

**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN FOOD & BEVERAGE
YANG LISTING DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)
PERIODE 2009-2013**

Nuraeni, Antin Rakhmawati

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Karakteristik Perusahaan yang diprosikan dengan pertumbuhan perusahaan, *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* yang diukur dengan item 79 CSR pada Perusahaan *Food And Beverage* yang listing di BEI periode 2010-2013.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* dan sampel yang digunakan adalah 9 Perusahaan *Food And Beverage* yang listing di BEI periode 2009 - 2013 yang sudah dipublikasikan laporan keuangannya periode 2009-2013. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik dan regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Growth* dan *Size* berpengaruh positif signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* Sedangkan variabel profitabilitas dan *Leverage* berpengaruh negative tidak signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Kata Kunci : *Karakteristik Perusahaan, Growth, Leverage, Profitabilitas, Size, Corporate Social Responsibility*

PENDAHULUAN

Seiring dengan maju dan berkembangnya bisnis dalam bidang perindustrian, salah satu hal yang wajib untuk dilaksanakan perusahaan adalah tanggung jawab sosial perusahaan yang disebut CSR (*Corporate Social Responsibility*). Karena pada dasarnya CSR adalah sebuah kebutuhan bagi korporat untuk berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai bentuk masyarakat secara keseluruhan guna mendapatkan keuntungan sosial dari hubungannya dengan komunitas lokal, sebuah keuntungan kepercayaan (*trust*). Sehingga untuk melaksanakannya diperlukan suatu budaya yang didasari oleh etika yang adaptif. Bambang Rudianto & Melia Famola (2013 : 01).

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan juga merupakan pengambilan keputusan yang dikaitkan dengan nilai-nilai etika, memenuhi kaidah-kaidah dan keputusan hukum dan menghargai manusia, masyarakat dan lingkungan. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa perusahaan perlu membangun nilai yang tidak hanya didasarkan pada penciptaan nilai secara ekonomi, namun harus memasukkan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat dan lingkungan Hadi (2011: 47). Semakin tinggi kegiatan pengungkapan tanggung jawab sosial suatu perusahaan akan membuat para *stakeholder* yakin (*trust*) bahwa perusahaan tersebut dalam tata kelola dan karakteristik perusahaan dengan keadaan yang baik.

Karakteristik perusahaan terutama

karakteristik keuangan dan operasinya merupakan dasar penting untuk pengambilan keputusan pendanaan. Karakteristik keuangan perusahaan biasanya dapat dilihat dalam 4 kategori yaitu karakteristik likuiditas, karakteristik leverage, karakteristik profitabilitas, dan karakteristik aktivitas, sedangkan metode yang digunakan untuk mengombinasikan kategori-kategori tersebut adalah analisis rasio keuangan.

Pertumbuhan perusahaan yang cepat akan membutuhkan semakin besar dana untuk ekspansi. Semakin besar kebutuhan untuk pembiayaan mendatang maka semakin besar keinginan perusahaan untuk menahan laba. Jadi perusahaan yang sedang tumbuh sebaiknya tidak membagikan laba sebagai deviden tetapi lebih baik digunakan untuk ekspansi. Potensi pertumbuhan ini dapat diukur dari besarnya biaya penelitian dan pengembangan. Adapun faktor ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan dalam hampir setiap studi dan untuk sejumlah alasan berbeda. Ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal, ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar menawar (*bargaining power*) dalam kontrak keuangan. Menurut Warner (1977) dan Kim (1978) dalam Agnes Sawir (2005: 102-103) ukuran perusahaan dapat ditentukan berdasarkan laba, aktiva, tenaga kerja yang semuanya berkorelasi tinggi. Ukuran perusahaan mempengaruhi leverage jika biaya kebangkrutan merupakan fungsi menurun dari ukuran perusahaan. Jumlah pengungkapan sosial suatu perusahaan

didasari oleh besar kecilnya suatu ukuran perusahaan.

