

ABSTRAK

Pengungkapan *corporate social responsibility* di perusahaan pertambangan belum dijalankan dengan baik. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya timbul konflik dan masalah pada perusahaan pertambangan seperti demonstrasi dan protes yang menunjukkan ketidakpuasan masyarakat dan menunjukkan adanya variabel yang mempengaruhi dalam pengungkapan *corporate social responsibility* di perusahaan pertambangan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan memperoleh bukti empiris tentang pengaruh umur perusahaan, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap *corporate social responsibility* dalam laporan tahunan pada perusahaan pertambangan di Indonesia. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* yang dianalisis berdasarkan pengungkapan *Global Reporting Initiatives*. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah umur perusahaan, ukuran perusahaan dan profitabilitas..

Populasi dalam penelitian adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari 2010 sampai 2013. Sampel yang digunakan sebanyak 11 perusahaan. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah purposive sampling. Metode analisis data menggunakan analisis regresi data panel dengan signifikansi 5%.

Berdasarkan hasil statistik deskriptif, dapat diketahui bahwa rata-rata umur perusahaan dan ukuran perusahaan mengalami kenaikan setiap tahun. Sedangkan rata-rata profitabilitas dan *corporate social responsibility* mengalami fluktuatif. Hasil penelitian yang dilakukan melalui analisis regresi data panel menunjukkan bahwa secara parsial umur perusahaan, ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan secara simultan umur perusahaan, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Berdasarkan hasil penelitian, maka perusahaan pertambangan perusahaan lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan terkait dengan *corporate social responsibility*. Semakin banyak *corporate social responsibility* yang dilakukan maka semakin baik penilaian masyarakat terhadap perusahaan tersebut.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*, Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas