

ANALISIS PENGARUH *FIRM SIZE*, *AGE*, *PROFITABILITAS*, *LEVERAGE*, DAN *GROWTH* PERUSAHAAN TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* PADA PERUSAHAAN PROPERTY DAN REAL ESTATE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PADA TAHUN 2010-2014

Siti Munsaidah)*

Rita Andini)*

Agus Supriyanto)*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis dan menguji pengaruh firm size, umur, profitabilitas, leverage, dan pertumbuhan perusahaan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2014. Dari 49 perusahaan yang terdaftar, hanya 30 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel penelitian yang telah ditetapkan. Teknik analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik, pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS 17.0 for windows.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa firm size, umur, profitabilitas, leverage, pertumbuhan perusahaan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap tanggung jawab sosial. Sedangkan pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa firm size, umur, profitabilitas, leverage, dan pertumbuhan mempunyai pengaruh 16,1% terhadap tanggung jawab sosial pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014.

Kata kunci: *firm size, age, profitabilitas, leverage, growth, corporate social responsibility*

* Mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis

* Dosen Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis

* Dosen Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis

PENDAHULUAN

Perusahaan property dan real estate merupakan perusahaan bisnis yang bergerak dibidang pembangunan. Di Indonesia perusahaan property dan real estate dapat berkembang pesat, hal ini terlihat dari jumlah penduduk Indonesia yang sangat banyak. pada dasarnya setiap perusahaan yang didirikan bertujuan untuk memperoleh laba, dan tentunya perusahaan menginginkan laba yang terus meningkat dari waktu ke waktu. Untuk itu perusahaan perlu menjamin nilai perusahaannya tumbuh secara berkelanjutan. Saat ini informasi keuangan yang hanya dalam bentuk laba saja tidak cukup untuk menjamin kelangsungan perusahaan. Perusahaan perlu memberikan informasi lain yang dibutuhkan oleh *stakeholder* dalam hal pengambilan keputusan.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lebih dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* dapat disimpulkan sebagai suatu gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (finansial) saja. Tetapi tanggung jawab perusahaan juga harus berpijak pada *triple bottom lines*, yaitu terkait dengan masalah sosial dan lingkungan. Penerapan *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan dapat diwujudkan dengan pengungkapan *CSR* yang dilaporkan dalam laporan tahunan perusahaan (Fahry Maulana, 2013). Adapun aturan-aturan yang membahas tentang pengungkapan *CSR* ini terangkum dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 Tahun 2009 paragraf dua belas tentang Penyajian Laporan Keuangan dan Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Nomor : KEP-431/BL/2012 tentang Penyampaian Laporan Tahunan Emiten atau Perusahaan Publik.

Dewasa ini, kesadaran masyarakat tentang lingkungan sudah meningkat, oleh karena itu peranan suatu perusahaan terhadap lingkungannya baik lingkungan intern maupun ekstern sedang menjadi perhatian masyarakat di

sekitar perusahaan tersebut. Perusahaan mempunyai peran selain memberi manfaat positif terhadap ekonomi juga berperan terhadap menurunnya kondisi sosial masyarakat. Beberapa perusahaan mendapat kritik karena telah menimbulkan masalah sosial seperti polusi, penyusutan sumberdaya, limbah, mutu, keamanan produk, hak dan status karyawan, keselamatan kerja dan lain-lain (Rinda Yuninda, 2010).

Dari uraian diatas, maka isu-isu yang menjadi perhatian di Indonesia adalah mengenai informasi tambahan seperti laporan pertanggungjawaban sosial perusahaan dalam laporan keuangan. Tambahan informasi tersebut berupa penerjemahan objek non keuangan di dalam laporan keuangan. Laporan pertanggungjawaban sosial ini terkait dengan dampak yang ditimbulkan dari kegiatan perusahaan terhadap karyawan, masyarakat, dan lingkungan yang cukup besar. Apabila dampak tersebut tidak diperhatikan dengan baik, maka dampak yang bersifat negatif akan terakumulasi dan memburuk serta sulit dikendalikan.

