

**ANALISIS PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN
PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB
SOSIAL PERUSAHAAN**
(Studi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang *Listing* di BEI Tahun 2010-2013)
**THE INFLUENCE OF PROFITABILITY , COMPANY SIZE AND GROWTH CORPORATE TO
DISCLOSURE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

(Study on *Food and Drink* Companies Listed in BEI Periods 2010-2013)

Fachry Ridha Muhammad Effendi¹ dan Dini Wahyu Hapsari²

^{1,2}Prodi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹fachryridha@students.telkomuniversity.ac.id, ²diniwahyuhapsari@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Banyak perusahaan berusaha untuk mendapatkan laba yang maksimum dan meminimumkan pengorbanan yang dilandasi oleh kepentingan pribadi. Akibat dari hal itu banyak skandal yang terjadi seperti skandal keuangan maupun lingkungan yang dimana merugikan dunia bisnis dan juga masyarakat. Oleh sebab itu pemerintah Indonesia secara eksplisit mengatur tentang tanggung jawab sosial perusahaan dalam UU No.40 Tahun 2007 pasal 74 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan yang mewajibkan perseroan menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan Corporate Social Responsibility. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan terhadap *corporate social responsibility* baik secara simultan maupun parsial.

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif verifikatif bersifat kausalitas. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang listing di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2013. Dengan menggunakan metode purposive sampling, sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 8 perusahaan pertahun, dan total sampel selama periode penelitian sebanyak 32 sampel. Penelitian ini menggunakan data sekunder dengan metode analisis data regresi data panel menggunakan eviews 8.1.

Hasil penelitian ini, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap *corporate social responsibility*. Secara parsial variabel ukuran perusahaan dengan arah positif berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*, sedangkan profitabilitas dengan arah positif dan pertumbuhan perusahaan dengan arah negatif tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

Kata kunci : Profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, *corporate social responsibility*.

Abstract

Many companies are trying to get the maximum profit and minimize the sacrifice that is based on personal interests. As a result of the many scandals that occurred as a financial scandal or harm the environment in which the business world and society. Therefore, the Indonesian government is explicitly set on corporate social responsibility in UU no. 40 of year 2007 article 74 concerning social and environmental responsibility which requires the company runs its business activities in the field and / or related to natural resources for implementing Corporate Social Responsibility. This study aims to determine the effect of profitability , company size , and growth of the company towards corporate social responsibility either simultaneously or partially.

This research included in this type of research is descriptive verification of causality. The population in this study is a food and beverage companies listed in Indonesia Stock Exchange in 2010-2013. By using purposive sampling method, the sample used in this study were 8 companies per year, and the total sample during the study period a total of 32 samples. This study uses secondary data with the data analysis method using panel data regression eviews 8.1.

Results of this study, profitability, company size, and growth of the company influence simultaneously toward corporate social responsibility. Partial variable size companies with a positive effect on the direction of corporate social responsibility, while profitability with positive direction and growth of the company with a negative direction has no effect on corporate social responsibility.

Keywords: Profitability, company size, growth, corporate social responsibility.

1. Pendahuluan

Bursa Efek Indonesia disingkat (BEI), atau Indonesia *Stock Exchange* (IDX) merupakan bursa hasil penggabungan dari Bursa Efek Jakarta (BEJ) dengan Bursa Efek Surabaya (BES). Perusahaan manufaktur merupakan salah satu perusahaan yang terdaftar di BEI. Perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang menjalankan proses pembuatan produk. Perusahaan makanan dan minuman adalah salah satu sektor dari industri barang konsumsi, dimana perusahaan tersebut bergerak di bidang industri makanan dan minuman. Di Indonesia perusahaan makanan dan minuman dapat berkembang pesat, hal ini terlihat dari jumlah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari periode ke periode semakin banyak, walaupun ada beberapa perusahaan yang pernah mengalami kekurangan modal untuk sementara karena imbas dari krisis ekonomi. Pemerintah Indonesia secara eksplisit mengatur tentang tanggung jawab sosial perusahaan dalam UU No.40 Tahun 2007 pasal 74 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan yang mewajibkan perseroan menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility*. Sejalan dengan perkembangan jaman, perusahaan tidak hanya dituntut dari segi pertanggungjawaban secara keuangan saja, namun secara nyata harus melakukan suatu tanggung jawab terhadap keadaan sosial di lingkungan perusahaan tersebut.

