

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

Variabel yang ada dalam penelitian ini ada dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas yaitu yang mempengaruhi dilambangkan dengan X , dalam penelitian variabel bebasnya adalah Ukuran Perusahaan. Sedangkan untuk variabel terikatnya yaitu variabel yang dipengaruhi dilambangkan dengan Y , dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Data pengungkapan CSR (variabel Y) dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh melalui pemberian skor bagi setiap perusahaan terhadap item-item pengungkapan tanggung jawab sosial. Data pengungkapan *corporate social responsibility* (variabel Y) diperoleh dari perusahaan industri *go public* yang mempublikasikan *annual report* (laporan tahunan) pada tahun 2010 dan 2011. Dari data penelitian yang dikumpulkan diperoleh nilai terendah 3,80 dan nilai tertinggi 38,61. Nilai rata – rata (\bar{Y}) sebesar 17,58 dan varians (S^2) sebesar 46,79 serta standar deviasi (SD) sebesar 6,84 (perhitungan lihat lampiran 6).

Distribusi frekuensi data pengungkapan *corporate social responsibility* (*csr*) dapat dilihat pada tabel IV.1 dibawah ini. Dimana rentang nilai Y adalah 34,81 dan sebanyak kelas interval adalah 6 serta panjang kelas interval adalah 5,80 (perhitungan lihat lampiran 5).

Tabel IV.1
Daftar Distribusi Frekuensi Variabel Y (Pengungkapan
Corporate Social Responsibility)

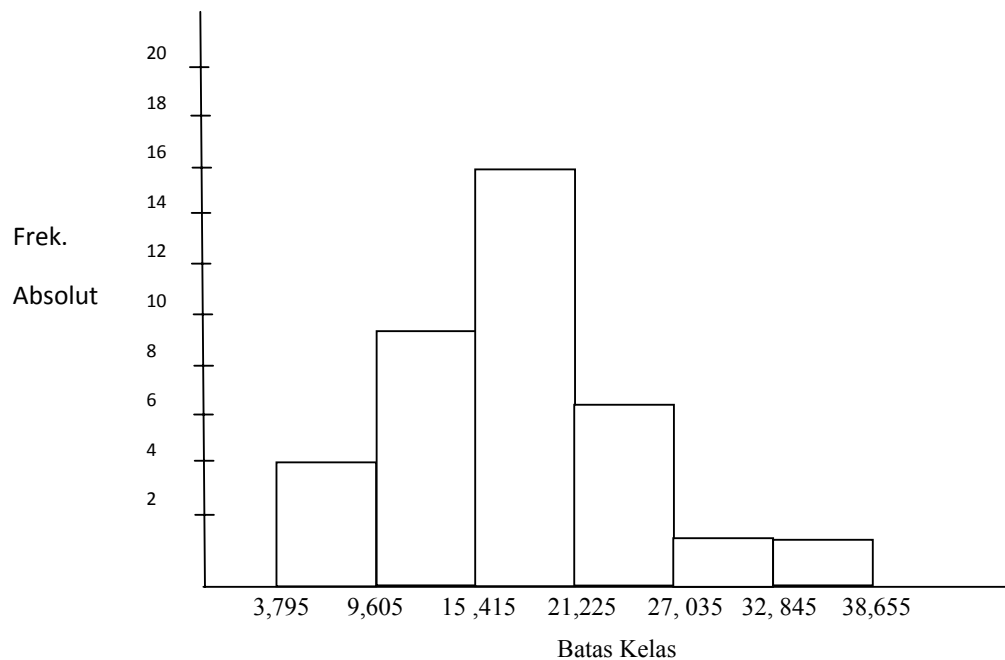
Kelas Interval	Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
3.80 - 9.60	3.795	9.605	4	11.1%
9.61 - 15.41	9.605	15.415	9	25.0%
15.42 - 21.22	15.415	21.225	15	41.7%
21.23 - 27.03	21.225	27.035	6	16.7%
27.04 - 32.84	27.035	32.845	1	2.8%
32.85 - 38.65	32.845	38.655	1	2.8%
Jumlah			36	100%

