

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan gambaran hasil penelitian dari peneliti beserta hipotesis dengan pembahasan pada bagian akhir. Hasil penelitian dan pembahasan akan disajikan secara terpisah. Penjelasan mengenai hasil penelitian dan pembahasan masing - masing negara dibawah ini.

A. GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan Bursa Malaysia pada tahun 2015. Tahun periode penelitian ini menggunakan tahun periode 2015, hal ini dikarenakan untuk mengetahui bagaimana kondisi saat ini. Sampel perusahaan manufaktur yang memenuhi kriteria penelitian berdasarkan metode *purposive sampling* berjumlah 59 perusahaan manufaktur di Indonesia dan 53 perusahaan manufaktur di Malaysia. Pemelihan sampel perusahaan yang digunakan dalam penelitian dapat dilihat pada Tabel 4.1 dan Tabel 4.2

Tabel 4.1
Proses Pengambilan Sampel Perusahaan Manufaktur di Indonesia

Keterangan	2015
Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	133
Perusahaan yang tidak memenuhi kriteria sampel terkait dengan variabel penelitian	(53)
Perusahaan sampel sebelum ada <i>outlier</i>	80
Data <i>outlier</i>	(21)
Jumlah seluruh sampel	59

Sumber : Pengolahan data

Tabel 4.2
Proses Pengambilan Sampel Perusahaan Manufaktur di Malaysia

Keterangan	2015
Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Malaysia	220
Perusahaan yang tidak memenuhi kriteria sampel terkait dengan variabel penelitian	(144)
Perusahaan sampel sebelum ada <i>outlier</i>	76
Data <i>outlier</i>	(23)
Jumlah seluruh sampel	53

Sumber : Pengolahan data

B. UJI STATISTIK DESKRIPTIF

Statistik deskriptif pada penelitian ini menyajikan jumlah data, nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata dan simpangan baku dari variabel independen dan variabel dependen. Hasil statistik deskriptif ditunjukkan dalam Tabel 4.3 dan Tabel 4.4.

Tabel 4.3
Statistik Deskriptif Indonesia
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
NP	59	,0560	4,8100	1,4189	1,3056
CSR	59	,0560	,4615	,3248	,0790
ROA	59	,1209	25,9890	6,9821	5,7038
PP	59	,0360	,4830	,0410	,1495
KM	59	,4400	,9220	,2136	,2418
UDK	59	,0010	8,0000	4,2542	1,3338
Valid N (listwise)	59				

Tabel 4.4
Statistik Deskriptif Malaysia
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
NP	53	,0020	,9550	,3787	,27408
CSR	53	,1430	,2750	,2067	,0333
ROA	53	-,2200	1,0800	,0388	,1648
PP	53	-,3300	,9560	,0878	,1990
KM	53	,0000	,5850	,1398	,1508
UDK	53	3,0000	9,0000	6,0377	1,7204
Valid N (listwise)	53				

Sumber : Ouput Spss

Pembahasan dari hasil uji statistik deskriptif negara Indonesia dan Malaysia ini akan lebih detail dijelaskan dibawah ini :

1. Nilai Perusahaan (NP)

Pada Tabel 4.3 dan Tabel 4.4 menunjukkan hasil bahwa Nilai Perusahaan di Indonesia memiliki nilai minimal sebesar 0,0560, nilai maksimal sebesar 4,8100, rata-rata sebesar 1,4189 dengan standar deviasi sebesar 1,3056. Sedangkan Nilai perusahaan di Malaysia memiliki nilai minimal sebesar 0,0020, nilai maksimal sebesar ,9550, rata-rata sebesar 0,3787 dengan standar deviasi sebesar 0,2740

2. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pada Tabel 4.3 dan Tabel 4.4 menunjukkan hasil bahwa CSR di Indonesia memiliki nilai minimal sebesar 0,1209 nilai maksimal sebesar 0,4615, rata-rata sebesar 0,3248 dengan standar deviasi sebesar 0,0790. Sedangkan CSR di Malaysia memiliki nilai minimal sebesar 0,1430, nilai maksimal sebesar 0,2750, rata-rata sebesar 0,2067 dengan standar deviasi sebesar 0,0333.

3. Profitabilitas (ROA)

Pada Tabel 4.3 dan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa profitabilitas di Indonesia memiliki nilai minimal sebesar 0,0360, nilai maksimal sebesar 0,4830, rata-rata sebesar 6,9821 dengan standar deviasi sebesar 5,7038. Sedangkan Malaysia memiliki nilai minimal sebesar -0,2200, nilai maksimal sebesar 1,0800, rata-rata sebesar 0,0388 dengan standar deviasi sebesar 0,1648.

4. Pertumbuhan Perusahaan (PP)

Pada Tabel 4.3 dan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa profitabilitas di Indonesia memiliki nilai minimal sebesar -0,4400, nilai maksimal sebesar 1,0448, rata-rata sebesar 0,0410 dengan standar deviasi sebesar 0,1495. Sedangkan Malaysia memiliki nilai minimal sebesar -0,3300, nilai maksimal sebesar 0,9560, rata-rata sebesar 0,0878 dengan standar deviasi sebesar 0,1990.

5. Kepemilikan Manajerial (KM)

Pada Tabel 4.3 dan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial di Indonesia memiliki nilai minimal sebesar 0,0000, nilai maksimal sebesar 0,9220, rata-rata sebesar 0,2136 dengan standar deviasi sebesar 0,2418. Sedangkan Malaysia memiliki nilai minimal sebesar 0,0000, nilai maksimal sebesar 0,5850, rata-rata sebesar 0,1398 dengan standar deviasi sebesar 0,1508.

6. Ukuran Dewan Komisaris (UDK)

Pada Tabel 4.3 dan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris di Indonesia memiliki nilai minimal sebesar 2,0000, nilai maksimal sebesar 8,0000, rata-rata sebesar 4,2542 dengan standar deviasi sebesar 1,3338. Sedangkan Malaysia memiliki nilai minimal sebesar 3,0000, nilai maksimal sebesar 9,0000, rata-rata sebesar 6,0377 dengan standar deviasi sebesar 1,7204.