Sri Utami (2009) menyatakan, bahwasanya leverage memungkinkan perusahaan melakukan pelanggaran terhadap kontrak hutang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa yang akan datang sehingga hal ini dapat mendorong perusahaan untuk mengelola dan melaporkan laba dan melakukan tanggungjawab sosial.

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel dalam mempertanggung jawabkan atas perusahaannya kepada para pemegang saham. Perusahaan yang berukuran lebih besar memiliki public demand yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar sehingga dengan perusahaan mengungkapkan informasi yang lebih luas akan mengurangi biaya keagenan. Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang pengaruh Karakteristik perusahaan terhadap corporate social responsibility disclosure pada perusahaan Food & Beverages yang listing di bursa efek Indonesia periode 2009-2013.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Latief (2010:48) mengatakan bahwa CSR adalah soal peningkatan kecakapan (*capacity building*) bagi kehidupan berkelanjutan. Hal ini berarti *corporate social Responsibility* sebagai komitmen bisnis yang berkelanjutan

untuk bertindak secara etis dan memberikan sumbangsih pada perkembangan ekonomi sembari meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarga mereka dan juga masyarakat setempat secara luas. Sedangkan *Corporate social responsibility disclosure* merupakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang bertujuan untuk menyampaikan tanggung jawab social perusahaan yang dilakukan pada suatu periode tertentu. Penerapan tanggung jawab social perusahaan dapat di ungkapkan dalam media laporan tahunan (*annual report*) yang berisi tentang laporan tanggung jawab perusahaan selama periode waktu satu tahun berjalan.

B. Pertumbuhan perusahaan *Growth*

Pertumbuhan suatu perusahaan sangat terikat dengan kelangsungan bisnis serta profitabilitasnya. Dalam konteks ini, arti pertumbuhan harus didefinisikan secara luas. Meskipun penelitian pasar atas dampak produk (*product impact market studies -- PIMS*) telah menunjukkan bahwa pertumbuhan dalam pangsa pasar berkorelasi dengan profitabilitas, terdapat bentuk bentuk pertumbuhan penting lainnya. Pertumbuhan dalam jumlah pasar yang dilayani, dalam keragaman produk yang ditawarkan, dan dalam teknologi yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa sering kali mengarah pada peningkatan kemampuan kompetitif suatu perusahaan. Pertumbuhan berarti perubahan, dan perubahan yang proaktif adalah penting dalam lingkungan bisnis yang dinamis. (Pearce / Robinson 2008 : 35)

C. *Leverage*

Menurut Sugiono (2008:91) rasio leverage

disebut juga dengan (pembelanjaan dengan hutang dan pelunasannya). Rasio leverage digunakan untuk mengukur sejauh mana pembelanjaan dilakukan dengan hutang dibandingkan dengan modal, dan kemampuan untuk membayar bunga serta beban tetap lain. (Hanafi, 2004:332) mengemukakan bahwasanya leverage merupakan pengukuran menggunakan Debt to Equity Ratio. Sedangkan menurut J.Trump dan T.Kiyosaki (2007:130) leverage adalah kemampuan untuk melakukan lebih banyak hal dengan sumber daya yang lebih sedikit. Atau dengan kata lain salah satu bentuk leverage adalah menggunakan UOL (Uang Orang Lain), (T.Kiyosaki & L.Lechter 2005:64)

D. *Profitabilitas*

Rasio profitabilitas, yaitu rasio untuk mengukur kinerja perusahaan secara keseluruhan dan efisiensi dalam pengelolaan aktiva, kewajiban, dan kekayaan. Terdiri atas gross profit margin, operating profit margin, net profit margin cash flow margin, ROA, ROE, dan cash return on assets. (Sugiono 2008:112). Sedangkan menurut Garret Sutton, ROA juga menceritakan seberapa baik penggunaan aset yang diinvestasikan dan bisa didapatkan dengan membagi pendapatan bersih dengan total asset.