Sumber : data diolah tahun 2012

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi variabel Y (Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*) di atas dapat dilihat banyaknya kelas interval sebesar 6 kelas dan panjang kelas adalah 5,80. Untuk batas nyata satuan, batas bawah sama dengan ujung bawah dikurangi 0,005 dan batas atas sama dengan ujung atas ditambah 0,005. Frekuensi relatif terbesar berada pada kelas ketiga yaitu pada rentang 15,42 – 21,22 sebesar 41,7%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengungkapan *corporate social responsibility* (csr) yang diungkapkan perusahaan industri terjadi terjadi pada rentang 15,42 – 21,22, yaitu sebesar 41,7%.

Frekuensi relatif terendah berada pada kelas kelima dan keenam yaitu sebesar 2,8%. Artinya dari ke 36 sampel perusahaan, jumlah pengungkapan *corporate social responsibility* yang diungkapkan paling sedikit adalah 27,04 – 32,84 dan 32,85 – 38,65 sebesar 2,8%. Dapat diketahui dari hasil tersebut bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan industri *go public* selama tahun 2010 dan 2011 memiliki rentang yang cukup jauh antara kelas

interval yang paling tinggi frekuensinya dengan kelas interval lainnya. Dari tabel distribusi variabel Y di atas, maka dapat dibuat grafik histogram *pengungkapan corporate social responsibility (csr)*, sebagai berikut :



**Gambar IV.1 Grafik Histogram Variabel Y
(Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*)**

Berdasarkan gambar histogram di atas terlihat frekuensi tertinggi berada pada kelas ketiga dengan batas nyata 15,415 – 21,225 sedangkan frekuensi terendah pada kelas kelima dan keenam dengan batas nyata 27,035 – 32,845 dan 32,845 – 38,655.

Pengungkapan yang paling banyak diungkapkan adalah indikator tenaga kerja dengan sub indikator yang paling banyak diungkapkan adalah pendidikan dan pelatihan, hal ini disebabkan karena pemahaman akan pentingnya peranan sumber daya manusia dalam menunjang keberlanjutan bisnis jangka panjang tercermin pada upaya-upaya pengembangan sumber daya manusia yang terus

dilakukan secara berkesinambungan. Dan selain merupakan bentuk CSR juga nantinya akan bermanfaat dalam pengembangan human development perusahaan itu sendiri. Sedangkan yang paling sedikit adalah indikator hak asasi manusia.

2. Ukuran Perusahaan

Data mengenai Ukuran Perusahaan (variabel X) diperoleh dari *annual report* perusahaan (laporan tahunan) pada tahun 2010 dan 2012. Dari data yang dikumpulkan diperoleh nilai terendah 5,19 yang di miliki oleh perusahaan Multi Prima Sejahtera Tbk, dan nilai tertinggi 8,12 yang dimiliki oleh perusahaan Astra Internasional Tbk, nilai rata – rata (\bar{X}) sebesar 6,14 varians (S^2) sebesar 0,35 dan simpangan baku / standar deviasi (S/SD) sebesar 0,59 (perhitungan pada lampiran 6).

Distribusi frekuensi data Ukuran Perusahaan dapat dilihat pada tabel IV.2 dibawah ini. Dimana rentang kelas adalah 1,66 dan banyak kelas adalah 6 dengan perhitungan $1 + 3.3 \log 36$ serta panjang kelas interval adalah 0,49 (perhitungan lihat lampiran 5).

Tabel IV.2
Daftar Distribusi Frekuensi Variabel X (Ukuran Perusahaan)