C. UJI KUALITAS DATA (UJI ASUMSI KLASIK)

Data penelitian ini akan melalui beberapa pengujian yakni uji normalitas, autokorelasi, multikolinearitas, dan heterokedastisitas.

1. Uji Normalitas

Dalam penelitian data yang akan diteliti harus terdistribusi normal. Untuk menguji data terdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan cara uji normalitas. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji kolmogorov-smirnov terhadap nilai residual hasil persamaan regresi. Hasil uji normalitas menggunakan uji kolmogorov smirnov disajikan pada Tabel 4.5 dan Tabel 4.6.

Tabel 4.5
Hasil Uji Normalitas Indonesia
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	59
Kolmogorov-Smirnov Z	,872
Asymp. Sig. (2-tailed)	,433

a. Test distribution is Normal.

Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas Malaysia
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	53
Kolmogorov-Smirnov Z	,773
Asymp. Sig. (2-tailed)	,589

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Output SPSS

Data dapat dikategorikan terdistribusi normal apabila nilai *Asymp Sig (2-tailed)* > 0,05. Berdasarkan pada Tabel 4.5 dan Tabel 4.6 nilai *Asymp Sig (2-tailed)* pada perusahaan Indonesia adalah sebesar 0,433 dan pada perusahaan Malaysia adalah sebesar 0,589. Dari hasil uji normalitas diatas dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinearitas dalam penelitian dapat dilihat dari nilai *Tolerance* atau *Variance Inflation Factor (VIF)*. Hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini disajikan pada Tabel 4.7 dan Tabel 4.8.

Tabel 4.7
Uji Multikolinearitas Indonesia
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	<i>T</i>	Sig.	Collinearity Statistics	
	β	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,244	,037		6,542	,000		
ROA	,003	,002	,216	1,733	,089	,970	1,031
PP	-,153	,066	-,289	-2,318	,024	,970	1,031
KM	-,010	,040	-,031	-,250	,803	,986	1,015
UDK	,016	,007	,272	2,204	,032	,987	1,013

Tabel 4.8
Uji Multikolinearitas Malaysia
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	<i>T</i>	Sig.	Collinearity Statistics	
	β	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,224	,014		15,669	,000		
ROA	,002	,025	,011	,094	,925	,903	1,108
PP	,047	,020	,275	2,346	,023	,929	1,077
KM	,086	,025	,408	3,501	,001	,941	1,062
UDK	-,006	,002	-,311	-2,622	,011	,906	1,104

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan Tabel 4.7 dan Tabel 4.8 didapat hasil dari uji multikolinieritas bahwa keseluruhan dari variabel independen di Indonesia dan Malaysia dalam penelitian ini menunjukkan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) tidak ada yang lebih besar dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini tidak mengalami multikolinearitas.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji *glejser*, Hasil uji heterokedastisitas disajikan pada Tabel 4.9 dan Tabel 4.10.

Tabel 4.9
Hasil Uji Heterokedastisitas Indonesia
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	<i>t</i>	Sig.
	B	Std. Error	B		
1(Constant)	,089	,018		4,908	,000
ROA	,000	,001	-,032	-,239	,812
PP	-,025	,032	-,106	-,793	,431
KM	-,022	,020	-,150	-1,128	,264
UDK	-,005	,004	-,177	-1,335	,188

a Dependent Variable: ABS_RES

Tabel 4.10
Hasil Uji Heterokedastisitas Malaysia
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	<i>t</i>	Sig.
	B	Std. Error	B		
1(Constant)	,014	,007		2,023	,048
ROA	,001	,012	,014	,106	,916
PP	,015	,010	,209	1,559	,125
KM	,020	,012	,225	1,689	,097
UDK	,001	,001	,123	,909	,368

a Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan Tabel 4.9 dan Tabel 4.10 didapatkan hasil bahwa nilai signifikansi dari masing-masing variabel independen di Indonesia dan Malaysia pada penelitian ini lebih besar dari sig (0,05). Jadi, dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

D. UJI HIPOTESIS

1. Koefisien determinasi (*Adjusted R²*)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk menguji kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi perubahan variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 4.11, Tabel 4.12, Tabel 4.13 dan Tabel 14.

Tabel 4.11
Uji Koefisien Determinasi Indonesia
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,432 ^a	,187	,127	,0738636

a Predictors: (Constant), ROA, PP, KM, UDK

b Dependent Variable: CSR

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan Tabel 4.11 didapatkan hasil bahwa besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R²*) adalah 0,127 atau 12,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen *corporate social responsibility* di Indonesia dapat dijelaskan sebesar 12,7% oleh variabel-variabel independen yaitu Profitabilitas (ROA), Pertumbuhan Perusahaan (PP), Kepemilikan Manajerial (KM), Ukuran Dewan Komisaris (UDK). Sedangkan sisanya sebesar 87,3% (100% - 12,7%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak menjadi variabel penelitian ini.

Tabel 4.12
Uji Koefisien Determinasi Malaysia

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,554 ^a	,307	,249	,0289174

a Predictors: (Constant), ROA, PP, KM, UDK

b Dependent Variable: CSR

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan Tabel 4.12 didapatkan hasil bahwa besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R²*) adalah 0,249 atau 24,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen *corporate social responsibility* di Indonesia dapat dijelaskan sebesar 24,9% oleh variabel-variabel independen yaitu Profitabilitas (ROA), Pertumbuhan Perusahaan (PP), Kepemilikan Manajerial (KM), Ukuran Dewan Komisaris (UDK). Sedangkan sisanya sebesar 75,1% (100% - 24,9%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak menjadi variabel penelitian ini.

Tabel 4.13
Uji Koefisien Determinasi CSR – NP Indonesia

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,341 ^a	,116	,099	1,0553685

a Predictors: (Constant), CSR

b Dependent Variable: NP

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan Tabel 4.13 didapatkan hasil bahwa besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R²*) adalah 0,099 atau 9,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen nilai perusahaan di Indonesia dapat dijelaskan

sebesar 9,9% oleh variabel independen yaitu *corporate social responsibility* (CSR). Sedangkan sisanya sebesar 90,1% (100% - 9,9%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak menjadi variabel penelitian ini.

