

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil pemilihan sampel pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2013-2014 diperoleh jumlah sampel sebanyak 22 perusahaan, Proses pemilihan sampel dalam penelitian disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.1.

Proses Pemilihan Sampel

Keterangan	2013	2014
Perbankan yang terdaftar di Bursa efek Indonesia tahun 2013-2014	31	31
Perbankan yang tidak mempublikasikan laporan keuangan tahun 2013-2014	(2)	(2)
Perbankan tidak menggunakan mata uang Rupiah sebagai mata uang pelaporan, agar kriteria pengukuran sama	(2)	(2)
Perbankan tidak memperoleh laba	(5)	(5)
Perusahaan terpilih sebagai sampel	22	22
Tahun pengamatan	2	
Jumlah observasi total periode penelitian (22 x 2)	44	

A. Analisis Deskriptif

Statistik deskripsi variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.2.

Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
CSRDI	44	0,253	0,291	0,271	0,015
SIZE	44	14,012	20,567	17,547	1,650
ROA	44	0,002	0,031	0,014	0,008
LEV	44	3,209	13,245	8,078	2,389
UP	44	15	87	39,950	17,469
Q	44	0,903	2,858	1,111	0,301

Sumber: Hasil olah data.

Tabel 4.2 menunjukkan pengungkapan *coprorate social responsibility* perusahaan (CSRDI) memiliki rata-rata sebesar 0,271 dengan standar deviasi 0,015. Ukuran perusahaan (SIZE) memiliki rata-rata sebesar 17,547 dengan standar deviasi 1,650. Profitabilitas (ROA) memiliki rata-rata sebesar 0,014 dengan tandar deviasi 0,008. *Leverage* (LEV) memiliki rata-rata sebesar 8,078 dengan standar deviasi 2,389. Umur perusahaan (UP) memiliki rata-rata sebesar 39,950 dengan standar deviasi 17,469. Nilai perusahaan (Q) memiliki rata-rata sebesar 1,111 dengan standar deviasi 0,301.

B. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini dimaksudkan agar model regresi yang diperoleh menghasilkan estimator linier tidak bias yang terbaik (*best linier unbiased estimator/blue*).

1. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas menggunakan metode uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov (KS)* disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.3.

Hasil Uji Normalitas

	Z	Asymp-sig	Keterangan
<i>One Sample KS</i>	0,710	0,694	Data berdistribusi normal

Sumber: Hasil olah data.

Nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yang diperoleh pada tabel 4.3 sebesar $0,694 > 0,05$, berarti data berdistribusi normal.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara residual (kesalahan pengganggu) pada periode t dengan residual pada periode $t-1$ (sebelumnya). Hasil uji autokorelasi dengan menggunakan Durbin Watson statistics disajikan pada tabel 4.4 berikut.

Tabel 4.4.

Hasil Uji Autokorelasi

	DW-test	dU	4-dU	Keterangan
Durbin-Watson	1,839	1,780	2,220	Tidak terdapat masalah autokorelasi

Sumber: Hasil analisis data

Hasil pengujian pada Tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai DW-test sebesar 1,839 berada pada daerah $dU < DW \text{ test} < 4-dU$, artinya tidak ada autokorelasi negatif maupun positif.

3. Uji Multikolinearitas

Ringkasan hasil uji multikolinearitas menggunakan metode *variance inflation factor* (VIF) disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.5.

Ringkasan Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel bebas	Collinearity Statistics		Kesimpulan
	Tolerance	VIF	
SIZE	0,619	1,616	Non multikolinearitas
ROA	0,636	1,571	Non multikolinearitas
LEV	0,827	1,210	Non multikolinearitas
UP	0,849	1,178	Non multikolinearitas
Q	0,841	1,189	Non multikolinearitas

Sumber: Hasil olah data.

Tabel 4.5 memperlihatkan tidak ada satupun variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,1. Nilai *variance inflation factor* (VIF) pada masing-masing variabel bebas tidak ada yang lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan model regresi tidak terjadi multikolinearitas.

4. Uji Heteroskedastisitas

Ringkasan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.6.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel terikat	Variabel bebas	Sig.t	Keterangan
abse	SIZE	0,052	Non heteroskedastisitas
	ROA	0,843	Non heteroskedastisitas
	LEV	0,969	Non heteroskedastisitas
	UP	0,473	Non heteroskedastisitas
	Q	0,793	Non heteroskedastisitas

Sumber: Hasil olah data.