Corporate Social Responsibility merupakan komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan. Pengungkapan informasi pertanggung jawaban sosial dapat diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Badan yang aktif menerbitkan pedoman bagi perusahaan terkait pengungkapan lingkungan hidup adalah Global Reporting Initiative menurut Christa dan Darsono [3]. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (profit) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Profit yang tinggi sebagai akibat dari kepuasan konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan ROA (*Return On Assets*). Menurut Khoirul [15] menyatakan bahwa profitabilitas yang diprosikan dengan ROA berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Tetapi menurut penelitian yang dilakukan Wulantika [7] profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi profitabilitas yang didapatkan oleh perusahaan, maka akan semakin banyak pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Ukuran perusahaan yaitu menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aktiva menurut Tuidza [8]. Menurut Maria [17] menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan arah positif. Dengan demikian perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Sedangkan menurut Khoirul [15] ukuran perusahaan dengan proksi total aktiva berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pertumbuhan perusahaan adalah hasil yang sukses, yang menawarkan apa yang diinginkan pasar, menggunakan sumber daya secara ekonomis dan efektif, dan membentuk profit untuk ekspansi dan penanganan resiko di masa yang akan datang menurut Christa dan Darsono [3]. Menurut Nurbaity [19] berdasarkan hasil pengujian secara parsial dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Menurut Nurbaity [19] berdasarkan hasil pengujian secara parsial dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Tetapi menurut Christa dan Darsono [3] berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertumbuhan perusahaan tidak terbukti signifikan. Jadi jika pertumbuhan suatu perusahaan itu tinggi tidak disertai pengungkapan CSR yang lebih tinggi juga.

2. Dasar Teori dan Metodologi

2.1. Dasar Teori

2.1.1. Teori Stakeholder

Teori Stakeholders adalah kegiatan operasional perusahaan tidak hanya dipengaruhi dan diukur sebatas pada indikator ekonomi. Perusahaan harus menjaga hubungan dengan stakeholdernya dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan stakeholdernya, terutama stakeholder yang mempunyai power terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain menurut Chariri dan Ghazali dalam Ika dan Prima [16].

2.1.2. *Corporate Social Responsibility*

McWilliams dan Siegel dalam Tirta, M. Fadhil dan Iman [6] mendefinisikan CSR sebagai serangkaian tindakan perusahaan yang muncul untuk meningkatkan produk sosialnya, memperluas jangkauannya melebihi kepentingan ekonomi eksplisit perusahaan, dengan pertimbangan tindakan semacam ini tidak disyaratkan oleh peraturan hukum. Konsep triple bottom line yang dikemukakan oleh John Elkington pada tahun 1997 memberikan suatu terobosan besar bagi perkembangan CSR pada era tahun 1990-an hingga sekarang yang memasuki masa perkembangan globalisasi menurut Agus [9]. Item pengungkapan CSR menggunakan indikator yang dikeluarkan oleh Global Reporting Initiatives (GRI) yang berjumlah 79 item dimana merupakan standar yang digunakan oleh banyak perusahaan di seluruh dunia.

2.1.3. *Profitabilitas*

Profitabilitas adalah kemampuan memperoleh laba. Suatu perhitungan atas kemampuan memperoleh laba, dalam periode tertentu dimasa yang akan datang. Profitabilitas juga adalah suatu perhitungan atas kemungkinan memperoleh laba dari investasi yang ditanam, dalam periode tertentu dimasa yang akan datang menurut Ardiyos [1]. Profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan ROA. ROA mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aktiva tertentu atau dapat dikatakan pula bahwa ROA merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari setiap rupiah aktiva yang digunakan menurut Agus [9].

2.1.4. *Ukuran Perusahaan*

Brigham dan Houston dalam Seyla [10] menyatakan bahwa ukuran perusahaan adalah rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Dalam hal ini penjualan lebih besar daripada biaya variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya jika penjualan lebih kecil daripada biaya variabel dan biaya tetap maka perusahaan akan menderita kerugian. Size perusahaan bisa diukur pada total asset (aktiva tetap, tidak berwujud dan lain-lain), jumlah tenaga kerja, volume penjualan dan kapitalisasi pasar menurut Purnasiwi dalam Heni [5]. *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*) menurut Putra dalam Heni [5].

2.1.5. *Pertumbuhan Perusahaan*

Pertumbuhan perusahaan adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi untuk industry yang sama menurut Machfoedz dalam Putu, Gede, dan Ananta [2]. Pertumbuhan perusahaan diukur dengan menggunakan rasio pertumbuhan. Rasio pertumbuhan yaitu rasio yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya di dalam industri dan dalam perkembangan ekonomi secara umum. Rasio pertumbuhan ini yang umum dilihat dari segi penjualan menurut Irham [4].

2.1.6. *Hubungan Profitabilitas dengan Corporate Social Responsibility*

Menurut Heinze dan Gray, et al. dalam Hasni [20] profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial kepada pemegang saham, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.

Theodora Martina Veronica dalam Rizkia [11] berhasil menunjukkan adanya pengaruh positif profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini menggunakan Return on Asset (ROA) sebagai alat ukur profitabilitas perusahaan karena rasio ini dapat mengukur sejauh mana perusahaan menghasilkan laba bersih pada sejumlah aset tertentu.

Penelitian terdahulu oleh Heckston dan Milne dalam Christa dan Darsono [3] menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham.

2.1.7. *Hubungan Ukuran Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility*

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang skalanya besar biasanya cenderung lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial daripada perusahaan yang mempunyai skala kecil menurut Rizkia [11].

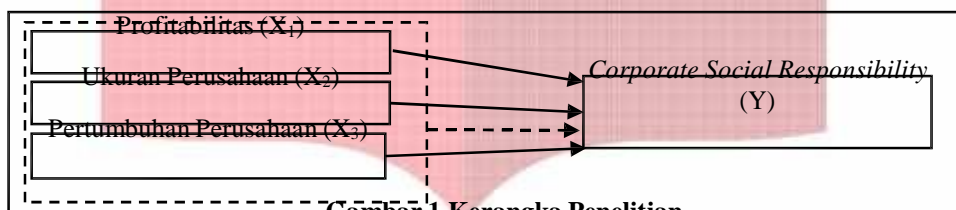
Menurut penelitian terdahulu oleh Cowen et al. dalam Maria [17] secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar mempunyai aktivitas operasi yang lebih banyak dan memberikan

pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, serta mungkin akan memiliki pemegang saham yang lebih banyak yang akan selalu memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan informasi sosial perusahaan akan semakin luas.

2.1.8. Hubungan Pertumbuhan Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility

Maria Ulfa dalam Rizkia [11] menyatakan bahwa growth merupakan tingkat pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan merupakan salah satu pertimbangan para investor dalam menanamkan investasinya. Perusahaan yang memiliki kesempatan tumbuh yang tinggi diharapkan akan memberikan profitabilitas yang tinggi di masa depan, diharapkan laba lebih persisten, sehingga investor akan tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.

Penelitian terdahulu oleh Rizkia [11] menyatakan perusahaan dengan pertumbuhan tinggi akan mendapat banyak sorotan sehingga diprediksi perusahaan yang mempunyai kesempatan pertumbuhan yang lebih tinggi cenderung lebih banyak melakukan Corporate Social Responsibility.



Gambar 1 Kerangka Penelitian

keterangan :

- pengaruh secara simultan : - - - - - >
- pengaruh secara parsial : ———— >

2.2. Metodologi Penelitian

Menurut Sugiyono [17] sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin untuk mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik sampling yang bersifat purposive sampling. Menurut Sugiyono [17] purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Kriteria perusahaan yang akan menjadi sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang bergerak di sektor makanan dan minuman yang listing di Bursa Efek Indonesia selama periode 2010-2013.
2. Perusahaan yang bergerak di sektor makanan dan minuman yang mempublikasikan laporan tahunan (annual report) secara lengkap termasuk memuat pengungkapan sosial di IDX/BEI selama periode 2010-2013.