Tabel 4.14
Uji Koefisien Determinasi CSR – NP Malaysia
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,273 ^a	,075	,057	,2662207

a Predictors: (Constant), CSR

b Dependent Variable: NP

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan Tabel 4.14 didapatkan hasil bahwa besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R²*) adalah 0,057 atau 5,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen nilai perusahaan di Indonesia dapat dijelaskan sebesar 5,7% oleh variabel independen yaitu *corporate social responsibility* (CSR). Sedangkan sisanya sebesar 94,3% (100% - 5,7%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak menjadi variabel penelitian ini.

2. Uji signifikansi simultan (Uji Statistik F)

Uji signifikansi simultan (Uji F) bertujuan untuk menguji apakah semua variabel independen berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen dalam model penelitian ini. Hasil uji signifikan simultan (Uji F) ditunjukkan pada Tabel 4.15, Tabel 4.16, Tabel 4.17, dan Tabel 4.18.

Tabel 4.15
Uji Signifikansi Simultan Indonesia
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	,068	4	,017	3,103	,023 ^a
Residual	,295	54	,005		
Total	,362	58			

a. Predictors: (Constant), ROA, PP, KM, UDK

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan Tabel 4.15 didapatkan hasil bahwa nilai signifikansi sebesar 0,023 dimana $< \alpha$ (0,05). Jadi, variabel independen (profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, kepemilikan manajerial, dan ukuran dewan komisaris) berpengaruh simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen (pengungkapan *corporate social responsibility*) di Indonesia.

Tabel 4.16
Uji Signifikansi Simultan Malaysia
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	,018	4	,005	6,098	,000 ^a
Residual	,040	48	,001		
Total	,058	52			

a. Predictors: (Constant), ROA, PP, KM, UDK

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan Tabel 4.16 didapatkan hasil bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana $< \alpha$ (0,05). Jadi, variabel independen (profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, kepemilikan manajerial, dan ukuran dewan

komisaris) berpengaruh simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen (*corporate social responsibility*) di Malaysia.

Tabel 4.17
Uji Signifikansi Simultan CSR – NP Indonesia
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	7,757	1	7,757	6,964	,011 ^a
Residual	59,032	57	1,114		
Total	66,789	58			

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: NP

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan Tabel 4.17 didapatkan hasil bahwa nilai signifikansi sebesar 0,011 yang mana $< \alpha$ (0,05). Jadi, variabel independen (*corporate social responsibility*) berpengaruh simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen (nilai perusahaan) di Indonesia.

Tabel 4.18
Uji Signifikansi Simultan CSR – NP Malaysia
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	,292	1	,292	4,118	,048 ^a
Residual	3,615	51	,071		
Total	3,906	52			

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: NP

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan Tabel 4.18 didapatkan hasil bahwa nilai signifikansi sebesar 0,048 yang mana $< \alpha$ (0,05). Jadi, variabel independen (*corporate social responsibility*) berpengaruh simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen (nilai perusahaan) di Malaysia.

3. Uji signifikansi parameter individual (Uji *t*)

Uji signifikansi parameter individual (Uji *t*) digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Hasil penelitian dengan menggunakan analisis regresi berganda diperoleh hasil seperti pada Tabel 4.19, Tabel 4.20, Tabel 4.21, dan Tabel 4.22.

Tabel 4.19
Uji Signifikansi Parameter Individual Indonesia
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	<i>T</i>	Sig.	Collinearity Statistics	
	β	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,244	,037		6,542	,000		
ROA	,003	,002	,216	1,733	,089	,970	1,031
PP	-,153	,066	-,289	-2,318	,024	,970	1,031
KM	-,010	,040	-,031	-,250	,803	,986	1,015
UDK	,016	,007	,272	2,204	,032	,987	1,013

a Dependent Variable : CSR

Sumber: Output SPSS

Dari Tabel 4.19 dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{CSR} = 0,244 + 0,003(\text{ROA}) - 0,153(\text{PP}) - 0,010(\text{KM}) + 0,16(\text{UDK}) + e$$

Hasil pengujian terhadap hipotesis-hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

a. Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan Tabel 4.19 menunjukkan profitabilitas memiliki nilai koefisien regresi yang arahnya positif sebesar 0,003, dengan signifikansi sebesar 0,089 > alpha (0,05) sehingga profitabilitas tidak

berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* di Indonesia. Dengan demikian hipotesis (H_{1a}) ditolak.

b. Pertumbuhan Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan Tabel 4.19 menunjukkan pertumbuhan perusahaan memiliki nilai koefisien regresi yang arahnya negatif sebesar -0,153, dengan signifikansi sebesar $0,024 < \alpha (0,05)$ sehingga pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap *corporate social responsibility* di Indonesia. Dengan demikian hipotesis (H_{2a}) ditolak.

c. Kepemilikan Manajerial Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan Tabel 4.19 menunjukkan kepemilikan manajerial memiliki nilai koefisien regresi yang arahnya negatif sebesar -0,010, dengan signifikansi sebesar $0,830 > \alpha (0,05)$ sehingga kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* di Indonesia. Dengan demikian hipotesis (H_{3a}) ditolak.

d. Ukuran Dewan Komisaris Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan Tabel 4.19 menunjukkan ukuran dewan komisaris memiliki nilai koefisien regresi yang arahnya positif sebesar 0,016, dengan signifikansi sebesar $0,032 < \alpha (0,05)$ sehingga ukuran dewan komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility* di Indonesia. Dengan demikian hipotesis (H_{4a}) diterima.