Diantara penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang positif signifikan antara *Firm size* dengan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu penelitian oleh Bramantya Adhi C.(2010), Rizkia Anggita S.(2012), dan Dian Edy Sasongko (2011). Sedangkan penelitian dari Anggraini (2008) dan Veronica (2009), *Firm size* tidak berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

Secara teori, perkembangan perusahaan sangat berhubungan erat dengan pertambahan umur (*age*) perusahaan. Peningkatan umur (*age*) akan diikuti dengan perubahan perilaku, dimana perubahan ini akan bergerak ke arah kemajuan yang akan dialami secara bertahap sesuai dengan umur dari perusahaan itu sendiri serta saling berkaitan dengan tahap-tahap kemajuan. Umur merupakan indikator umum bagi tingkat kedewasaan atau kematangan (Crow, 1972). Menurut Choi (1998) dalam semakin tua umur perusahaan, maka nilai reputasinya dan aktivitas sosialnya pun akan semakin tinggi pula. Namun hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil peneliti sebelumnya. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel umur (*age*)

perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Hasil penelitian Zulaikha (2012) dan Wardhani (2013) menemukan adanya pengaruh positif yang signifikan antara *profitabilitas* terhadap tanggung jawab sosial. Namun demikian, Kinantika (2013) dan Sembiring (2005) tidak menemukan adanya pengaruh antara *Profitabilitas* dan luas pengungkapan laporan sosial perusahaan., tetapi beberapa penelitian lainnya menunjukkan adanya hubungan yang tidak signifikan antara *Profitabilitas* dengan pengungkapan tanggungjawab sosial (Ardilla.2012) dan Fr.Reni (2006).

Hasil dari penelitian Bramantya (2010), Dian Edy Sasongko (2011) menemukan adanya hubungan positif antara *leverage* perusahaan

dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Theodora Martina V (2010) dalam (Sari, 2012), Rizkia Anggita S.(2012) mendapatkan hasil yang negatif antara *leverage* perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pertumbuhan perusahaan (*growth*) dapat menunjukkan peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Maria Ulfa (2009) menyatakan bahwa pertumbuhan (*growth*) merupakan tingkat pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaan sehingga hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan (*growth*) tidak berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

1) Landasan Teori

Teori keagenan adalah teori yang menjelaskan hubungan antara agen sebagai pihak yang mengelola perusahaan dan prinsipal sebagai pihak pemilik, keduanya terikat dalam sebuah kontrak. Pemilik atau prinsipal adalah pihak yang melakukan evaluasi terhadap informasi dan agen adalah sebagai pihak yang menjalankan kegiatan manajemen dan mengambil keputusan (Jensen dan Meckling, 2006).

Agency theory muncul karena adanya pemisahan fungsi antara pemilik dengan pengelola, hal ini dikarenakan dewasa ini kebutuhan modal perusahaan tidak dapat lagi disediakan hanya oleh satu pemilik. Teori perusahaan klasik tidak dapat lagi dijadikan basis analisis. Teori perusahaan klasik menyatakan bahwa pemilik perusahaan merupakan seorang wiraswasta yang mengelola dan mendanai sendiri perusahaannya untuk menciptakan profit yang sebesar-besarnya. Perusahaan - perusahaan modern yang besar tidak dapat lagi memenuhi kebutuhan modalnya hanya dari satu pemilik, akibatnya mereka akan mengundang pihak lain untuk menanamkan modal pada perusahaan, hal ini akan berakibat pada pemisahan wewenang perusahaan, antara pemilik dan pengelola.

Pemilik atau pemegang saham ini disebut *principal*, sedangkan pengelola atau manajemen disebut agen. Dalam manajemen keuangan salah

satu tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan kemakmuran pemegang saham, untuk itu manajer yang diangkat oleh pemegang saham harus bertindak untuk kepentingan pemegang saham, tetapi sering kali terjadi konflik antara pemegang saham dengan pihak manajemen. Konflik ini disebabkan kepentingan pemegang saham dan manajer yang berbeda. Perbedaan ini disebabkan manajer cenderung untuk mengutamakan kepentingan pribadinya dibandingkan kepentingan pemegang saham. Pemegang saham tidak menyukai ambisi pribadi para manajer, karena hal itu dapat menyebabkan timbulnya tambahan biaya bagi perusahaan, hal ini dengan sendirinya akan menurunkan tingkat laba perusahaan. Biaya-biaya yang timbul ini disebut dengan biaya keagenan. Jensen (2006), mengelompokkan biaya keagenan tersebut ke dalam tiga bentuk, yaitu :

1. *Monitoring cost*, yaitu biaya untuk memonitor perilaku manajemen.
2. *Bonding cost*, yaitu biaya untuk membentuk mekanisme yang dapat menjamin bahwa manajer akan bertindak sesuai dengan kepentingan manajemen.
3. *Residual loss*, yaitu biaya untuk mendorong manajer bertindak sesuai dengan kemampuannya untuk kepentingan pemegang saham.