Dari uraian tersebut, maka perhitungan jumlah sampel sesuai kriteria yang telah ditetapkan pada penelitian ini dapat diuraikan pada tabel 1 berikut:

Tabel 1 Kriteria Pengambilan Sampel

No.	Kriteria	Jumlah
1.	Total perusahaan sektor makanan dan minuman yang telah terdaftar/ listing di BEI dalam periode 2010-2013.	15
2.	Perusahaan sektor makanan dan minuman yang delisting di BEI dalam periode 2010-2013	(2)
3.	Perusahaan yang bergerak di sektor makanan dan minuman yang tidak mempublikasikan laporan tahunan (annual report) secara lengkap termasuk memuat pengungkapan tanggung jawab sosial di IDX/BEI selama periode 2010-2013.	(5)
Total Sampel penelitian		32

Menurut Silalahi [13] data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan. Sumber sekunder meliputi komentar, interpretasi, atau pembahasan tentang materi original. Data panel adalah data yang terdiri atas beberapa variabel seperti pada data seksi silang, namun juga memiliki unsur waktu seperti pada data runtut waktu menurut Winarno [18]. Ada tiga model yang digunakan untuk mengestimasi regresi dengan data panel yaitu common effect, fixed effect, dan random effect menurut Setiawan dan Kusriani [12]. Model regresi data panel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Dimana :

- Y = Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
- X1 = Profitabilitas
- X2 = Ukuran Perusahaan
- X3 = Pertumbuhan Perusahaan
- α = Konstanta
- β_1 = Koefisien regresi profitabilitas
- β_2 = Koefisien regresi ukuran perusahaan
- β_3 = Koefisien regresi pertumbuhan perusahaan
- ϵ = error term

3. Pembahasan

Dalam penelitian ini digunakan teknik analisis statistik deskriptif untuk menjawab perumusan masalah deskriptif. Berikut ini adalah hasil penelitian dari analisis statistik deskriptif yang disajikan dalam tabel 2 berikut:

Tabel 2 Statistik Deskriptif

	CSR	ROA	UKURAN_PERUSAHAAN	PERTUMBUHAN_PERUSAHAAN
Mean	0.082674	0.159485	2.827.558	0.223434
Median	0.063291	0.126861	2.779.501	0.160326
Maximum	0.227848	0.669091	3.103.886	1.273.150
Minimum	0.025316	0.024072	2.647.916	-0.260388
Std. Dev.	0.047470	0.144479	1.494.554	0.277284

Sumber : Hasil pengolahan data menggunakan *evIEWS 8.1*

Berdasarkan tabel 2 hasil variabel profitabilitas yang diukur menggunakan rumus ROA pada perusahaan makanan dan minuman memiliki nilai minimum sebesar 0,024072, nilai maksimum sebesar 0,669091, serta rata-rata (mean) sebesar 0.159485 dan standar deviasi 0.144479. Rata-rata (mean) sebesar 0,159485 dan standar deviasi sebesar 0,144479. Hasil variabel ukuran perusahaan yang diukur menggunakan rumus (Ln) of Total assets pada perusahaan makanan dan minuman memiliki nilai minimum sebesar 26,47916, nilai maksimum sebesar 31.03886, serta rata-rata (mean) sebesar 28,27558 dan standar deviasi 1.494554. Rata-rata (mean) sebesar 28,27558 dan standar deviasi sebesar 1.494554. Hasil variabel pertumbuhan perusahaan yang diukur menggunakan penjualan pada perusahaan makanan dan minuman memiliki nilai minimum sebesar -0.260388, nilai maksimum sebesar 1.273150, serta rata-rata (mean) sebesar 0,223434 dan standar deviasi 0.277284. Rata-rata (mean) sebesar 0,223434 dan standar deviasi sebesar 0.277284. Hasil variabel *corporate social responsibility* yang diukur dengan indikator 79 item yang dikeluarkan oleh Global Reporting Initiative pada perusahaan makanan dan minuman memiliki nilai minimum sebesar 0.025316, nilai maksimum sebesar 0.227848, serta rata-rata (mean) sebesar 0,082674 dan standar deviasi 0.047470. Rata-rata (mean) sebesar 0,082674 dan standar deviasi sebesar 0.047470. Nilai standar deviasi yang lebih besar dari nilai rata-rata (mean) menunjukkan bahwa data variabel tersebut bervariasi. Semakin besar selisih antara standar deviasi dengan rata-rata (mean) maka data semakin bervariasi atau heterogen. Jika nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata maka menunjukkan bahwa data variabel tidak bervariasi atau homogen.

Dalam melakukan pengolahan data peneliti menggunakan analisis regresi data panel.

a. Pengujian Model Terbaik

Tabel 3 Uji Chow/ Likelihood Ratio Test

Redundant Fixed Effects Tests
Equation: FEM
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	6.824.123	-7,21	0.0003
Cross-section Chi-square	37.959.314	7	0.0000

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan eviews 8.1

Berdasarkan Uji *Chow/ Likelihood Ratio Test* menunjukkan *p-value cross-section Chi-Square* sebesar $0,0000 < 0,05$ dan nilai *p-value F_{Test}* sebesar $0,0003 < 0,05$ dengan taraf signifikansi sebesar 5% menyatakan bahwa *Fixed Effect Model* lebih baik daripada *Pooled Least Square Model* dengan tingkat kepercayaan 95%.

Tabel 4 Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test			
Equation: REM			
Test cross-section random effects			
Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	9.809.719	3	0.0203

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan eviews 8.1

Berdasarkan uji *hausman* diketahui *p-value cross-section random* sebesar $0,0203 < 0,05$ dengan taraf signifikansi sebesar 5% menyatakan bahwa *Fixed Effect Model* lebih baik daripada *Random Effect Model* dengan tingkat kepercayaan 95%.

Berdasarkan kedua uji tersebut, dapat disimpulkan bahwa model regresi data panel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Fixed Effect Model*.

b. Pengujian *Fixed Effect Model*

Tabel 5 Fixed Effect Model

Dependent Variable: CSR				
Method: Panel Least Squares				
Date: 06/30/15 Time: 14:11				
Sample: 2010 2013				
Periods included: 4				
Cross-sections included: 8				
Total panel (balanced) observations: 32				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-2.441.312	0.639280	-3.818.848	0.0010
ROA	0.091119	0.153246	0.594591	0.5585
UKURAN_PERUSAHAAN	0.088792	0.022685	3.914.077	0.0008
PERTUMBUHAN_PERUSAHAAN	-0.005372	0.030917	-0.173763	0.8637
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-squared	0.769469	Mean dependent var	0.082674	
Adjusted R-squared	0.659693	S.D. dependent var	0.047470	
S.E. of regression	0.027692	Akaike info criterion	-4.069.055	
Sum squared resid	0.016104	Schwarz criterion	-3.565.208	
Log likelihood	7.610.488	Hannan-Quinn criter.	-3.902.044	
F-statistic	7.009.416	Durbin-Watson stat	1.688.911	
Prob(F-statistic)	0.000093			

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan eviews 8.1

Dari hasil pengujian dapat dirumuskan persamaan model regresi data panel yang menjelaskan pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman yang listing di BEI pada tahun 2010-2013, yaitu:

$$\text{CSR} = -2.441.312 + 0.091119 \text{ ROA} + 0.088792 \text{ UP} - 0.005372 \text{ PP}$$

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui nilai koefisien determinasi sebesar 0.769469 atau 76,94%. Dengan demikian, maka dapat diperoleh bahwa variabel rasio ROA, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Perusahaan dapat menjelaskan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang listing di BEI pada tahun 2010-2013 sebesar 76,94% sedangkan sisanya yaitu 23,06% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel tersebut.

d. Pengujian secara Simultan (Uji F)

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui hasil signifikansinya adalah sebesar $0.000093 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan mempunyai pengaruh secara simultan terhadap *corporate social responsibility*.

e. Pengujian secara Parsial (Uji T)

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap *corporate social responsibility*

Hasil diketahui bahwa nilai tingkat probabilitas signifikansi ROA sebesar 0.5585 lebih besar daripada $\alpha = 0,05$, dan nilai koefisien regresi positif sebesar 0.091119, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 di terima dan H_a di tolak, artinya profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Christa Evandini dan Darsono (2014), Ika Wahyu S.D. dan Prima Apriwenni (2012), Agus Purwanto (2011), dan Maria Wijaya (2012).