E. *Ukuran perusahaan (Size)*

Ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan dalam hampir setiap studi dan untuk sejumlah alasan berbeda. (Agnes sawir, 2004). yang mana ukuran perusahaan memiliki fungsi yakni sebagai berikut:

1. Sebagai ukuran perusahaan dapat

menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal.

2. Sebagai ukuran perusahaan untuk menentukan tawar-menawar (*Bargaining Power*) dalam kontrak keuangan. Kemungkinan pengaruh skala dalam biaya dan *return* membuat perusahaan yang lebih besar dapat memperoleh lebih banyak laba.

F. Hubungan Pertumbuhan Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility*

Pertumbuhan perusahaan dari tahun ke tahun menunjukkan perkembangan investasi perusahaan. Dengan adanya pertumbuhan perusahaan yang baik maka akan semakin baik pula karakteristik perusahaan yang akan memberi pengaruh terhadap adanya peningkatan dari pengungkapan tanggung jawab sosial/ *Corporate Social Responsibility* perusahaan. Dari penelitian tersebut maka hipotesis dari penelitian ini adalah :

H1 : Pertumbuhan perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial

G. Hubungan *Leverage* dengan *Corporate Social Responsibility*

Leverage berfungsi untuk mengukur dua hal: proporsi utang dalam struktur modal dan kemampuan perusahaan untuk membayar utang Handono Mardiyanto (2009: 268). Dengan adanya stabilisasi dari *leverage* atau rasio utang perusahaan yang baik maka akan semakin baik pula karakteristik perusahaan yang diharapkan berpengaruh positif terhadap peningkatan dari pengungkapan tanggung jawab sosial/ *Corporate Social Responsibility*

perusahaan. Dari penelitian tersebut maka hipotesis dari penelitian ini adalah :

H2 : *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial

H. Hubungan Profitabilitas dengan *Corporate Social Responsibility*

Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam membayar kewajibannya Harmaizar Z (2006: 120). Dengan adanya peningkatan dan maksimalisasi dari profitabilitas perusahaan maka akan semakin baik pula karakteristik perusahaan yang juga berpengaruh terhadap peningkatan dari pengungkapan tanggung jawab kepada masyarakat / *Corporate Social Responsibility* perusahaan. Dari penelitian tersebut maka hipotesis dari penelitian ini adalah :

H3 : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial

I. Hubungan Ukuran Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility*

Ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar-menawar (*Bargaining Power*) dalam kontrak keuangan Agnes Sawir (2004: 102). Dengan semakin meningkat dan maksimalnya dari ukuran perusahaan maka akan semakin baik pula karakteristik perusahaan yang juga berpengaruh terhadap peningkatan dari pengungkapan tanggung jawab kepada masyarakat/ *Corporate Social Responsibility* perusahaan. Dari penelitian tersebut maka hipotesis dari penelitian ini adalah :

H4 : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan

$$CRSDI = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

METODOLOGI PENELITIAN

A. Populasi dan Sampel

Penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif dengan masalah hubungan 2 variabel lebih yang berupa hubungan sebab akibat. Variable independen yang digunakan dalam penelitian adalah karakteristik perusahaan yang diproksikan dengan pertumbuhan perusahaan (*growth*), *leverage*, *profitabilitas* dan ukuran perusahaan (*size*). Sedangkan variable dependen adalah pengungkapan *corporate social responsibility disclosure* atau pengungkapan tanggung jawab sosial atas suatu perusahaan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 19 perusahaan *food and beverages* yang telah go publik dalam angka tahun 2009-2013. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling purposive* atau pengambilan sampel secara proporsional atau tidak acak, karena sumber datanya dilakukan atas pertimbangan tertentu yang di sesuaikan dengan tujuan dan masalah penelitian.