2) *Corporate Social Responsibility*

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Hackston dan Milne, 1996 dalam Eddy Rismanda Sembiring, 2006). Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan kini mulai ramai diperbincangkan, namun belum terdapat kesamaan definisi dari berbagai kalangan. Menurut *The World Business Council on Sustainable Development (WBCSD)* menyatakan *CSR* adalah suatu komitmen dari perusahaan untuk melaksanakan etika berperilaku (*behavioural ethics*) dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (*sustainable economic development*).

3) *Firm size*

Firm size merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan (Sari : 2009). Wakid, dkk (2013) menyatakan bahwa untuk menentukan besar kecilnya ukuran suatu perusahaan dapat dilihat dari total aktiva, jumlah tenaga kerja dan tingkat penjualan. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka semakin luas pengungkapan informasi yang akan disajikan karena masyarakat akan mengawasi terkait hal-hal yang dilakukan perusahaan dalam aktivitas perusahaan.

Dari hasil penelitian Andreas dan Chrystina Lawer (2011) menunjukkan bahwa *Firm size* berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Hubungan positif antara *Firm size* dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mengindikasikan bahwa perusahaan besar yang memiliki sistem informasi pelaporan yang lebih baik cenderung memiliki sumber daya untuk menghasilkan lebih banyak informasi dan biaya untuk menghasilkan informasi tersebut lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki keterbatasan dalam sistem informasi pelaporan. *Firm size* umumnya dikaitkan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar. Secara teoritis perusahaan

besar tidak akan lepas dari tekanan, sehingga tanggung jawab sosial perusahaan semakin luas. Berdasarkan hal tersebut, penulis membuat hipotesis sebagai berikut :

H₁ : *Firm size* berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*.

4) *Umur (age)*

Umur perusahaan yang semakin bertambah berhubungan erat dengan perkembangan perusahaan dan perubahan perilaku, dimana perubahan ini akan bergerak kearah kemajuan yang akan dialami secara bertahap sesuai dari umur perusahaan tersebut. Umur merupakan indikator umum bagi tingkat kedewasaan atau kematangan (Crow,1972). Semakin lama perusahaan dapat bertahan, maka untuk mengembalikan investasi akan semakin besar. Namun perusahaan yang mengalami penuaan harus mengurangi biaya karena berbagai efek pembelajaran dalam perusahaan dan belajar dari perusahaan lain .

Berdasarkan hal tersebut, penulis membuat hipotesis sebagai berikut :

H₂ : *Umur* berpengaruh negatif terhadap *Corporate Social Responsibility*

5) *Profitabilitas*

Profitabilitas dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. tingkat *Profitabilitas* dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan, oleh sebab itu semakin tinggi *Profitabilitas* suatu perusahaan. maka cenderung semakin luas *Corporate Social Responsibility*. Dikaitkan dengan teori agensi, perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. 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.

Berdasarkan hal tersebut, penulis membuat hipotesis sebagai berikut :

H₃ : *Profitabilitas* Perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*

6) *leverage*

Leverage menunjukkan kualitas layanan kewajiban perusahaan. Variabel ini menjelaskan seberapa besar rasio antara total kewajiban dengan total modal perusahaan. Perjanjian terbatas seperti perjanjian hutang yang tergambar dalam tingkat *leverage* dimaksudkan membatasi kemampuan manajemen untuk menciptakan transfer kekayaan antar pemegang saham dan pemegang obligasi (Fachry Maulana, 2013). Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* (utang/ekuitas) yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi. Hal ini dilakukan untuk menghilangkan keraguan pemegang saham terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur. Kreditur memerlukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai informasi untuk mengevaluasi risiko secara benar (Marie *et al.*, 2006). Tidak semua penelitian berhasil menunjukkan hubungan antara *leverage* dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang tidak berhasil menemukan hubungan tersebut adalah penelitian Sembiring (2005), Cahyaningsih dan Venti (2011) serta Nur dan Denies (2012). Penelitian yang berhasil menemukan hubungan antara kedua variabel tersebut adalah Yuen *et al* (2009). Adanya hasil penelitian yang menunjukkan perbedaan hubungan antara kedua variabel tersebut, maka hipotesis penelitian ini adalah:

H₄ : *Leverage* perusahaan berpengaruh negatif terhadap *Corporate Social Responsibility* (*CSR*).