2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *corporate social responsibility*

Hasil diketahui bahwa nilai tingkat ukuran perusahaan signifikansi sebesar 0.0008 lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$, dan nilai koefisien regresi positif sebesar 0.088792, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Christa Evandini, Darsono (2014), Maria Wijaya (2012), Rizkia Anggita Sari (2012), Ika Wahyu S.D. dan Prima Apriwenni (2012), Ahmad Kamil dan Antonius Herusetya (2012).

3. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap *corporate social responsibility*

Hasil diketahui bahwa nilai tingkat pertumbuhan perusahaan signifikansi sebesar 0.8637 lebih besar daripada $\alpha = 0,05$, dan nilai koefisien regresi negatif sebesar 0.005372, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Hasil ini konsisten dengan penelitian Rizkia Anggita Sari (2012), Christa Evandini dan Darsono (2014).

4. Kesimpulan

Hasil penelitian ini menjelaskan, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap *corporate social responsibility*. Secara parsial variabel ukuran perusahaan dengan arah positif berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*, sedangkan profitabilitas dengan arah positif dan pertumbuhan perusahaan dengan arah negatif tidak berpengaruh *corporate social responsibility*.

Daftar Pustaka

- [1] Ardiyos. (2010). Kamus Besar Akuntansi. Jakarta: Citra Harta Prima.
- [2] Dewi, Putu Yunita Saputri, Gede Adi Yuniarta, dan Ananta Wikrama Tungga Atmadja. (2014). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan LQ 45 Di BEI Periode 2008-2012. E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha. Vol.2, No.1.
- [3] Evandini, Christa, dan Darsono. (2014). Faktor-faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. Diponogoro Journal Of Accounting. Vol.3, No.3. 1-11.
- [4] Fahmi, Irham. (2012). Pengantar Manajemen Keuangan. Bandung: ALFABETA.
- [5] Kurnianingsih, Heni Triastuti. (2013). Pengaruh Profitabilitas Dan Size Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility. Jurnal Riset Auntansi Dan Bisnis. Vol.13, No.1.
- [6] Mursitama, Tirta N, M. Fadhil Hasan, dan Isman Y. Fakhruhin. (2011). Corporate Social Responsibility di Indonesia. Jakarta: INDEF.

- [7] Oktariani, Wulantika. (2013). Pengaruh Kepemilikan Publik, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*. Vol.8, No.2.
- [8] Permata, Tuidza Indah. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Saham Publik, Dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Wajib Laporan Keuangan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*. Vol.8, No.2.
- [9] Purwanto, Agus. (2011). Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing*. Vol.8, No.1. 1-94.
- [10] Sangeroki, Seyla. (2013). Ukuran Perusahaan Dan Margin Laba Kotor Terhadap Pemilihan Metode Penilaian Persediaan Di Perusahaan Manufaktur. *Jurnal EMBA*. Vol.1, No.3. 1185-1192.
- [11] Sari, Rizkia Anggita. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal*. Vol.1, No.1.
- [12] Setiawan & Kusriani, D. E. (2010). *Ekonometrika*. Yogyakarta: ANDI.
- [13] Silalahi, Ulber. (2009). *Metode Penelitian Sosial*, Bandung: PT Refika Aditam.
- [14] Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [15] Umam, Khoirul. (2012). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Yang Termasuk Di Daftar Efek Syariah Tahun 2009-2011*. Skripsi. Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- [16] Wahyu S.D, Ika, dan Prima Apriwenni. (2012). *Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2009*. *Jurnal Auditing*. Vol.1, No.1.
- [17] Wijaya, Maria. (2012). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*. Vol.1, No.1.
- [18] Winarno, Wing Wahyu. (2011). *Analisis Ekonometrika dan Statistik dengan E-views*. Yogyakarta: STIM YKPN.
- [19] Yuliani, Nurbaity. (2014). *Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- [20] Yusrianti, Hasni, dan Yordi Rizki Himawan. (2013). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Pertambangan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*. Vol.11, No.3.