Tabel 4.6 menunjukkan tidak ada satupun variabel bebas yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel terikat nilai absolut dari residual (abse). Hal ini terlihat dari nilai sig. $t > 0,05$. Jadi dapat disimpulkan model regresi tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

C. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan *moderat regression analysis* (MRA) untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan (SIZE), profitabilitas (ROA), *leverage* (LEV), umur perusahaan (UP) dan moderasi antara kinerja perusahaan dengan nilai perusahaan (ROA*Q) terhadap pengungkapan *coprorate social responsibility* perusahaan (CSRDI).

Ringkasan hasil pengujian *moderat regression analysis* dengan disajikan pada tabel 4.6.

TABEL 4.7.
Ringkasan Hasil Uji MRA

Variabel	Unstandardized Coefficient B	Sig	Keterangan
Konstanta	0,2103	0,000	
SIZE	0,0037	0,006	Signifikan
ROA	-2,2466		
LEV	-0,0009	0,084	Tidak signifikan
UP	0,0003	0,264	Tidak signifikan
Q	-0,0073		
ROA*Q	2,0543	0,011	Signifikan
		0,417	Tidak signifikan
		0,048	Signifikan
Adj R-sq	0,492		
F-stat	7,939		
Sig	0,000		

Sumber: Hasil olah data.

Hasil uji regresi pada tabel 4.7 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{CSRDI} = 0,2103 + 0,0037 \text{ SIZE} - 2,2466 \text{ ROA} - 0,0009 \text{ LEV} + 0,0003 \text{ UP} \\ - 0,0073 \text{ Q} + 2,0543 \text{ ROA} * \text{Q} + e$$

1. Uji signifikansi parameter individual (Uji statistik t)

a. Pengujian Hipotesis Pertama (H₁)

Variabel ukuran perusahaan (SIZE) memiliki koefisien regresi sebesar 0,0037 dengan *p-value* (sig) sebesar $0,006 < \alpha (0,05)$, berarti ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *coprorate social responsibility* perusahaan. Hipotesis pertama (H₁) diterima.

b. Pengujian Hipotesis Kedua (H₂)

Variabel profitabilitas (ROA) memiliki koefisien regresi sebesar -2,2466 dengan *p-value* (sig) sebesar $0,084 > \alpha (0,05)$, berarti profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *coprorate social responsibility* perusahaan. Hipotesis kedua (H₂) ditolak.

c. Pengujian Hipotesis Ketiga (H₃)

Variabel *leverage* (LEV) memiliki koefisien regresi sebesar -0,0009 dengan *p-value* (sig) sebesar $0,264 > \alpha (0,05)$, berarti *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *coprorate social responsibility* perusahaan. Hipotesis ketiga (H₃) ditolak.

d. Pengujian Hipotesis Keempat (H_4)

Variabel umur perusahaan (UP) memiliki koefisien regresi sebesar 0,0003 dengan *p-value* (sig) sebesar $0,0011 < \alpha (0,05)$, berarti umur perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *coprorate social responsibility* perusahaan. Hipotesis keempat (H_4) diterima.

e. Pengujian Hipotesis Kelima (H_5)

Variabel moderat ($ROA*Q$) memiliki koefisien regresi sebesar 2,0543 dengan *p-value* (sig) sebesar $0,048 < \alpha (0,05)$, berarti nilai perusahaan berpengaruh positif sebagai variabel pemoderasi yang memperkuat hubungan antara kinerja perusahaan terhadap *corporate social responsibility*. Hipotesis kelima (H_5) diterima.

2. Uji signifikansi nilai F (F-test)

Hasil perhitungan pada Tabel 4.7 diperoleh nilai sig. F (*p-value*) sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$ yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan variabel-variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* umur perusahaan, nilai perusahaan dan moderasi antara kinerja perusahaan dengan nilai perusahaan secara simultan terhadap *corporate social responsibility*.

3. Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Nilai *adjusted R square* sebesar 0,492 menunjukkan bahwa 49,2% variasi *corporate social responsibility* perusahaan dapat dijelaskan oleh

variabel-variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* umur perusahaan, nilai perusahaan dan moderasi antara kinerja perusahaan dengan nilai perusahaan, sedang sisanya sebesar 50,8% dijelaskan variabel lain di luar model penelitian ini.

D. Pembahasan

H₁ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan aset

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan. Perusahaan besar memiliki sistem informasi pelaporan yang lebih baik dan memiliki sumber daya untuk menghasilkan lebih banyak informasi dibandingkan perusahaan kecil.

Disamping itu perusahaan besar dari segi biaya dalam menghasilkan informasi tersebut lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan kecil yang memiliki keterbatasan dalam sistem informasi pelaporan, perusahaan besar akan mengungkapkan lebih banyak informasi tentang *corporate social responsibility* juga akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gunawan (2000), Devina, dkk. (2004), Sulastini (2007), Sembiring (2005), dan Cahya (2010) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap CSR.