7) *Pertumbuhan Perusahaan (growth)*

Pertumbuhan perusahaan (*growth*) merupakan salah satu pertimbangan para investor dalam menanamkan investasinya. dimana pertumbuhan dapat menunjukan peningkatan kinerja keuangan perusahaan yang memiliki kesempatan untuk memberikan *Profitabilitas* yang tinggi dimasa depan.

Maria Ulfa (2009) menyatakan bahwa *growth* merupakan tingkat pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaan. Perusahaan dengan pertumbuhan yang tinggi akan mendapat sorotan sehingga diprediksi perusahaan yang mempunyai kesempatan pertumbuhan yang lebih tinggi

cenderung lebih banyak melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti membuat hipotesis sebagai berikut :

H₅ : *Pertumbuhan (Growth)* perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility* (*CSR*)

METODE PENELITIAN

1) *Desain Penelitian*

Dalam penelitian ini variabel yang akan dianalisis adalah variabel bebas dan variabel tergantung. Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian (Arikunto, 2002). Sedangkan variabel bebas atau independen adalah variabel yang tidak terpengaruh tetapi mempengaruhi variabel lain (variabel tergantung). Sebaliknya variabel tergantung atau dependen adalah variabel yang dipengaruhi variabel bebas. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *firm size*, umur (*age*), *profitabilitas*, *leverage*, pertumbuhan perusahaan (*growth*), Sedangkan variabel dependen adalah *Corporate Social Responsibility*.

2) *Populasi dan Sampel*

Populasi adalah sekumpulan data yang digunakan atau kumpulan obyek mengenai suatu persoalan secara keseluruhan. Menurut Arikunto (2012:19), populasi adalah jumlah dari keseluruhan obyek yang karakteristiknya hendak diduga. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang bergerak di bidang property dan real estate yang terdaftar di BEI selama periode 2010 sampai dengan 2014 yang selalu menerbitkan laporan keuangan tercakup *Firm size*, Umur (*age*), *Profitabilitas*, *Leverage*, dan Pertumbuhan perusahaan (*growth*). Dengan jumlah populasi sebanyak 49 perusahaan property dan real estate.

Tabel 1. Populasi dan sampel

Kriteria sampel	Tidak Memenuhi Kriteria	Memenuhi Kriteria
Perusahaan property dan real estate yang terdaftar di BEI pada tahun 2010-	0	49

2014		
Menerbitkan laporan keuangan di BEI periode tahun 2010-2014	-10	39
Perusahaan property dan real estate yang melakukan pengungkapan CSR dalam laporan tahunannya pada tahun 2010-2014	-2	37
Kelengkapan data sesuai dengan variable yang diteliti.	-7	30
Total perusahaan sebagai sampel penelitian		30
Tahun Pengamatan (2010-2014)		5
Total Sampel Selama Periode Penelitian		150

3) Definisi Operasional Variabel

1. Corporate Social Responsibility

CSR Disclosure dengan menggunakan indikator dari *Golden Hope Plantation Berhad (GHPB)* dengan jumlah 20 pengungkapan yang meliputi dimensi hubungan dengan karyawan (kesehatan, pelatihan, kepuasan, profil karyawan, opsi saham bagi karyawan, keamanan), dimensi keterlibatan dengan komunitas sekitar (donasi, pemberian derma, program beasiswa, sponsor untuk kegiatan olahraga, mendukung kebanggaan nasional, proyek publik), dimensi produk (pengembangan produk, keamanan produk, kualitas produk, layanan pelanggan), dimensi lingkungan (pengendalian polusi, program perbaikan dan pencegahan, bahan daur ulang, prestasi dalam lingkungan). Kemudian *check list Golden Hope Plantation Berhad (GHPB)* dilakukan dengan melihat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam dimensi hubungan dengan karyawan, dimensi keterlibatan dengan komunitas sekitar, dimensi produk, dimensi lingkungan dan diukur menggunakan pendekatan dikotomi dengan menggunakan variable dummy yaitu : Skor 0 : jika perusahaan tidak mengungkapkan item *GHPB* pada daftar pernyataan. Skor 1 : jika