Tabel 4.20
Uji Signifikansi Parameter Individual Malaysia

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	<i>T</i>	Sig.	Collinearity Statistics	
	β	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,224	,014		15,669	,000		
ROA	,002	,025	,011	,094	,925	,903	1,108
PP	,047	,020	,275	2,346	,023	,929	1,077
KM	,086	,025	,408	3,501	,001	,941	1,062
UDK	-,006	,002	-,311	-2,622	,011	,906	1,104

a Dependent Variable : CSR

Sumber: Output SPSS

Dari Tabel 4.20 dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{CSR} = 0,224 + 0,002(\text{ROA}) + 0,047(\text{PP}) + 0,086(\text{KM}) - 0,006(\text{UDK}) + e$$

Hasil pengujian terhadap hipotesis-hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

a. Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan Tabel 4.20 menunjukkan profitabilitas memiliki nilai koefisien regresi yang arahnya positif sebesar 0,002, dengan signifikansi sebesar $0,925 > \alpha (0,05)$ sehingga profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* di Malaysia. Dengan demikian hipotesis (H_{1b}) ditolak.

b. Pertumbuhan Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan Tabel 4.20 menunjukkan pertumbuhan perusahaan memiliki nilai koefisien regresi yang arahnya positif sebesar 0,042, dengan signifikansi sebesar $0,023 < \alpha (0,05)$ sehingga

pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility* di Malaysia. Dengan demikian hipotesis (H_{2b}) diterima.

c. Kepemilikan Manajerial Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan Tabel 4.20 menunjukkan kepemilikan manajerial memiliki nilai koefisien regresi yang arahnya positif sebesar 0,086, dengan signifikansi sebesar $0,001 < \alpha (0,05)$ sehingga kepemilikan manajerial berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility* di Malaysia. Dengan demikian hipotesis (H_{3b}) diterima.

d. Ukuran Dewan Komisaris Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan Tabel 4.20 menunjukkan ukuran dewan komisaris memiliki nilai koefisien regresi yang arahnya negatif sebesar -0,006, dengan signifikansi sebesar $0,011 < \alpha (0,05)$ sehingga ukuran dewan komisaris berpengaruh negatif signifikan terhadap *corporate social responsibility* di Malaysia. Dengan demikian hipotesis (H_{4b}) ditolak.

Tabel 4.21
Uji Signifikansi Parameter Individual CSR – NP
Indonesia
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	β	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-,383	,644		-,595	,555		
CSR	5,050	1,914	,341	2,639	,011	1,000	1,000

a Dependent Variable : NP

Sumber: Output SPSS

Dari Tabel 4.21 dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$NP = -0,383 + 5,050(CSR) + e$$

Hasil pengujian terhadap hipotesis-hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

a. *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan Tabel 4.21 menunjukkan *corporate social responsibility* memiliki nilai koefisien regresi yang arahnya positif sebesar 5,050, dengan signifikansi sebesar $0,011 < \alpha (0,05)$ sehingga *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan di Indonesia. Dengan demikian hipotesis (H_{5a}) diterima.

Tabel 4.22
Uji Signifikansi Parameter Individual CSR – NP
Malaysia
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	<i>T</i>	Sig.	Collinearity Statistics	
	β	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	,843	,232		3,639	,001		
CSR	-2,245	1,106	-,273	-2,029	,048	1,000	1,000

a Dependent Variable : NP

Sumber: Output SPSS

Dari Tabel 4.21 dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$NP = 0,843 - 2,245 + e$$

Hasil pengujian terhadap hipotesis-hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

a. *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan Tabel 4.22 menunjukkan pengungkapan *corporate social responsibility* memiliki nilai koefisien regresi yang arahnya negatif sebesar -2,245, dengan signifikansi sebesar $0,048 < \alpha (0,05)$ sehingga *corporate social responsibility* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan di Malaysia. Dengan demikian hipotesis (H_{5b}) ditolak.

4. Uji Beda (Independent Sample t test)

Uji beda atau t-test digunakan dalam penelitian untuk menentukan apakah dua sampel yang tidak berhubungan memiliki nilai rata-rata yang berbeda di Indonesia dan Malaysia. Hasil uji beda penelitian ini ditunjukkan dalam Tabel 4.23 dan Tabel 4.24.

Tabel 4.23
Hasil Uji Group CSR
Group Statistics

Negara	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
CSR Indonesia	59	.324827	,0790395	,0102901
Malaysia	53	.206717	,0333757	,0045845

Sumber: Output SPSS

Tabel 4.23 menunjukkan jumlah perusahaan Indonesia adalah 59 perusahaan dan jumlah perusahaan Malaysia adalah 53 perusahaan. Rata-rata pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia adalah 0,32487 dan di Malaysia adalah 0,206717.

Tabel 4.24
Hasil Uji Levene's CSR
Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances	t-test for Equality of Means								
		F	Sig.	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
CSR	Equal variances assumed	39,396	,000	10,097	110	,000	,1181104	,0116980	,0949278	,1412930
	Equal variances not assumed			10,485	79,804	,000	,1181104	,0112651	,0956912	,1405296

Sumber: Output SPSS

Tabel 4.24 menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari uji Levene adalah sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$ yang artinya terdapat perbedaan tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia dan Malaysia. Jadi hipotesis (H_6) diterima.

5. Uji Chow

1. Uji perbedaan pengaruh profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, kepemilikan manajerial dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia dan di Malaysia

Tabel 4.25
Hasil Uji Nilai Residual Indonesia (RSS1)
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	,068	4	,017	3,103	,023 ^a
Residual	,295	54	,005		
Total	,362	58			

a. Predictors: (Constant), ROA, PP, KM, UDK

b. Dependent Variable: CSR

Tabel 4.26
Hasil Uji Nilai Residual Malaysia (RSS2)
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	,018	4	,005	6,098	,000 ^a
Residual	,040	48	,001		
Total	,058	52			

a. Predictors: (Constant), ROA, PP, KM, UDK

b. Dependent Variable: CSR

Tabel 4.27
Hasil Uji Nilai Residual Gabungan (RSSr)
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	,260	4	,065	12,631	,000 ^a
Residual	,550	107	,005		
Total	,810	111			

a. Predictors: (Constant), ROA, PP, KM, UDK

b. Dependent Variable: CSR

Rumus Uji Chow:

$$\begin{aligned}
 F &= \frac{(RSSr - RSSUr) / k}{(RSSUr) / (n1 + n2 - 2k)} \\
 &= \frac{[0,550 - (0,295 + 0,040) / 4]}{(0,295 + 0,40) / [59 + 53 - 2(4)]} \\
 &= \frac{(0,550 - 0,335) / 4}{0,335 / 104} \\
 &= \frac{0,05375}{0,00322} \\
 &= 16,69
 \end{aligned}$$