H₂ : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*

Pengujian hipotesis kedua menunjukkan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan. Perusahaan yang mempunyai profitabilitas yang tinggi belum tentu lebih banyak melakukan aktivitas social karena perusahaan lebih berorientasi pada laba semata. Hal ini juga disinyalir oleh Donovan (2000) yang menyatakan bahwa pada saat perusahaan memperoleh laba yang tinggi perusahaan merasa tidak perlu untuk mengungkapkan pengungkapan social karena perusahaan sudah memperoleh kesuksesan finansial.

Sedangkan pada saat perusahaan memperoleh laba yang rendah, maka terdapat persepsi bahwa pengguna laporan senang untuk membaca berita baik (*good news*) tentang kinerja perusahaan dalam bidang social seperti kinerja lingkungan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Veronica (2009), Rahma Yuliani (2003), Sari (2012) yang menunjukkan adanya pengaruh positif antara profitabilitas terhadap pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

Hasil ini juga tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Anastasia Indah Ayu Purnama, dkk. (2014) yang menunjukkan terdapat pengaruh yang negatif dan signifikan antara profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

H₃ : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap *Corporate Social Responsibility*

Pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *coprorate social responsibility*. Menurut Maria Ulfa (2009) untuk melakukan *Corporate Social Responsibility* tidak tergantung pada tingkat *leverage* namun tergantung pada tingkat kepekaan perusahaan terhadap kepedulian sosial dan tanggung jawabnya terhadap lingkungan. Lebih lanjut dinyatakan bahwa meskipun jumlah utang perusahaan besar namun jika perusahaan memiliki kepedulian dan tanggung jawab yang besar terhadap lingkungan sosialnya maka perusahaan tersebut akan tetap melakukan *Corporate Social Responsibility*.

(Kokobu et.al dalam Sembiring 2005) menyatakan dalam penelitiannya di Jepang, perusahaan Jepang secara tradisional mempunyai hubungan yang baik dengan bank, walaupun mempunyai suatu derajat ketergantungan yang tinggi pada utang. Hubungan yang baik antara perusahaan yang memiliki utang dengan *debtholders* diperkirakan menjadi penyebab tidak adanya pengaruh *leverage* terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Hasil penelitian ini sejalan dengan Sari (2102) penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005), Anggraini (2006), Arief dan Kurnia (2008) yang menunjukkan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

H₄ : Umur perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*

Pengujian hipotesis keempat menunjukkan umur perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *coprorate social responsibility*. Perusahaan yang berumur lebih tua memiliki pengalaman yang lebih banyak dalam mempublikasikan laporan keuangan. Oleh karena itu umur perusahaan yang semakin banyak akan semakin luas pula dalam pengungkapan informasi dalam laporan keuangan tahunan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Sembiring (2003), Marwata (2001), dan Nofandrilla (2008) yang tidak menemukan pengaruh yang signifikan umur perusahaan terhadap pengungkapan *coprorate social responsibility*.

H₅ : Nilai perusahaan memperkuat hubungan positif antara kinerja perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*

Pengujian hipotesis kelima menunjukkan nilai perusahaan berpengaruh positif sebagai variabel pemoderasi yang memperkuat hubungan antara kinerja perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Perusahaan yang memiliki kinerja yang baik dan berupaya untuk memaksimalkan nilai perusahaan akan berusaha untuk mengungkapkan lebih banyak informasi sosial. Hasil penelitian ini sejalan dengan Rustiarini (2010) yang menyatakan bahwa perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan.

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya dengan ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
2. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
3. *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan.
4. Umur perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
5. Nilai perusahaan berpengaruh positif sebagai variabel pemoderasi yang memperkuat hubungan antara kinerja perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

B. Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Terdapatnya unsur subyektifitas dalam menentukan indeks pengungkapan, dimana tidak adanya suatu ketentuan baku dalam penentuan standar,

sehingga nilai pengungkapan yang diperoleh dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya.

2. Instrumen luas ungkapan yang hanya dinilai 0 dan 1, tidak memberikan kerincian informasi atas kualitas ungkapan yang disajikan masing-masing perusahaan.
3. Periode pengamatan hanya dua tahun sehingga memungkinkan praktik pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan yang diamati kurang menggambarkan kondisi yang sebenarnya.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian di atas peneliti dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Penelitian berikutnya perlu mempertimbangkan perbaikan dalam penilaian luas ungkapan *indeks* pengungkapan *coprorate social responsibility* perusahaan dengan memberi bobot pada tingkat kerincian suatu item informasi yang diungkapkan, sehingga indeks ungkapan menjadi lebih akurat.
2. Jumlah data observasi hendaknya lebih diperbanyak dengan periode pengamatan yang lebih panjang, sehingga kesimpulan yang diperoleh dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya.