

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Statistik Deskriptif

Pada bagian ini akan dibahas mengenai statistik deskriptif, yaitu deskriptif kuantitatif pada penelitian ini. Semua *Consumer Goods Industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015 – 2019 dan yang telah memenuhi kriteria sampel adalah sebanyak 163 perusahaan

Tabel 4.1 Statistik Deskriptif

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	163	,17582	,18681	,1764308	,00251761
UKURAN_PERUSAHAAN	163	25,21009	31,26889	28,0451751	1,30638624
PROFITABILITAS	163	-2,87673	4,23828	,0852104	,45318524
LEVERAGE	163	-5,02296	3,33893	,8198487	,88651081
Valid N (listwise)	163				

Berdasarkan hasil tersebut diketahui variabel CSR memiliki nilai minimum sebesar 0.17582 (ADES, 2015) artinya paling sedikit diungkapkan perusahaan 17.582% dan nilai maksimum 0.18681 (TBLA, 2015) paling banyak 18.681% perusahaan melakukan pengungkapan CSR, serta mean atau nilai rata-rata 0.1764308 dan standar deviasi 0.00251761. Artinya sampel pada penelitian ini memiliki rata-rata pengungkapan CSR sebesar 17.64% dibandingkan dengan seluruh pengungkapan yang ada.

Nilai standar deviasi dibawah nilai rata-rata artinya datanya kurang bervariasi. Dilihat dari nilai rata-rata untuk CSR sebesar  $17.64\% < 50\%$  sehingga dikatakan pengungkapan CSR sampel pada penelitian ini termasuk kategori rendah sehingga perusahaan perlu meningkatkan CSR dimasa mendatang.

Untuk variabel ukuran perusahaan memiliki nilai minimum 25,21009 artinya ukuran perusahaan paling sedikit 25.21009 (MGNA, 2019), nilai maksimum 31,26889 (HMSP, 2015) ukuran perusahaan paling banyak 31.26889, nilai mean atau rata-rata 28,0451751 dan standar deviasi 1,30638624. Nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa pada sampel pada penelitian ini nilai logaritma natural dari total asset sebesar 28.0451751. Nilai standar deviasi dibawah nilai rata-rata artinya datanya kurang bervariasi. Pada variable ukuran perusahaan nilai rata-ratanya 28.0451751 dan termasuk dalam kategori sedang karena berada tepat diantara nilai minimum dan maksimumnya.

Untuk variabel profitabilitas memiliki nilai minimum -2,87673 (MGNA, 2019) dan nilai maksimum sebesar 4,23828 (IHKP, 2019). Hal ini dikarenakan pada PT Magna Investama Mandiri Tbk mencatat pendapatan lain-lain lebih tinggi daripada pendapatan usaha, nilai mean atau rata-rata 0.0852104 dan standar deviasi 0,45318524. Artinya perbandingan antara laba bersih dengan total asset sebesar 8.52104%. Nilai standar deviasi diatas nilai rata-rata artinya datanya bervariasi. Nilai rata-ratanya sebesar 8.521% dan  $< 20\%$  sehingga dapat dikatakan bahwa profit termasuk rendah.

Variabel leverage memiliki nilai minimum -5,02296 (RMBA, 2015) artinya perusahaan tidak mampu membiayai total aset menggunakan utang perusahaan sebanyak -5,023 , nilai maksimum 3,33893 (PSDN, 2019) artinya total aset terbesar yang dibiayai menggunakan utang perusahaan sebesar 3,338, nilai mean atau rata-rata 0,8198487 dan standar deviasi 0,88651081. Artinya perbandingan antara total hutang dengan total ekuitas perusahaan sampel sebesar 81.98487%. Nilai standar deviasi diatas nilai rata-rata

artinya datanya bervariasi. Nilai rata-rata variabel leverage sebesar 81.98487% >50% sehingga dikatakan hutang termasuk tinggi.

#### 4.2 Hasil Pengujian Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik pada penelitian ini menggunakan uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi dan uji heteroskedastisitas:

##### 4.2.1 Uji Normalitas

Bertujuan menguji dalam model regresi, apakah variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.

**Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas Awal**

**Tests of Normality**

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statisti		Sig.	Statisti		Sig.
	c	df		c	df	
Unstandardized Residual	,340	233	,000	,445	233	,000

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan pada tabel 4.2. hasil pengujian normalitas awal dapat dilihat dari nilai *Kolmogorof-Smirnov* sig. sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga dikatakan bahwa data yang berjumlah 233 pada penelitian ini tidak normal.

**Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas Akhir**

**Tests of Normality**

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statisti			Statisti		
	c	df	Sig.	c	df	Sig.
Unstandardized Residual	,289	163	,060	,532	163	,000

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan pada tabel 4.3 hasil pengujian untuk normalitas akhir dapat dilihat dari nilai *Kolmogorof-Smirnov* sig. sebesar  $0,060 > 0,05$  dapat dikatakan bahwa data yang berjumlah 163 pada penelitian ini normal.

**4.2.2 Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).

**Tabel 4.4. Hasil Pengujian Multikolinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	UKURAN_PERUSAHAAN	,989	1,011
	PROFITABILITAS	,993	1,007
	LEVERAGE	,993	1,007

a. Dependent Variable: CSR

Berdasarkan pada tabel di atas dapat diketahui bahwa ternyata hasil pengujian untuk multikolinearitas memiliki nilai Tolerance untuk masing-masing variable

independen  $> 0,1$  dan untuk nilai VIF  $< 10$  sehingga dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas pada penelitian ini.

### 4.2.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya).

**Tabel 4.5. Hasil Pengujian Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,311 <sup>a</sup>	,097	,080	,00241526	2,092

a. Predictors: (Constant), LEVERAGE, PROFITABILITAS, UKURAN\_PERUSAHAAN

b. Dependent Variable: CSR

Berdasarkan pada tabel di atas dapat diketahui bahwa ternyata hasil pengujian untuk autokorelasi sebesar 2,092 berada diantara 1,5 dan 2,5 artinya tidak terjadi autokorelasi pada penelitian ini.

### 4.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk merespon variabel  $x$  sebagai variabel independen dengan nilai *absolut unstandardized* residual regresi sebagai variabel dependent. Apabila hasil uji di atas level signifikan  $> 0,05$  berarti tidak terjadi heterokedastisitas dan sebaliknya apabila level dibawah signifikan  $< 0,05$  berarti terjadi heterokedastisitas.

**Tabel 4.6. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,063	,121		,519	,604
	UKURAN_PERUSAHAAN	-,002	,004	-,038	-,475	,635
	PROFITABILITAS	-,001	,012	-,004	-,051	,960
	LEVERAGE	,001	,006	,018	,229	,819

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Berdasarkan pada tabel 4.6. dapat diketahui bahwa ternyata hasil pengujian heteroskedastisitas untuk masing-masing variabel independen memiliki nilai signifikansi di atas 0,05 sehingga dengan demikian dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 4.3 Pengujian Hipotesis

Pada penelitian ini uji hipotesis menggunakan uji t dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.7. Hasil Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,162	,004		39,357	,000
UKURAN_PERUSAHAAN	,001	,000	,261	3,439	,001
PROFITABILITAS	,000	,000	-,031	-,414	,679
LEVERAGE	,001	,000	,191	2,524	,013

a. Dependent Variable: CSR

#### Hipotesis Pertama

Dari tabel 4.7 diketahui ternyata nilai signifikansi t untuk variabel Ukuran Perusahaan adalah sebesar  $0,001 < 0,05$  sehingga artinya hipotesis pertama pada penelitian ini diterima. Jadi terdapat pengaruh yang signifikan antara Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Jadi H1 diterima. Sehingga semakin besar total aktiva, penjualan, log-size, nilai pasar saham, dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut.

#### Hipotesis kedua

Dari tabel 4.7 diketahui ternyata nilai signifikansi t untuk profitabilitas adalah sebesar  $0,679 > 0,05$  sehingga artinya hipotesis kedua pada penelitian ini ditolak.

Jadi tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Jadi H2 ditolak. pengungkapan

*Corporate Social Responsibility* yang dilakukan bukan lah hal yang baru bagi perusahaan.

### Hipotesis ketiga

Dari tabel 4.7 diketahui ternyata nilai signifikansi t untuk *leverage* adalah sebesar  $0,013 < 0,05$  sehingga artinya hipotesis ketiga pada penelitian ini diterima. Jadi terdapat pengaruh yang signifikan antara *leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Jadi H3 diterima. Dapat dijelaskan bahwa perusahaan dengan tingkat *Leverage* tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat agar tidak diawasi secara ketat atau menghindari pengawasan khusus dari para pemegang hutang. Oleh karena itu perusahaan dengan *leverage* tinggi memiliki kewajiban mengungkapkan CSR dibanding dengan perusahaan yang *leverage* rendah.