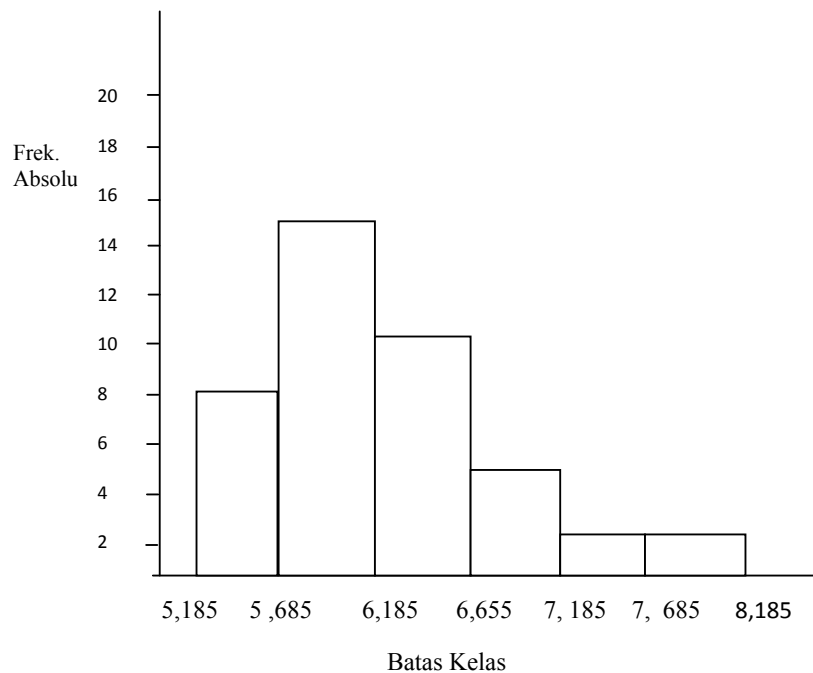
Kelas Interval	Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
5.19 - 5.68	5.185	5.685	7	19.4%
5.69 - 6.18	5.685	6.185	14	38.9%
6.19 - 6.68	6.185	6.685	9	25.0%
6.69 - 7.18	6.685	7.185	4	11.1%
7.19 - 7.68	7.185	7.685	1	2.8%
7.69 - 8.18	7.685	8.185	1	2.8%
Jumlah			36	100%

Sumber : data diolah tahun 2012

Berdasarkan tabel frekuensi variabel X (Ukuran Perusahaan) di atas dapat dilihat banyaknya kelas interval sebesar 6 kelas dan panjang kelas adalah 0,49. Untuk batas nyata satuan, batas bawah sama dengan ujung bawah dikurangi 0,005 dan batas atas sama dengan ujung atas ditambah 0,005. Frekuensi relatif Ukuran Perusahaan terbesar berada kelas kedua yaitu pada rentang 5,69 – 6,18 sebesar 38,9%. Sebanyak 38,9% dari seluruh sampel perusahaan yang memiliki Ukuran Perusahaan pada rentang 5,69 – 6,18, yaitu sebanyak 14 perusahaan.

Frekuensi relatif terendah berada pada kelas kelima dan keenam yaitu pada rentang 7,19 – 7,68 dan rentang 7,69 – 8,18 sebesar 2,8%. Artinya, hanya sebesar 2,8% dari seluruh sampel perusahaan yang memperoleh ukuran perusahaan pada rentang 7,19 – 7,68 dan 7,69 – 8,18, yaitu hanya dua perusahaan. Dapat diketahui dari hasil tersebut bahwa ukuran perusahaan, perusahaan industri go public selama tahun 2010 dan 2011 memiliki rentang yang cukup jauh antara kelas interval yang paling tinggi frekuensinya dengan kelas interval lainnya.

Dari tabel distribusi variabel X di atas, maka dapat dibuat grafik histogram ukuran perusahaan, sebagai berikut :



Gambar IV.2 Grafik Histogram Variabel X (Ukuran Perusahaan)

Berdasarkan gambar histogram di atas terlihat bahwa ukuran perusahaan tertinggi berada pada kelas keenam dengan batas nyata 5,685 – 6,185 sedangkan ukuran perusahaan terendah berada pada kelima dan keenam dengan batas nyata 7,185 – 7,685 dan 7,685 – 8,185.