B. Definisi Operasional Variabel

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility disclosure* atau pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, yang diukur dengan menggunakan indikator *Global Reporting Initiative (GRI)*, dengan jumlah 79 pengungkapan antara lain: *economic, environment, human rights, labor practices, product responsibility dan society*. CSRD diukur dengan menggunakan rasio yang diperoleh melalui rumus:

Keterangan :

CRSDI : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* Perusahaan j

Nj : Jumlah item untuk perusahaan j, $N_j \leq 79$

$\sum X_{ij}$: Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan j untuk tahun i

Sedangkan Variabel independen dalam penelitian ini adalah karakteristik perusahaan yang diproksikan dengan *growth*, *leverage*, profitabilitas, dan *Ln size* sebagai berikut:

a. Growth

Rasio pertumbuhan perusahaan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam persaingan dengan perusahaan lain pada bidang industri yang sama, rasio ini juga mengukur pertumbuhan perusahaan dari tahun ke- tahun dalam dua indikator yaitu pertumbuhan asset, dan pertumbuhan penjualan, rumus dari rasio pertumbuhan adalah sebagai berikut:

$$Growth = \frac{\text{Penjualan} - \text{Penjualan } t-1}{\text{Penjualan } t-1}$$

b. Leverage

Rasio *Leverage* bisa diartikan sebagai beban tetap keuangan yang digunakan oleh perusahaan Hanafi (2004: 332). Perusahaan yang tidak memiliki *leverage* berarti pendanaan investasi dan aktiva berasal dari modal sendiri. Semakin tinggi rasio leverage

ini, menunjukkan bahwa semakin besar pula investasi yang didanai dari pinjaman. Variabel ini dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Debt To Equity Ratio} = \frac{\text{Total equity}}{\text{Total liabilities}}$$

c. Profitabilitas

Rasio profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan *return on asset* (ROA), sedangkan pengertian dari (ROA) disebut sebagai rentabilitas ekonomis merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan semua aktiva yang dimiliki perusahaan Sutrisno (2009:222). Rumus dari *Return On Asset* adalah sebagai berikut :

d. Ukuran perusahaan (*size*)

Ukuran perusahaan (*size*) dalam penelitian ini di proksikan dengan *log* natural yakni total aktiva, karena perusahaan besar cenderung memiliki sumber permodalan yang lebih terdiversifikasi sehingga total aktiva atau aset lebih terdistribusi dengan normal. Rumus yang digunakan untuk mengukur *size* adalah sebagai berikut :

$$\text{Ln size} = \text{Ln (total Aktiva)}$$

C. Uji Asumsi Klasik

Penelitian yang menggunakan model analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis harus memenuhi asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang umumnya disertakan dalam menilai kehandalan model atau digunakan sebagai uji persyaratan suatu analisis Asep Saepul Hamdi (2014:110). Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji model regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal. Dasar pengambilan keputusan uji statistik dengan normal probability plot serta kolmogorov-smirnov adalah: Ghozali (2009 : 105):

- Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* kurang dari 0,05, maka H0 ditolak. Hal ini berarti data residual terdistribusi tidak normal.
- Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih dari 0,05, maka H0 diterima. Hal ini berarti data residual terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas, dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawannya *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan

pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu $t-1$ (sebelumnya). Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi antara variabel bebas. dasar pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dengan menggunakan tabel Durbin Watson Ghozali (2009:69)

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain atau disebut dengan heterokedastisitas. Jika nilai α^2 bersifat konstan dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya, maka hal ini disebut homoskedastis. Sedangkan jika nilai berbeda dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya maka disebut heteroskedastisitas Nawawi (2010: 147)

Teknik Analisis Data

A. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur pengaruh atau hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Model persamaan analisis regresi berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$CSR = a + b_1 \text{Growth} + b_2 \text{Leverage} + b_3 \text{Profitabilitas} + b_4 \text{Size} + e$$

B. Uji (R^2)

Nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen, nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen.