Keterangan:

F	=	Nilai F hitung
RSSr	=	Nilai residual dari hasil regresi gabungan RSS1 dan RSS2
RSS1	=	Nilai residual dari hasil regresi pertama
RSS2	=	Nilai residual dari hasil regresi ke dua
RSSUr	=	RSS1 + RSS2
k	=	variabel independen + variabel dependen – 1
n1	=	Jumlah sampel RSS1
n2	=	Jumlah sampel RSS2

Dari tabel F dengan $df1 = 4$ dan $df2 = 107$ dengan tingkat signifikansi 0,05, didapat nilai F tabel sebesar 2,46. Oleh karena F hitung (16,69) > F tabel (2,46), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan pengaruh profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, kepemilikan manajerial dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia dan di Malaysia. Dengan demikian hipotesis enam (H_7) diterima

2. Uji perbedaan pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan di Indonesia dan Malaysia

Tabel 4.28
Hasil Uji Nilai Residual Indonesia (RSS1)
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	7,757	1	7,757	6,964	,011 ^a
Residual	59,032	57	1,114		
Total	66,789	58			

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: NP

Tabel 4.29
Hasil Uji Nilai Residual Malaysia (RSSr)
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	,292	1	,292	4,118	,048 ^a
Residual	3,615	51	,071		
Total	3,906	52			

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: NP

Tabel 4.30
Hasil Uji Nilai Residual Gabungan (RSSr)
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	24,779	1	24,779	38,885	,000 ^a
Residual	67,549	110	,637		
Total	92,328	111			

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: NP

Rumus Uji Chow:

$$\begin{aligned}
 F &= \frac{(\text{RSSr} - \text{RSSUr}) / k}{(\text{RSSUr}) / (n_1 + n_2 - 2k)} \\
 &= \frac{[67,549 - (59,032 + 3,615)] / 1}{(59,032 + 3,615) / [59 + 53 - 2(1)]} \\
 &= \frac{(67,549 - 62,647) / 1}{62,647 / 110} \\
 &= \frac{4,902}{0,569} \\
 &= 8,61
 \end{aligned}$$

Keterangan:

F	=	Nilai F hitung
RSSr	=	Nilai residual dari hasil regresi gabungan RSS1 dan RSS2
RSS1	=	Nilai residual dari hasil regresi pertama
RSS2	=	Nilai residual dari hasil regresi ke dua
RSSUr	=	RSS1 + RSS2
k	=	variabel independen + variabel dependen – 1
n1	=	Jumlah sampel RSS1
n2	=	Jumlah sampel RSS2

Dari tabel F dengan $df1 = 1$ dan $df2 = 110$ dengan tingkat signifikansi 0,05, didapat nilai F tabel sebesar 3,93 oleh karena F hitung (8,61) > F tabel (3,93), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan di Indonesia dan di Malaysia. Dengan demikian hipotesis delapan (H_8) diterima .

Tabel 4.31
Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Kode	Hipotesis	Hasil
H _{1a}	Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap <i>corporate social responsibility</i> di Indonesia	Ditolak
H _{1b}	Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap <i>corporate social responsibility</i> di Malaysia	Ditolak
H _{2a}	Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap <i>corporate social responsibility</i> di Indonesia	Ditolak
H _{2b}	Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap <i>corporate social responsibility</i> di Malaysia	Diterima
H _{3a}	Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif signifikan terhadap <i>corporate social responsibility</i> di Indonesia	Ditolak
H _{3b}	Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif signifikan terhadap <i>corporate social responsibility</i> di Malaysia	Diterima
H _{4a}	Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap <i>corporate social responsibility</i> di Indonesia	Diterima
H _{4b}	Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap <i>corporate social responsibility</i> di Malaysia	Ditolak
H _{5a}	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan di Indonesia	Diterima
H _{5b}	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan di Malaysia	Ditolak
H ₆	Terdapat perbedaan pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> di Indonesia dan Malaysia	Diterima
H ₇	Terdapat perbedaan pengaruh profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, kepemilikan manajerial, dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> di Indonesia dan Malaysia	Diterima
H ₈	Terdapat perbedaan pengaruh pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan di Indonesia dan Malaysia	Diterima

E. PEMBAHASAN

Penelitian ini menguji pengaruh profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, kepemilikan manajerial, dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, serta pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan terhadap semua variabel dalam penelitian ini, hasilnya menunjukkan bahwa tidak semua variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh secara signifikan terhadap *corporate social responsibility* dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Selain menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, penelitian ini juga menguji perbedaan tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia dan Malaysia yang hasilnya adalah terdapat perbedaan tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia dan Malaysia. Kemudian terdapat perbedaan pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan di Indonesia dan Malaysia. Berikut adalah pembahasan lebih detail dari hasil penelitian ini :

1. Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Hipotesis pertama yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah (H_{1a}) profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis (H_{1a}) ditolak.

Dengan profitabilitas yang tinggi dapat diartikan bahwa perusahaan mampu menghasilkan laba yang besar. Berdasarkan teori *signalling*, perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan memberi sinyal terhadap para investor untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut. Sedangkan, pengungkapan *corporate social responsibility* juga digunakan untuk memberikan sinyal kepada investor untuk menanamkan modalnya pada sebuah perusahaan. Hal ini dimungkinkan pihak manajemen perusahaan merasa bahwa sudah memiliki sinyal yang kuat bagi investor, sehingga tidak perlu mengungkapkan informasi tambahan seperti pengungkapan *corporate social responsibility*. Menurut Devita *et al.*, (2015), perusahaan lebih berorientasi pada laba semata. Pada saat perusahaan memperoleh laba yang tinggi maka perusahaan merasa tidak perlu untuk mengungkapkan pengungkapan sosial karena perusahaan sudah memperoleh kesuksesan financial.

Investor menginginkan sebuah perusahaan dengan kinerja yang baik salah satunya dengan melihat laba yang dihasilkan oleh perusahaan dan apabila perusahaan memiliki laba yang bagus maka investor akan memiliki pandangan bahwa perusahaan itu baik. Perusahaan lebih memperhatikan bagaimana menghasilkan sebuah laba, apabila pendapatan perusahaan rendah kemudian perlu adanya biaya yang besar untuk mengungkapkan pengungkapan *corporate social responsibility* maka akan mengakibatkan rendahnya pengungkapan *corporate social responsibility*.

Apabila laba yang dihasilkan rendah akibat pembiayaan untuk pengungkapan *corporate social responsibility* tinggi maka investor akan berasumsi bahwa perusahaan tersebut tidak bagus dalam menciptakan keuntungan.

Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas atau rasio laba terhadap aset dari sebuah perusahaan tidak mempengaruhi bagaimana perusahaan melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial. Namun dalam hasil dari penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian dari Nita (2015) dan Made *et al.*, (2015) karena hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Sedangkan pengujian hipotesis pertama di Malaysia (H_{1b}) menunjukkan hasil yang sama yaitu profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis (H_{1b}) ditolak. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hafiz *et al.*, (2016) yang menyatakan bahwa laba yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan mempengaruhi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*.

Sebuah perusahaan yang menghasilkan laba yang tinggi akan cenderung melakukan investasi secara bertahap kepada bidang lain agar menambah penghasilan diluar pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan dan mengabaikan faktor lain yang tidak berpengaruh terhadap kemajuan perusahaan seperti pengungkapan *corporate social responsibility* (Devita *et al.*, 2015). Hal ini tentu akan mengurangi jumlah

yang akan digunakan dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya karena bertujuan untuk mencari laba yang lebih tinggi untuk kemajuan perusahaan. Apabila sebuah perusahaan tidak mampu dalam menghasilkan laba yang tinggi maka ini akan menurunkan citra dari perusahaan, oleh karena itu perusahaan mengabaikan tanggung jawab yang harus dipenuhi. Sebuah perusahaan hakikatnya adalah mencari keuntungan dari bagaimana berjalannya sebuah perusahaan.

2. Pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Hasil pengujian hipotesis ke dua (H_{2a}) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis (H_{2a}) ditolak. Artinya semakin tinggi pertumbuhan sebuah perusahaan maka pengungkapan *corporate social responsibility* semakin rendah di Indonesia. Hasil pengujian dalam penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ayu *et al.*, (2015) dan Siti *et al.*, (2016).

Pertumbuhan perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan selisih penjualan tahun pengamatan dengan tahun sebelumnya ($t-1$). Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi dimungkinkan akan berfokus untuk meningkatkan pertumbuhannya. Sehingga, dana yang semestinya digunakan untuk pengungkapan tanggungjawab sosial digunakan untuk meningkatkan pertumbuhan perusahaan.

Sari (2012) mengungkapkan bahwa perusahaan yang masih dalam tahap pertumbuhan atau pertumbuhannya akan berfokus pada pertumbuhan perusahaan, yang mengakibatkan rendahnya hal lain dalam perusahaan yaitu pengungkapan *corporate social responsibility*.

Hasil pengujian hipotesis ke dua di Malaysia (H_{2b}) menunjukkan hasil yang berbeda karena variabel pertumbuhan perusahaan dalam penelitian ini menunjukkan hasil berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis (H_{2b}) diterima. Hal ini berarti semakin besar pertumbuhan perusahaan di Malaysia akan semakin besar juga pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan sebuah perusahaan. Hasil yang didapat di negara Malaysia ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yaitu Ayu *et al.*, (2015) dan Wan and Sani (2016) yang mengungkapkan bahwa sebuah perusahaan yang memiliki pertumbuhan baik maka akan semakin baik pula dalam bertanggung jawab atas apa yang dilakukan oleh suatu perusahaan.

Perusahaan yang berada pada masa pertumbuhan yang paling tinggi akan merencanakan strategi yang baik kedepannya untuk menjaga agar perusahaan tersebut dapat mempertahankan posisinya dan dapat terus tumbuh semakin baik. Tumbuh semakin baik tidak hanya dengan kinerja keuangan namun hal lain juga harus diperhatikan seperti kebijakan pengungkapan *corporate social responsibility* adalah salah satu strategi yang bagus untuk mempertahankan pertumbuhan perusahaan dan tren dari

perusahaan agar menjalin hubungan yang baik antara masyarakat dan akan menjaga citra perusahaan dihadapan para investor.

3. Pengaruh kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Hasil pengujian hipotesis ke tiga (H_{3a}) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis (H_{3a}) ditolak. Artinya kepemilikan saham yang dimiliki manajer tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* sebuah perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Sukmawati (2013) yang mengungkapkan bahwa semakin tinggi saham yang dimiliki pihak manajer akan semakin tinggi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*.

Berdasarkan teori keagenan (*agency theory*) menjelaskan hubungan antara *agent* dan *principal* dijelaskan bagaimana terdapat perbedaan kepentingan antara pemegang kekuasaan dengan yang menjalankan perusahaan. Hal ini akan dapat di kurangi dengan adanya kepemilikan sebagian saham perusahaan oleh para manajer yang akan mengurangi perbedaan kepentingan antara investor dengan yang menjalankan kepentingan. Namun dalam penelitian ini tidak ditemukan bagaimana peran kepemilikan manajerial dalam mengurangi perbedaan kepentingan antara investor dengan yang menjalankan kepentingan, karena para investor menginginkan perusahaan memiliki citra yang baik dengan

pengungkapan *corporate social responsibility* namun kepemilikan manajerial tidak mempengaruhi bagaimana perusahaan dalam pengungkapannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Okky (2016), kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini dimungkinkan karena walaupun pihak manajemen memiliki ataupun tidak memiliki sebagian saham perusahaan dimana manajemen berkerja, pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan sebuah aturan bagi semua perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial didalam laporan tahunan perusahaannya peraturan tertera dalam UU No. 40 Tahun 2007, pasal 74 ayat 1 yang berisi tentang peraturan kewajiban suatu perseroan terbatas untuk menjalankan tanggungjawab sosial dan lingkungan jika menjalankan usahanya dibidang atau bersangkutan dengan sumber daya alam.

Hasil pengujian hipotesis ke tiga di Malaysia (H_{3b}) menunjukkan hasil yang berbeda yakni kepemilikan manajerial berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis (H_{3b}) diterima. Artinya semakin tinggi kepemilikan saham oleh para manajernya maka akan semakin tinggi pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sukmawati (2013) dan Joshi *et al.*, (2012) yang hasil dari penelitiannya mengungkapkan bahwa kepemilikan saham

yang dimiliki para manajer dimana dia berkerja akan memberi dampak agar sebuah perusahaan baik dihadapan para investor, salah satunya dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hal ini dikarenakan semakin banyak saham yang dimiliki oleh pihak manajemen maka akan semakin banyak pihak perusahaan yang akan termotivasi untuk meningkatkan citra perusahaan dengan berkerja lebih baik agar perusahaan mendapatkan citra yang bagus dari masyarakat dan para investor salah satunya dengan pengungkapan *corporate social responsibility*.

4. Pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Hasil pengujian hipotesis ke empat (H_{4a}) menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia. Jadi semakin banyak dewan komisaris yang dimiliki perusahaan maka semakin tinggi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis (H_{4a}) diterima.

Dalam teori *stakeholder* mengungkapkan bahwa setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh prestasi tujuan perusahaan, dalam penelitian ini kelompok atau individu yaitu dewan komisaris perusahaan dapat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh tujuan dalam perusahaan yang akan mengakibatkan pengambilan keputusan yang harus mempertimbangkan banyak hal untuk memilih salah

satu yang akan diutamakan perusahaan. Dalam penelitian terbukti bahwa keputusan dari dewan komisaris berpengaruh atas berjalannya perusahaan salah satunya pengungkapan tanggung jawab sosial yang baik.

Dalam penelitian Okky (2016) didapatkan hasil bahwa wewenang yang dimiliki dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan *corporate social responsibility*. Pada dasarnya, perusahaan yang memiliki dewan komisaris yang banyak akan mengakibatkan tekanan yang cukup kuat untuk memperbaiki reputasi perusahaan salah satunya dengan meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan agar tercipta citra yang baik.

Hasil pengujian hipotesis ke empat di Malaysia (H_{4b}) menunjukkan hasil yang berbeda yakni ukuran dewan komisaris berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis (H_{4b}) ditolak. Artinya semakin banyak dewan komisaris dalam suatu perusahaan maka akan semakin rendah pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Okky (2016) dan Rao and Tilt (2016), dalam penelitian ini terdapat hasil bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Devita *et al.*, (2015) mengungkapkan bahwa sebuah perusahaan yang memiliki dewan komisaris yang banyak akan mempengaruhi banyaknya perbedaan pandangan dan perbedaan pendapat dalam sebuah

perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya yang berdampak pada rendahnya pengungkapan *corporate social responsibility*. Di negara Malaysia ukuran dewan komisaris yang banyak mempengaruhi terciptanya sebuah pengungkapan tanggung jawab perusahaan yang rendah, hal ini bisa dikarenakan beberapa hal antara lain perbedaan pendapat yang banyak antara anggota dewan yang akhirnya anggota dewan ingin memajukan perusahaan dan para dewan komisaris lebih fokus atas apa yang menjadi prioritas utama perusahaan dalam mencapai tujuan yaitu membuat kemajuan yang signifikan untuk perusahaan yaitu dalam menciptakan kinerja yang baik dibandingkan hal lain seperti pengungkapan *corporate social responsibility*.

5. Pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan

Hasil pengujian hipotesis ke empat (H_{5a}) menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan di Indonesia. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis (H_{5a}) diterima. Artinya semakin tinggi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* maka semakin baik nilai sebuah perusahaan. Teori legitimasi mengungkapkan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat agar selalu menjaga lingkungan sekitar dan selalu membatasi aktivitas perusahaan perusahaan harus mampu untuk meyakinkan bahwa aktivitas yang dilakukan perusahaan itu baik dan tidak melewati batas, apabila perusahaan mampu meyakinkan

masyarakat bahwa hal yang dilakukannya sudah memenuhi kaidah dan batasan maka akan tercipta nilai yang baik dari masyarakat luas. Kaitannya dalam penelitian ini adalah bagaimana perusahaan mengungkapkan transparansi tanggungjawab sosial perusahaan. perusahaan dengan tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* yang tinggi akan memiliki nilai yang baik di mata masyarakat dan investor.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizky dan Puji (2014) dan Sisca *et al.*, (2016) yang hasilnya sebuah pengungkapan tanggung jawab sosial oleh sebuah perusahaan akan memberikan citra atau nilai yang bagus terhadap sebuah perusahaan. semakin bagus pengungkapan tanggung jawab sosial sebuah perusahaan akan berdampak pada pandangan masyarakat terhadap perusahaan tersebut.

Hasil pengujian hipotesis ke empat (H_{5b}) menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan di Indonesia. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis (H_{5b}) ditolak. Hasil ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pangestika (2016) yang membuktikan bahwa semakin tinggi pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan maka akan semakin baik nilai sebuah perusahaan.