B. Analisis Data

1. Uji Persyaratan Analisis

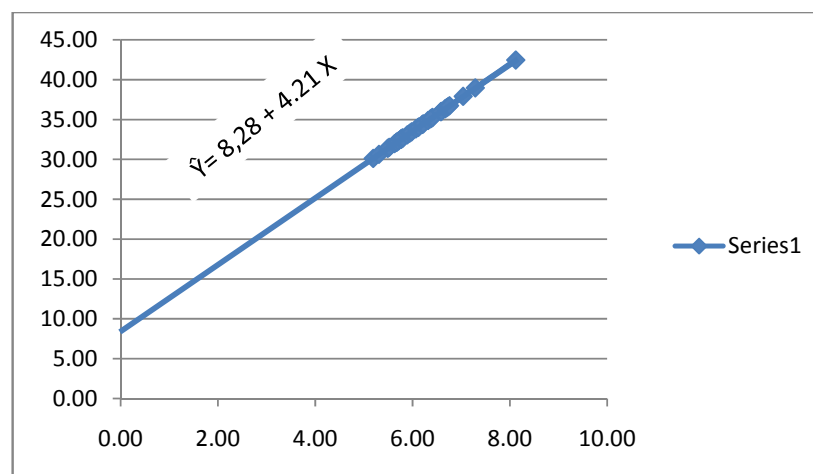
Uji normalitas galat taksiran Y atas X dilakukan untuk mengetahui apakah galat taksiran Y dan atas X berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas galat taksiran regresi Y atas X dilakukan dengan uji liliefors pada taraf $\alpha = 0,05$ untuk sampel sebanyak 36 perusahaan dengan kriteria pengujian data berdistribusi normal, apabila L hitung (L_o) < L tabel (L_t) dan jika sebaliknya maka galat taksiran regresi Y atas X tidak berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil perhitungan uji liliefors dapat disimpulkan bahwa galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil perhitungan $L_o = 0,104$ sedangkan nilai $L_t = 0,148$ yang artinya $L_o < L_t$ (perhitungan lihat lampiran 12).

2. Uji Hipotesis

Persamaan regresi yang digunakan adalah regresi linier sederhana yang bertujuan untuk mengetahui sampai sejauh mana ukuran perusahaan mempunyai hubungan fungsional dengan pengungkapan *corporate social responsibility* (csr). Hubungan yang didapat pada umumnya dinyatakan dalam bentuk matematik. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh persamaan regresi linier $\hat{Y} = 8,28 + 4,21X$ (perhitungan lihat pada lampiran 8) dimana $a = 8,28$ dan $b = 4,21$, maka dapat dikatakan bahwa setiap kenaikan satu skor X akan menaikkan nilai Y sebesar 4,21 pada konstanta 8,28.

Grafik persamaan regresi linier sederhana = linier $\hat{Y} = 8,28 + 4,21X$ dapat dilihat dibawah ini :



Gambar IV.3 Grafik Persamaan Regresi

Berdasarkan gambar di atas terlihat bahwa regresi berbentuk linier, dimana $a = 8,28$ dan $b = 4,21$ maka dapat dikatakan bahwa setiap kenaikan satu skor X akan menaikkan nilai Y sebesar 4,21 pada konstanta 8,28. Selanjutnya dilakukan uji keberatian (signifikansi) dan kelinieran menggunakan tabel ANAVA sebagai berikut :

**Tabel IV.4 Hasil Perhitungan ANAVA
Untuk Uji Keberatian dan Kelinieran Regresi**

Sumber Varians	dk	(JK)	KT	F _{hitung}	F _{tabel}	Ket
Total	36	12767.04				
Regresi (a)	1	11129.55				
Regresi (b/a)	1	218.61	218.61	5.24 *	4.13	Fo > Ft
Residu	34	1418.88	41.73			
Tuna Cocok	31	1197.85	38.64	0.52 *	8.62	Fo < Ft
Galat kekeliruan	3	221.03	73.68			

Ket :

*) : Regresi Signifikansi Fhitung (5,24) > Ftabel (1/34;0,05) (4,13)

ns) : Regresi Linier Fhitung (0,52) < Ftabel (31/1;0,05) (8,62)

Penentuan koefisien korelasi bertujuan untuk mengetahui besar kecilnya hubungan antara variabel X dengan variabel Y. Perhitungan koefisien korelasi ini menggunakan rumus koefisien korelasi product moment dari pearson. Dari hasil perhitungan diperoleh $r_{xy} = 0,37$ dengan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ dari sampel sebanyak 36 perusahaan sehingga dapat disimpulkan bahwa $r_{xy} = 0,37 > 0$ maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel X dengan variabel Y terdapat hubungan positif (perhitungan lihat lampiran 16).