C. Uji Signifikan Parameter individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individu dalam menerangkan variasi variabel terikat. Uji t dilakukan dengan membandingkan Sig t dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Apabila Sig t < 0,05 maka H_0 ditolak, bila Sig t > 0,05 maka H_0 diterima, hal ini menunjukkan tidak adanya hubungan yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen Ghozali (2006: 84).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan model regresi berganda yang mana untuk

menguji hipotesa harus memenuhi asumsi klasik. Adapun uji asumsi klasik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

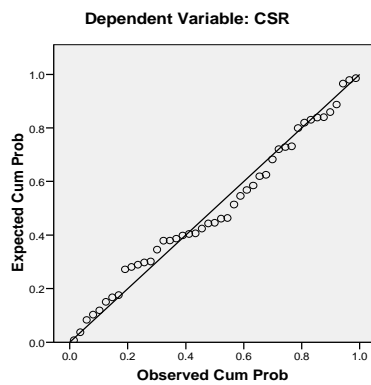
1. Uji Normalitas data

Uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah dalam distribusi variable, baik variable terikat maupun variabel bebas ditemukan data yang tidak terdistribusi normal, karena model regresi yang baik adalah yang berdistribusi normal.

Gambar 4.2

Hasil uji normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Dari gambar 4.2 diatas normal p-p plot dapat diketahui bahwasanya taraf signifikansi berdasarkan titik-titik yang mengikuti arah suatu garis maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi ini bertujuan untuk mengetahui ada tau tidaknya korelasi antara variable pengganggu pada periode tertentu dengan variabel pengganggu periode sebelumnya. Uji autokorelasi dilakukan dengan menghitung nilai Durbin-Watson statistic berdasarkan dengan kriteria Durbin-Watson.

Tabel 4.7

Tabel Hasil Uji Autokolerasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.576 (a)	.332	.265	.085	2,003

- a Predictors: (Constant), Lnszize, ROA, lev, GROWTH
- b Dependent Variable: CSR

Hasil analisis table menunjukkan nilai DW hitung sebesar 2,003 maka dinyatakan terbebas dari masalah autokorelasi dengan ketentuan $-2 < DW < 2$ untuk model regresi dengan variable dependen tanggung jawab social

(CSR). Dengan demikian, untuk model regresi ini tidak ada auto korelasi.

3. Uji Multikolonieritas

Tujuan dari adanya uji multikolonieritas adalah untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara variable bebas. Jika terjadi korelasi yang signifikan antara variable bebas maka terjadi problem multikolonieritas.

Tabel 4.8

Tabel Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error		Beta	B
1 (Constant)	-.174	.113			
GROWTH	.084	.035	.312	.982	1,018
Lev	.012	.025	.061	.994	1,006
ROA	-.057	.088	-.085	.985	1,015
Lnsize	.027	.008	.464	.996	1,004

Dari hasil tersebut, ditemukan bahwa nilai varian inflation factor (VIF) tidak lebih dari 10 dan tidak kurang dari 0.1 maka dapat dikatakan bahwa model regresi terbebas dari problem multikolonieritas.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji model regresi apabila terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Apabila varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan apabila varians tersebut berbeda maka disebut dengan Heteroskedastisitas.

Tabel 4.9

Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients(a)

Model	T	Sig.
	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1,539	,132
GROWTH	2,395	,021
Lev	,467	,643
ROA	-,652	,518
Lnsize	3,585	,001

a. Dependent Variable: CSR

Sumber : Data Diolah

B. Analisis Data

Setelah data memenuhi uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolonieritas, dan uji

heteroskedastisitas untuk mendapatkan nilai yang baik, selanjutnya melakukan analisis data dengan menggunakan regresi linier berganda, adapun analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Regresi Linear Berganda

