaikan pada tahun 2015 – 2016 dari 0,4527 menjadi 0,5115. Sedangkan pada tahun 2016 – 2017 mengalami penurunan dari 0,5115 menjadi 0,4243. Akan tetapi mengalami kenaikan kembali pada tahun 2017 – 2018 dari 0,4243 menjadi 0,4960. PT. Surya Esa Perkasa Tbk (ESSA) mengalami kenaikan pada tahun 2015 – 2017 dari 0,5175 menjadi 2,8870. Namun pada tahun 2017 – 2018 mengalami penurunan dari 2,8870 menjadi 1,8558. PT. Aneka Tambang Tbk (ANTM) mengalami penurunan pada tahun 2015 – 2017 dari 0,6573 menjadi 0,6232. Namun pada tahun 2017 – 2018 mengalami kenaikan dari 0,6232 menjadi 0,6873. PT. Bayan Resources Tbk (BYAN) pada tahun 2015 – 2018 mengalami penurunan di setiap tahunnya dari 4,4475 menjadi 0,6972.

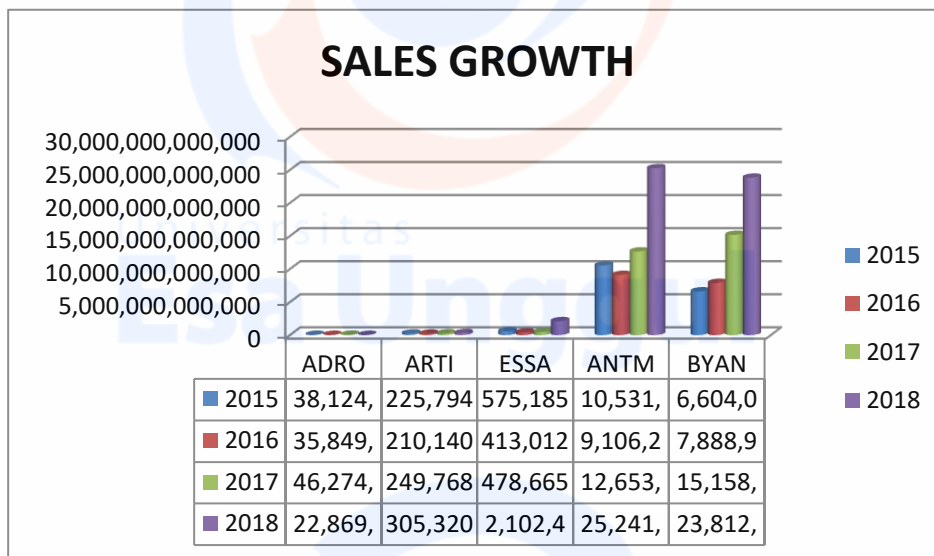
Dari data yang diolah bahwa hasil setiap tahunnya untuk leverage terjadi naik turun atau fluktuatif dengan hasil yang seperti ini bisa berpengaruh terhadap pengungkapan atau pelaksanaan CSR (Corporate Social Responsibility) yang akan dilakukan perusahaan karena leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat leverage tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya dengan modal sendiri yang akan berpengaruh dalam melaksanakan pengungkapan CSR dengan penuh.

Menurut Faridha Wagea (2015)[9] dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan *Cumulative Abnormal Return* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Sub sektor Perkebunan” memiliki hasil bahwa leverage berpengaruh terhadap CSR. Namun hal ini tidak didukung oleh Siti Nurhamsah (2015)[10] dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Sub sektor *Food and Beverage*” memiliki hasil bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan, tidak adanya pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR.

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan. Perusahaan besar akan lebih banyak memerlukan pengungkapan informasi dari pada perusahaan kecil. Semakin besar ukuran perusahaan, maka aktivitas yang dilakukan juga lebih banyak sehingga tanggung jawab dari perusahaan tersebut tidak hanya terhadap pemegang saham saja, tetapi juga terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan (Kusumawardani & Sudana, 2017)[11]. Asumsi dasar yang menghubungkan faktor ukuran

perusahaan dan pengungkapan informasi memerlukan biaya (*cost*), sehingga perusahaan besar seharusnya lebih mampu menyediakan pengungkapan informasi yang lebih baik. Penelitian yang berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini antara lain Sembiring (2005) [12]. Sedangkan Anggraini (2006)[13] dalam penelitiannya menunjukkan hasil variabel profitabilitas dan *size* perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Ridwan dkk (2015)[14] menemukan didalam penelitiannya bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan menggunakan total assets tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah pengungkapan Corporate social responsibility pada perusahaan go publik di Bursa Efek Indonesia, Hastuti (2014)[15] menemukan bahwa ukuran perusahaan yang diukur melalui total assets berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah pengungkapan Corporate social responsibility pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa semakin besar skala atau ukuran sebuah perusahaan, semakin tinggi upaya managerial yang dilakukan pengelola perusahaan untuk mendorong peningkatan citra perusahaan, salah satu dengan berupaya meningkatkan jumlah pengungkapan *Corporate social responsibility* khususnya pada perusahaan pertambangan di Indonesia.



Sumber : BEI (data diolah)

Gambar 1.3 Grafik Ukuran Perusahaan (SIZE) Pada Perusahaan Pertambangan Tahun 2015-2018

Berdasarkan gambar 1.3 ukuran perusahaan menunjukkan hasil yang fluktuatif (kenaikan dan penurunan) pada tahun 2015 – 2018.

Fenomena yang terjadi dalam penelitian ini didasarkan pada ketidaksesuaian data, dimana data penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan tahunan PT. Adaro Energy Tbk(ADRO), PT. Ratu Prabu Energy Tbk (ARTI), PT. Surya Esa Perkasa Tbk (ESSA), PT. Aneka Tambang Tbk (ANTM), PT. Bayan Resources Tbk (BYAN). Maka fenomena ini dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan yang nilainya fluktuatif, akan memberikan pengaruh terhadap pengungkapan kegiatan sosialnya, dikarenakan pertumbuhan penjualan yang tinggi akan membuat perusahaan melaksanakan kegiatan sosialnya tanpa memikirkan kerugian karena dari penjualan yang tinggi perusahaan akan memperoleh laba yang tinggi juga ataupun sebaliknya.

Menurut Mar'i Viviliana (2016)[16] dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility" bahwa memiliki hasil ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan pada penelitian Diny Andriany, Willy Sri Yuliandari dan Djusnimar Zutilisna (2017)[17] dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*" bahwa memiliki hasil ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Dari fenomena diatas, banyak hasil penelitian yang berbeda – beda terkait pengungkapan *Corporate Social Responsibility* termasuk pada perusahaan yang diteliti. Didasari pada penelitian-penelitian sebelumnya, peneliti bermaksud melakukan penelitian kembali tentang seberapa besar pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Perusahaan pertambangan dijadikan sebagai objek penelitian karena perusahaan tersebut membangun usahanya dekat dengan masyarakat dan menyebabkan kerusakan lingkungan sehingga kurangnya respon yang baik dari masyarakat. Maka dari itu peneliti menggunakan perusahaan pertambangan untuk melihat pengungkapan CSR dan penelitian tentang *Corporate Social Responsibility* yang menggunakan perusahaan pertambangan. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan pertambangan yang ada dalam Bursa Efek Indonesia (BEI).

Berdasarkan beberapa hal yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini mengambil judul "**Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018).**"

1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah pada penelitian pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap *corporate social responsibility* sebagai berikut:

1. Adanya konflik antara perusahaan dengan masyarakat yang wilayah nya mengalami kerusakan akibat aktivitas perusahaan.
2. Ada perusahaan yang melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dibawah rata-rata pengungkapan.
3. Adanya fluktuatif nilai *Return On Assets*, *Debt to Equity Ratio* dan *Sales Growth* pada Sub Sektor pertambangan di Bursa Efek Indonesia.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap *corporate social responsibility* sebagai berikut:

1. Peneliti hanya meneliti faktor – faktor internal yang mempengaruhi pengungkapan CSR, yaitu : Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan.
2. Sample yang digunakan yaitu perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2015-2018.
3. Menggunakan Annual Report perusahaan pertambangan tahun 2015-2018.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2018?
2. Apakah *leverage* berpengaruh secara parsial terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2018?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2018?

4. Apakah profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2018?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2018.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2018.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial *leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2018.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial ukuran perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2018.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi penelitian selanjutnya
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi informasi teoritis dan empiris kepada pihak-pihak yang akan melakukan penelitian mengenai permasalahan ini serta menambah sumber pustaka yang telah ada.
2. Bagi perusahaan sejenis
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk memberikan gambaran kepada perusahaan bahwa tanggung jawab sosial merupakan sesuatu yang baik bagi perusahaan yang dapat digunakan sebagai referensi dalam pengambilan kebijakan oleh perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan menerbitkan laporan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Bagi investor
Penelitian ini diharapkan akan memberi wawasan batas pengukuran perusahaan yang baik dalam segi kesejahteraan perusahaan maupun

tanggung jawab sosial yang harus dilakukan sehingga investor dapat memilih perusahaan untuk berinvestasi.

4. Bagi Masyarakat

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