perusahaan mengungkapkan item *GHPB* pada daftar pernyataan. Setelah diukur menggunakan pendekatan dikotomi, pengukuran pengungkapan CSR masing-masing dimensi kemudian dilakukan berdasarkan indeks pengungkapan masing-masing perusahaan yang dihitung dengan melakukan pembagian jumlah item yang sesungguhnya diungkapkan perusahaan dengan jumlah semua item yang seharusnya diungkapkan (Sembiring, 2005). Rumus:

$$CSR \text{ tiap Dimensi} = \frac{\text{Jumlah item pengungkapan yang dipenuhi}}{\text{Jumlah item yang mungkin dipenuhi}}$$

2. Firm Size

Suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara antara lain: total aset, jumlah tenaga kerja, nilai pasar saham, dan lain – lain (Marhamah, 2013). *Firm size* dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan total aset:

$$Firm \ size = \text{Log } N \ (\text{Total Asset})$$

3. Umur (age)

Umur (*age*) diukur dengan tanggal awal listing perusahaan di BEI sampai dengan saat ini, dalam penelitian ini.

4. Profitabilitas

Rasio *Profitabilitas* antara laba bersih terhadap total aset. Rumus yang digunakan untuk mengukur *Profitabilitas* adalah :

$$Return \ On \ Asset = \frac{\text{laba bersih setelah pajak}}{\text{total aset}}$$

5. Leverage

Leverage diukur berdasarkan ratio total kewajiban terhadap modal, skala yang digunakan adalah skala rasio

$$Debt \ Equity \ Ratio = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Modal}}$$

6. Pertumbuhan Perusahaan (*growth*)

Pertumbuhan (*Growth*) dalam penelitian ini diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaan. Rumus yang digunakan untuk mengukur pertumbuhan perusahaan adalah :

$$Growth = \frac{Penjualan_t - Penjualan_{t-1}}{Penjualan_{t-1}}$$

Keterangan :

Penjualan_t : Penjualan bersih (*net sales*) periode tahun berjalan

Penjualan_{t-1} : Penjualan bersih (*net sales*) periode tahun sebelumnya.

4) Tehnik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

analisis deskriptif menggunakan statistik deskriptif yang digunakan untuk mengetahui tingkat *Firm Size*, Umur (*age*), *Profitabilitas*, *Leverage*, dan Pertumbuhan Perusahaan (*growth*), dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai minimum, nilai maksimum, *mean*, dan *standard deviation*.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah data layak untuk dianalisis.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal. Penelitian ini menggunakan normal probability plot serta uji Kolmogorov-Smirnov (K-S).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel bebas (independen). Jika hasil penelitian menunjukkan nilai Variance Inflation Factor (VIF) > 10 berarti ada multikolinearitas, sebaliknya jika nilai VIF < 10 berarti tidak ada multikolinearitas

c. 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). Uji Autokorelasi Dengan menggunakan pendekatan algifari (2000) sebagai berikut :

Hasil Perhitungan	Klasifikasi
Kurang dari 1.08	Ada Autokorelasi
1.08 sampai dengan 1.66	Tanpa Kesimpulan
1.66 sampai dengan 2.34	Tidak Ada Autokorelasi
2.34 Sampai dengan 2.92	Tanpa Kesimpulan
Lebih dari 2.92	Ada Autokorelasi

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Penelitian ini menggunakan olah data spss dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5 \%$. Jika hasil olah data menunjukkan $\text{sig} > \alpha$ berarti tidak ada heteroskedastisitas, sebaliknya jika $\text{sig} < \alpha$ berarti ada heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda yang merupakan analisis untuk mempelajari pengaruh yang ditimbulkan variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi ganda digunakan untuk melakukan prediksi, bagaimana perubahan nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikkan atau diturunkan nilainya (Sugiyono, 2010:277). Dengan formula regresi berganda yang berguna untuk meramalkan seberapa besar pengaruh *Firm Size*, *Age*, *Profitabilitas*, *Leverage*, dan *Growth* perusahaan, terhadap *Corporate Social Responsibility* (Y), dengan rumus:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan :

Y = *Corporate Social Responsibility* (CSR)

α = Konstanta

X₁ = *Firm size*

X₂ = *Age*

X₃ = *Profitabilitas* (ROA)

X₄ = *Leverage* (DER)

X₅ = *Growth*

β_1 = Koefisien regresi

β_2 = Koefisien regresi

β_3 = Koefisien regresi
 β_4 = Koefisien regresi
 β_5 = Koefisien regresi
 e = Error atau faktor gangguan lain yang mempengaruhi Y

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Hasil Penelitian

1. Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Mini mum	Maxi mum	Mean	Std. Deviation
Y_CSR	150	.00	1.00	.4900	.36965
X1_FIRM .SIZE	150	4.97	7.58	6.3258	.65329
X2_AGE	150	.00	30.00	13.2667	7.47673
X3_ROA	150	-6.99	15.50	5.3950	4.27560
X4_DER	150	.02	2.85	.7935	.52445
X5_GRO WTH	150	-.60	13.24	.5389	1.68878
Valid N (listwise)	150				

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas, syarat lolos uji normalitas sudah terpenuhi, tetapi setelah melakukan uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas, asumsi tidak terjadi autokorelasi dan heteroskedastisitas tidak terpenuhi, maka data perlu ditransformasi Log natural (Ln). Berdasarkan grafik normal plot setelah dilakukan transformasi Ln, terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hasil uji Kolmogorov-Smirnov setelah transformasi Ln diperoleh nilai 0,886 dan nilai Asymp. Sig.(2-tailed) sebesar 0,412. Signifikansi 0,412 lebih besar daripada tingkat signifikansi yang ditetapkan ($\alpha = 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikoleniaritas

Variabel	VIF
Firm Size	1.043
Umur (age)	1.298
Profitabilitas	1.147
Leverage	1.127
Pertumbuhan (growth)	1.037

Hasil uji multikoleniaritas menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki VIF < 10. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikoleniaritas.

c. Uji Autokorelasi

Berdasarkan tabel Durbin Watson dengan menggunakan pendekatan algifari 2000, dimana hasil uji autokorelasi diperoleh koefisien sebesar 1,983, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi berganda untuk variable dependen CSR memiliki nilai durbin-watson pada daerah 1,66 sampai dengan 2,34 (tidak ada autokorelasi) yang dapat dikatakan bahwa model regresi ini tidak ada autokorelasi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik scatterplot pada hasil penelitian, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dengan tidak adanya pola yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga model ini layak dipakai untuk memprediksi CSR pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar di BEI Tahun 2010-2014. Berdasarkan masukan variabel *independent* yaitu Firm Size, Umur (age), Profitabilitas / ROA (Return On Asset), Leverage / DER, dan Pertumbuhan (growth) Perusahaan.

3. Uji Hipotesis

Model		Unstandardized Coefficients	
		β	Std. Error
1	(Constant)	-.982	.287
	X1_FIRM.SIZE	.222	.050
	X2_AGE	.003	.004
	X3_ROA	.000	.007
	X4_DER	.036	.056
	X5_GROWTH	.018	.017

Hasil Tabel Analisis Berganda

Berdasarkan hasil uji statistik regresi berganda, dapat disusun persamaan matematis sebagai berikut :

$$CSR (Y) = -0,982 + 0,222X_1 + 0,03X_2 + 0,00X_3 + 0,036X_4 + 0,018X_5 + 0,287$$

PEMBAHASAN

1). *Firm Size*

Dari hasil pengujian variabel penelitian secara parsial, didapati *Firm Size* berpengaruh positif sebesar 22,2% terhadap *CSR*. Hal ini sesuai dengan hasil uji *t* yang menunjukkan signifikansi *t* sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai *t* hitung sebesar 4,412 lebih besar dari *t* table sebesar 1,65550. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *Firm Size* berpengaruh terhadap keputusan pelaksanaan *CSR* pada perusahaan property dan real estate. Hal ini terlihat dari semakin besar *Firm Size* maka semakin banyak aktivitas *CSR* yang dilakukan oleh perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Almilialia dkk (2011) dalam Lulu Andina (2014) yang mengungkapkan bahwa *Firm size* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Selain itu Andreas dan Chrystina Lawer (2011) dalam Lulu Andina (2014) menunjukkan bahwa *Firm size* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2) *Umur (age)*