Hasil dari analisa dengan menggunakan model regresi linier berganda yang telah memenuhi uji normalitas data, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas variabel independen (pertumbuhan perusahaan, profitabilitas perusahaan, leverage, dan ukuran perusahaan) terhadap variabel dependen (*Corporate Social Responsibility*), dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.10
Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta
	B	Std. Error	
1 (Constant)	-,174	,113	
GROWTH	,084	,035	,312
Lev	,012	,025	,061
ROA	-,057	,088	-,085
Lnsiz	,027	,008	,464

a Dependent Variable: CSR

Sumber: Data di olah

Berdasarkan hasil regresi yang ditunjukkan pada tabel 4.9 tersebut diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut

$$Y = -,174 + ,84GROWTH + ,012 LEV-,57ROA + ,027LnSIZE+e$$

2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen, seperti yang ada pada tabel Berikut:

Tabel 4.11

Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Model Summary(b)

a Predictors: (Constant), Lnsiz, ROA,

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,576 (a)	,332	,265	,085

lev, GROWTH

b Dependent Variable: CSR

Sumber : Data diolah

Dari tabel tersebut diatas, menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi R^2 sebesar 0,332 yang berarti 33,2% variabel CSR perusahaan dapat dijelaskan pola pergerakan variabel pertumbuhan perusahaan, leverage, ROA dan

Ukuran perusahaan. Koefisien korelasi (R) menunjukkan korelasi antara pengaruh pertumbuhan perusahaan, leverage, ROA dan Ukuran perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* adalah positif dengan nilai 57,6% menunjukkan pengaruh yang sedang (Sugiono,2010 :231).

4.5.3 Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji t dalam penelitian ini dapat diketahui bahwasanya variabel *Growth* dan *Lnsiz*e berpengaruh secara signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*, dengan nilai variabel *Growth* dan *Lnsiz*e <0,05 dalam tabel dibawah ini :

Tabel 4.12
Tabel Hasil Regresi Uji t (Parsial)
Coefficients(a)

Model		T	Sig.
		Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1,539	,132
	GROWTH	2,395	,021
	Leverage	,467	,643
	ROA	-,652	,518
	Lnsiz	3,585	,001

a Dependent Variable: CSR

Sumber : Data Diolah

Dari data tabel 4.12 diatas, dapat diketahui bahwasanya hasil uji t menunjukkan secara parsial variabel yang berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* yaitu variabel *Growth* yang secara statistik berpengaruh signifikan pada $\alpha=0,05$ yaitu sebesar 0,021, diketahui dari nilai signifikansinya <0,05 dan variabel *Lnsiz*e secara statistik berpengaruh secara signifikan pada $\alpha=0,05$ yaitu sebesar 0,001 yang juga diketahui dari nilai signifikansinya <0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dari *Growth* dan *Lnsiz*e berpengaruh terhadap *Corporate Social Perusahaan*.

Sedangkan variabel ROA tidak berpengaruh secara signifikan pada $\alpha=0,05$, dikarenakan dari hasil hipotesis ROA nilai signifikansinya >0,05 (0,643>0,05) penelitian ini sesuai dengan penelitian semiring (2003 dan 2005), Angraini (2006), Branco dan Rodriguez (2008) keempatnya menemukan hasil yang serupa bahwasanya profitabilitas tidak terbukti mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab social perusahaan. *Leverage* tidak berpengaruh secara signifikan pada $\alpha=0,05$, dikarenakan dari hasil hipotesis *leverage* nilai

signifikansinya $>0,05$ ($0,518 > 0,05$) hal ini sesuai dengan penelitian Maria Wijaya (2012) bahwasanya leverage tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial.