#### 4.3.1 Pengujian Model Fit

Tabel 4.8. Hasil Uji Model Fit  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Square s	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,000	3	,000	5,674	,001 <sup>b</sup>
	Residual	,001	159	,000		
	Total	,001	162			

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), LEVERAGE, PROFITABILITAS, UKURAN\_PERUSAHAAN



Dari tabel hasil uji model fit, diketahui bahwa nilai sig.  $F = 0.000 < 0.05$  maka dapat dikatakan bahwa model fit jadi variabel independen dapat digunakan untuk memprediksi dependen.

#### 4.4 Pembahasan

##### 4.4.1. Pengaruh Ukuran Perusahaan (Size) terhadap Pengungkapan *Corporate*

##### *Social Responsibility*

Berdasarkan hasil analisis, diketahui nilai signifikansi t untuk variabel Ukuran Perusahaan adalah sebesar  $0,001 < 0,05$  sehingga artinya hipotesis pertama pada penelitian ini diterima. Jadi terdapat pengaruh yang signifikan antara Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Jadi H1 diterima.

Untuk mengetahui ukuran suatu perusahaan dapat dilihat dari nilai *equity*, nilai aktiva ataupun nilai penjualan (Riyanto, 2012) dalam (Limbong, 2019). Menurut (Limbong, 2019) Semakin besar penjualan, total aktiva, *log-size*, nilai pasar saham, dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan terbagi tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium-size*), dan perusahaan kecil (*small firm*).

Menurut (Putra, 2011) dalam (Kurnianingsih, 2013) *Size* perusahaan yang diukur dengan total *asset* akan ditransformasikan dalam *logaritma of natural* untuk menyamakan dengan variabel lain karena total aset perusahaan nilainya relatif besar dibandingkan variabel-variabel lain (*ln of total asset*).

*Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen berkelanjutan dari korporasi untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi secara etis dan berkesinambungan dengan menyeimbangkan pencapaian kinerja ekonomi dengan kinerja sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis perusahaan.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* berpijak pada *triple bottom lines* dimana berbicara mengenai keberlanjutan dalam usaha yang berorientasi pada *people*, *planet*, dan *profit*. Sehingga perusahaan tidak lagi hanya berorientasi hanya pada *profit*. *Corporate Social Responsibility* memiliki konsep yang dipakai secara Internasional sehingga *Corporate Social Responsibility* dapat diterapkan bagi perusahaan dimanapun dan dalam sektor apapun.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Limbong, 2019) yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di BEI” menunjukkan bahwa *Size* mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

#### **4.4.2. Pengaruh Profitabilitas Pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Berdasarkan pada hasil analisis diketahui ternyata nilai signifikansi t untuk profitabilitas adalah sebesar  $0,679 > 0,05$  sehingga artinya hipotesis kedua pada penelitian ini ditolak. Jadi tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sehingga H2 ditolak.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* bukanlah hal yang baru bagi perusahaan saat ini. Pemerintah mendorong untuk setiap perusahaan melaksanakan dan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan. Menurut (Wahyuningsih & Mahdar, 2019) Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam usaha meningkatkan nilai pemegang saham. Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat profitabilitas adalah *Net Profit Ratio*.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Azwir Nasir, 2014) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility. Semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka manajer tidak termotivasi untuk memberikan informasi yang lebih terperinci termasuk kebebasan untuk menunjukkan dan mempertanggungjawabkan seluruh program sosialnya.

#### **4.4.3. Pengaruh Leverage Pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Berdasarkan dari hasil analisis diketahui ternyata nilai signifikansi  $t$  untuk *leverage* adalah sebesar  $0,013 < 0,05$  sehingga artinya hipotesis ketiga pada penelitian ini ditolak. Jadi terdapat pengaruh yang signifikan antara *leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Jadi H3 diterima.

Perusahaan dengan tingkat *Leverage* tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat agar tidak diawasi secara ketat atau menghindari pengawasan khusus dari para pemegang hutang. Menurut (Azwir Nasir, 2014) perusahaan dikatakan baik apabila perusahaan tersebut mempunyai ekuitas lebih tinggi di banding likuiditas nya. Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada hutang untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Perusahaan yang berisiko tinggi biasanya berusaha untuk meyakinkan kreditur dengan pengungkapan informasi yang lebih detail. Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan terhadap dipenuhinya hak hak kreditur. Oleh karena itu perusahaan dengan *leverage* tinggi memiliki kewajiban mengungkapkan CSR dibanding dengan perusahaan yang *leverage* rendah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wahyuningsih & Mahdar, 2019) bahwa membuktikan bahwa bahwa *leverage* berpengaruh terhadap

tingkat pengungkapan CSR. Di lain sisi, disimpulkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh signifikan terhadap perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR sedikit namun pengaruh signifikan yang negative, sehingga hipotesis kedua diterima.