Dari hasil pengujian variabel penelitian secara parsial, didapati bahwa umur perusahaan berpengaruh tidak signifikan sebesar 0,3% terhadap *CSR*. Hal ini sesuai dengan hasil uji *t* yang menunjukkan signifikansi *t* sebesar 0.270 lebih besar dari 0,05 dan nilai *t* hitung sebesar 0.614 lebih kecil dari *t* table sebesar 1,65550. Hasil penelitian ini berarti bahwa lamanya perusahaan property dan real estate listing di BEI tidak akan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian Dian Edi Sasongko (2011) yang memperoleh hasil bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

3) *Profitabilitas*

Dari hasil pengujian variabel penelitian secara parsial, didapati bahwa *ROA (Return On Assets)* berpengaruh terhadap *CSR*. Hal ini sesuai

dengan hasil uji *t* yang menunjukkan signifikansi *t* sebesar 0,451 lebih besar dari 0,05 dan nilai *t* hitung sebesar 0,123 lebih kecil dari *t* table sebesar 1,65550. Hasil penelitian ini berarti bahwa *ROA (Return On Assets)* berpengaruh positif terhadap *CSR* pada perusahaan property dan real estate. Hal ini terlihat dari nilai *ROA (Return On Assets)* yang semakin tinggi mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan property dan real estate. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dian Edi Sasongko (2011) serta penelitian oleh Riskia Anggita sari (2012) yang memperoleh hasil bahwa *ROA (Return On Assets)* berpengaruh terhadap *CSR*.

4) *Leverage*

Dari hasil pengujian variabel penelitian secara parsial, didapati bahwa *DER* berpengaruh sebesar 3,6% terhadap *CSR*. Hal ini sesuai dengan hasil uji *t* yang menunjukkan signifikansi *t* sebesar 0,2625 lebih besar dari 0,05 dan nilai *t* hitung sebesar 0,638 lebih kecil dari *t* table sebesar 1,65550. Hasil penelitian ini berarti bahwa semakin kecil nilai *DER* tidak mempengaruhi perusahaan property dan real estate untuk lebih mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rinda Yuninda (2010) yang memperoleh hasil bahwa *DER* tidak berpengaruh terhadap *CSR*. Namun, hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dian Edi Sasongko (2011) dan Rizkia Anggita sari (2012) yang menemukan hasil bahwa *DER* berpengaruh terhadap *CSR*.

5) *Pertumbuhan Perusahaan (growth)*

Dari hasil pengujian variabel penelitian secara parsial, didapati bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif sebesar 1,8% terhadap *CSR*. Hal ini sesuai dengan hasil uji *t* yang menunjukkan signifikansi *t* sebesar 0,1405 lebih besar dari 0,05 dan nilai *t* hitung sebesar 1,083 lebih kecil dari *t* table sebesar 1,65550.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1) *Firm size / Firm Size* berpengaruh positif terhadap *CSR* pada perusahaan property dan real

estate yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014. Hal ini telah dibuktikan melalui uji t (t-test), dimana hasil uji t memperlihatkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yang berarti dalam penelitian ini terbukti dan dapat diterima. Dalam penelitian ini, *firm size* berpengaruh positif terhadap *CSR* pada perusahaan property dan real estate.

2) Umur (*age*) berpengaruh negatif terhadap *CSR* pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014. Hal ini telah dibuktikan melalui uji t (t-test), dimana hasil uji t memperlihatkan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel yang berarti dalam penelitian ini tidak terbukti dan tidak dapat diterima. Dalam penelitian ini, umur (*age*) berpengaruh negatif terhadap *CSR*.

3) *Profitabilitas / ROA (Return On Assets)* berpengaruh positif terhadap *CSR* pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014. Hal ini telah dibuktikan melalui uji t (t-test), dimana hasil uji t memperlihatkan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel yang berarti dalam penelitian ini terbukti dan dapat diterima.