Kesimpulan dan saran

Penelitian ini menguji pengaruh karakteristik perusahaan yang diprosikan dengan pertumbuhan perusahaan (*Growth*), *Leverage*, Profitabilitas (*Return On Asset*) serta ukuran perusahaan (*Ln size*) terhadap *Corporate Social Responsibility* yang diukur dengan 79 item CSR. Dari empat hipotesis, dua hipotesis diterima dan dua hipotesis ditolak. Berikut adalah kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini :

1. Variabel Pertumbuhan perusahaan (*Growth*) dan Ukuran perusahaan (*Ln size*) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*.
2. Variabel *Leverage* memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. Variabel Profitabilitas (*Return On Asset*) memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Setelah mengkaji dari hasil penelitian yang ada, maka peneliti berharap dapat memberikan kontribusi yang membangun. Adapun saran yang dapat diberikan penulis adalah:

1. Disarankan untuk melakukan penelitian dengan menggunakan

periode penelitian yang lebih lama, sehingga diharapkan penelitian selanjutnya lebih mampu melakukan generalisasi pada hasil penelitian.

2. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menambahkan jumlah dari variabel independen atau menggantinya dengan jenis variabel independen lainnya, karena masih banyak faktor-faktor lain selain karakteristik perusahaan yang diprosikan dengan pertumbuhan perusahaan (*Growth*), *Leverage*, Profitabilitas (*Return On Asset*) serta ukuran perusahaan (*Ln size*) yang dapat mempengaruhi *Corporate Social Responsibility*.
3. Ketika rasio hutang suatu perusahaan mengalami penurunan yang diakibatkan oleh meningkatnya pertumbuhan perusahaan, bersamaan dengan profitabilitas rendah yang dikarenakan perusahaan dalam masa pertumbuhan menahan laba untuk menghindari hutang, disarankan agar perusahaan tetap mengungkapkan CSR dengan stabil, hal ini untuk menjaga kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan.
4. Perusahaan bertanggung jawab atas tinggi rendahnya semua aspek dari karakteristik perusahaan, oleh sebab itu sebaiknya suatu perusahaan tetap menjaga keseimbangan seluruh aspek karakteristik perusahaan yang dalam hal ini peneliti menggunakan proksi *Growth, Leverage, Profitability, Size*.

Daftar Pustaka

- Ahmad, Kamaruddin . *Akuntansi Manajemen; Dasar-dasar Konsep Biaya dan Pengambilan Keputusan* , Jakarta; Raja Grafindo, 2007
- Arief, Sugiono. *Manajemen Keuangan*. Jakarta: PT GramediaWidiasarana Indonesia, 2009
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang :Badan Penerbit Undip, 2009
- Hadi, Nur. *Corporate Social Responsibility edisi Pertama*. Yogyakarta :Graha Ilmu, 2011
- Hanafi, Mamduh. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta : BPFE, 2004
- Harmaizar Z, *Menggal Potensi Wirausaha*, Bekasi: CV Dian Anugerah Prakasa, 2006.
- Mardiyanto, Handono. *Intisari Manajemen Keuangan*, PT Grasindo : Jakarta, 2009
- Nawawi, H. *Perencanaan Sumber Daya Manusia : Untuk Bisnis yang Kompetitif*, Yogyakarta: Penerbit Gadjah Mada University Press, 2010
- Rudito, Bambang dan Familoa, mella: *CSR Corporate Social Responsibility*, Bandung: rekayasa sains, 2013
- Purwoto, Agus : *Panduan Laboratorium Statistik Inferensial* Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2007
- Saepul, Hamdi, Asep & Bahrudin: E. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*, Yogyakarta : CV Budi Utama, 2014
- Sawir, Agnes : *Kebijakan Pendanaan Dan Restrukturisasi Perusahaan*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005
- Soegoto, Eddy Soeryanto: *Marketing Research; The Smart Way To Solve A Problem*, Jakarta : PT. Alex Media Komputindo, 2008
- Sutrisno. *Manajemen Keuangan Teori, Konsep, dan Aplikasi*, Yogyakarta : EKONISIA, 2007
- Utami, Sri & Dwi, Sawitri, Prastiti. 2011. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Social Disclosure Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2006-2008*. Universitas Negeri Malang
- Wijaya, Maria. 2012 .*Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2008-2011*. Jurnal Ilmiah Vol. 1 No. 1