Terdapat hasil penelitian yang sama dilakukan oleh Regina (2014) yang hasilnya pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai sebuah perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa di negara Malaysia

sebuah pengungkapan *corporate social respponsibility* yang rendah akan berpengaruh terhadap nilai sebuah perusahaan yang tinggi. Hal ini dimungkinkan karena di Malaysia pengungkapan *corporate social responsibility* mengurangi laba yang dihasilkan perusahaan yang akan menurunkan nilai sebuah perusahaan, karena untuk kebijakan pengungkapan *corporate social reponsibility* juga membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Nilai sebuah perusahaan yang bagus di Malaysia kemungkinan akan dipengaruhi oleh kinerja dan bagaimana sebuah perusahaan berjalan, karena fokus dari perusahaan di Malaysia adalah kinerjanya bukan transparansi tanggungjawab sosialnya. Investor di Malaysia tidak terlalu fokus pada faktor lain selain kinerja perusahaan yang ditunjukkan seperti bagaimana menghasilkan laba dan bagaimana kerugian dari perusahaan.

6. Terdapat perbedaan tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap di Indonesia dan Malaysia

Hasil pengujian hipotesis ke enam (H_6) menunjukkan bahwa terdapat perbedaan tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia dan Malaysia. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis (H_6) diterima. Peneliti dapat memberikan asumsi bahwa perbedaan pandangan, keadaan sebuah negara, dan aturan yang berlaku di Indonesia dan Malaysia mengakibatkan terjadinya perbedaan pengungkapan tanggung jawab sosial sebuah perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu, Pangestika (2016) mengungkapkan bahwa terdapat

perbedaan komitmen dalam item pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan di Indonesia dan di Malaysia, di Indonesia perusahaan lebih berkomitmen dalam masyarakat, kemudian di Malaysia lebih berkomitmen terhadap para debitur.

Budaya yang terdapat di Indonesia akan mengakibatkan bagaimana pengungkapan tanggung jawab sosialnya, begitu juga dengan Malaysia. Indonesia yang masih dikategorikan sebagai negara berkembang juga mempengaruhi bagaimana tanggung jawab perusahaan di Indonesia. Malaysia sendiri tergolong negara yang berkembang namun budaya dan kehidupan yang sudah modern. Aturan yang mengatur tentang bagaimana seharusnya perusahaan bertanggung jawab atas apa yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan di Indonesia dan Malaysia juga berbeda.

Perbedaan pengungkapan *corporate social responsibility* antara Indonesia dan Malaysia ini bisa disebabkan adanya perbedaan peraturan antara pemerintah Indonesia dan pemerintah Malaysia. Konsep pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia diatur dalam Undang – Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Di negara Malaysia pasca-krisis tahun 1998, Malaysia membentuk *Finance Committee on Corporate Governance* (FCCG) untuk menangani masalah yang berkaitan dengan transparansi perusahaan, akuntabilitas, dan pengungkapan *corporate social responsibility*.

7. Terdapat perbedaan pengaruh profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, kepemilikan manajerial, ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia dan Malaysia

Hasil pengujian hipotesis ke tujuh (H₇) menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pengaruh profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, kepemilikan manajerial, ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia dan Malaysia. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis (H₇) diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu, Dasra (2012) bahwa faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia belum tentu mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* di Malaysia dan begitu sebaliknya. Perbedaan pengaruh variabel yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* diakibatkan karena faktor – faktor eksternal seperti para pekerja yang berkerja di perusahaannya, perbedaan pemilik perusahaan dan aturan yang berlaku di Indonesia dan Malaysia.

Seperti contoh bahwa perusahaan STTP (PT Siantar Top Tbk.) di Indonesia memiliki ROA sebesar 9,560 dengan pengungkapan *corporate social responsibility* sebesar 0,176, sedangkan perusahaan manufaktur Malaysia MUDA (Muda Holdings Berhad) memiliki ROA sebesar 0,010 dengan pengungkapan *corporate social responsibility* 0,143, hal ini peneliti ambil dari perusahaan yang pengungkapan tanggungjawab sosial

yang paling rendah menunjukkan bahwa STTP memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi sedangkan hanya mengungkapkan *corporate social responsibility* hanya sebesar 0,176, sedangkan perusahaan MUDA di Malaysia dengan tingkat profitabilitas yang rendah mengungkapkan pengungkapan tanggungjawab sosial yang hampir sama. Ini mengindikasikan bahwa variabel yang berpengaruh di Indonesia tidak selalu mempunyai pengaruh yang sama di negara lain dalam penelitian ini adalah negara Malaysia.

8. Terdapat perbedaan pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan di Indonesia dan Malaysia

Hasil pengujian hipotesis ke delapan (H₈) menunjukkan bahwa terdapat perbedaan tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia dan Malaysia. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis (H₈) diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak banyak perusahaan yang menjadikan aspek lingkungan hidup sebagai suatu hal yang harus untuk diprioritaskan. Kemudian, karena *corporate social responsibility* dalam perusahaan tidak menjadi titik berat perusahaan dalam fokus berjalannya perusahaan. Justru banyak yang lebih mengutamakan dalam hal pengembangan dalam hal kualitas tenaga kerja dan pengembangan produk dari sebuah perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian, Cecilia *et al.*, (2015) yang menyatakan bahwa nilai perusahaan di Indonesia dan di Malaysia berbeda pandangan, di Indonesia perusahaan yang baik mungkin

dikarenakan laba atau hal yang lain, begitu juga di Malaysia baik tidak perusahaan mungkin dikarenakan oleh faktor lain seperti total aset yang dimiliki, sehingga pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan juga berbeda.

Dalam penelitian ini hasil yang didapat adalah terdapat perbedaan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai sebuah perusahaan di Indonesia dan Malaysia. Hal ini menunjukkan bahwa hal – hal yang mempengaruhi sebuah nilai suatu perusahaan di negara yang berbeda akan berbeda juga. Dalam penelitian ini pengaruh dari *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan berbeda pengaruhnya di Indonesia dan Malaysia, yang disebabkan oleh banyak faktor antara lain investor dari perusahaan yang berada di Indonesia dan Malaysia memiliki perbedaan kewarganegaraan, memiliki perbedaan latar belakang dan pandangan yang berbeda - beda.