4) *Leverage / DER* berpengaruh negatif terhadap *CSR* pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014. Hal ini telah dibuktikan melalui uji t (t-test), dimana hasil uji t memperlihatkan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel yang berarti dalam penelitian ini tidak terbukti dan tidak dapat diterima.

5) Pertumbuhan Perusahaan (*growth*) berpengaruh positif terhadap *CSR* pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014. Hal ini telah dibuktikan melalui uji t (t-test), dimana hasil uji t memperlihatkan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel yang berarti dalam penelitian ini terbukti dan dapat diterima.

2. Keterbatasan Penelitian

1) Dalam penelitian ini, peneliti hanya melakukan penelitian pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode penelitian hanya 5 tahun (2010-2014) sehingga sampel penelitian hanya sebesar 150 sampel.

2) Variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini hanya menggunakan satu proksi saja yaitu *Corporate Social Responsibility*.

3) Variabel independen dalam penelitian ini hanya dapat menjelaskan 16,1% saja, sehingga variabel independen dalam penelitian ini belum dapat menjelaskan secara keseluruhan.

3. Saran

1) Bagi calon investor maupun investor, untuk lebih memperhatikan variabel tersebut didalam perusahaan sebelum melakukan keputusan investasi karena variabel tersebut menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *CSR*. Selain itu, investor perlu memperhatikan bagaimana perusahaan melakukan kegiatan *CSR* yang bertujuan menyeimbangkan tujuan komersial dan sosial sebelum menginvestasikan dananya pada suatu sekuritas.

2) Bagi manajemen perusahaan (emiten), perlu memperhatikan kinerja perusahaan dan mengevaluasinya. Manajemen perlu lebih memperhatikan kondisi sosial lingkungan sekitar pada khususnya. Dengan adanya program *CSR* diharapkan dapat menyeimbangkan tujuan komersial dan tujuan sosial.

3) Bagi peneliti selanjutnya dianjurkan untuk memperpanjang tahun pengamatan sehingga dapat meningkatkan jumlah sampel penelitian dan mampu meningkatkan distribusi dan akurasi data dengan lebih baik.

4) Bagi peneliti selanjutnya dianjurkan untuk menggunakan sampel tidak hanya terbatas pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar di BEI saja, melainkan dapat menggunakan data di sektor –sektor usaha lain yang terdaftar di BEI.

5) Bagi peneliti yang selanjutnya untuk menambah variabel lain yang lebih kompleks sehingga diperoleh masukan yang lebih akurat mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial.

6) Bagi peneliti selanjutnya dianjurkan tidak hanya menggunakan satu proksi dalam pengukuran variabel dependen agar hasil yang diperoleh lebih baik dan lebih luas lagi dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Andina, Lulu. 2014. “Pengaruh Profitabilitas Perusahaan, Leverage Perusahaan, Kepemilikan Manajemen dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek

- Indonesia (BEI)". Skripsi Akuntansi STIE BANK BPD JATENG.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Manajemen Penelitian*. Jakarta:Rineka Cipta Cahya,
- Bramantya Adhi. 2010. "*Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*". Skripsi Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi Ketiga*". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jensen, Michael, C dan Meckling, William H. 1976. "*Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure*". *Journal of Financial Economics*, October, 1976, Vol.3(4), pp. 305-360.
- Maulana, Fachry. 2013. "*Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)*". *Jurnal Akuntansi*, Vol.2(2). Tahun 2013.
- Sari, Rizkia Anggita. 2012. "*Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)*". *Jurnal Nominal*. Vol 1(1). Tahun 2012.
- Sasongko, Dian Edy. 2011. "*Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Official Website pada perusahaan publik di Indonesia*". Skripsi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2006. "*Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung jawab Sosial : Studi Empiris Pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta*". *Jurnal Magister Akuntansi*. Vol.6(1): 69-85.
- Sugiyono. 2006. "*Metode Penelitian Bisnis, Cetakan Kesepuluh*". Bandung: Alfabeta.
- Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.
- Ulfa, Maria. 2009. "*Pengaruh karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure*". Skripsi Universitas Islam Indonesia.
- Yuninda, Rinda. 2010. "*Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia*". Skripsi Akuntansi STIE BANK BPD JATENG.
- Zulaika. Suryanto. dan Florence Devina, L. 2004. "*Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Publik di Bursa Efek Jakarta*". *Jurnal Magister Akuntansi*,