Uji keberatian koefisien korelasi dilakukan dengan untuk mengetahui apakah variabel X dan variabel Y terdapat hubungan yang signifikan atau tidak. Untuk pengujian keberatian hubungan antara variabel X dan variabel Y digunakan rumus statistik t (uji-t). Dari hasil perhitungan di peroleh hasil $t_{hitung} = 2,32$ dan t_{tabel}

dengan taraf signifikansi 0,05 dengan dk $(n-2) = (36 - 2) = 30$ sebesar 1,70. Dimana H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$. Diperoleh hasil $t_{hitung} (2,05) > t_{tabel} 1,70$. Maka dapat disimpulkan terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X dengan variabel Y.

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui besarnya persentase hubungan atau kontribusi variabel bebas (ukuran perusahaan) terhadap variabel terikat (pengungkapan *corporate social responsibility*). Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi (KD) sebesar 13,69% (perhitungan lihat lampiran 18). Hal ini berarti bahwa besar kecilnya pengungkapan *corporate social responsibility* cukup signifikan dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Pengungkapan *corporate social responsibility* dipengaruhi oleh ukuran perusahaan sebesar 13,69%.

C. Interpretasi Hasil Penelitian

Berdasarkan data mentah yang diperoleh menunjukkan bahwa tidak selamanya ukuran perusahaan yang tinggi akan mempengaruhi tingginya pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini terbukti dari data yang diperoleh PT Pan Brothers Tbk, rata – rata ukuran perusahaan yang di peroleh oleh selama 2 tahun berturut – turut yaitu sebesar 6,07 sedangkan rata – rata pengungkapan *corporate social responsibility* selama 2 tahun berturut – turut hanya sebesar 7,59. Dan tidak selamanya ukuran perusahaan yang rendah akan mempengaruhi rendahnya pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini terbukti dari data yang diperoleh PT Eterindo Wahanatama Tbk, rata – rata ukuran perusahaan yang diperoleh selama 2 tahun berturut – turut hanya sebesar 5,76

sedangkan rata – rata pengungkapan *corporate social responsibility* selama 2 tahun berturut – turut cukup tinggi yaitu sebesar 34,18.

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility*, hal ini dibuktikan dengan persamaan regresi yang dihasilkan yaitu $\hat{Y} = 8,28 + 4,21X$. Dimana koefisien b positif yang artinya terdapat hubungan yang positif antara Ukuran Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil analisis juga membuktikan terdapat hubungan yang signifikan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility*, dimana diperoleh t_{hitung} sebesar 2,32 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,70 dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility*. Sehingga dapat diinterpretasikan bahwa semakin banyak jumlah asset perusahaan, maka semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini terjadi karena apabila perusahaan memperoleh total *assets* yang meningkat dari tahun sebelumnya, maka kemungkinan dalam pengungkapan *corporate social responsibility* juga akan meningkat. Mengingat total *assets* yang dimiliki perusahaan cukup besar untuk mengungkapkan *corporate social responsibility*.

Dari perhitungan pengungkapan CSR yang dilakukan dengan pemberian skor pada item-item yang digunakan oleh peneliti, dapat terlihat bahwa pengungkapan yang paling banyak diungkapkan adalah indikator tenaga kerja dengan sub indikator yang paling banyak diungkapkan adalah pendidikan dan pelatihan, hal

ini disebabkan karena pemahaman akan pentingnya peranan sumber daya manusia dalam menunjang keberlanjutan bisnis jangka panjang tercermin pada upaya-upaya pengembangan sumber daya manusia yang terus dilakukan secara berkesinambungan. Dan program – program pelatihan dan pendidikan merupakan bentuk pengungkapan CSR. Sedangkan yang paling sedikit adalah indikator hak asasi manusia.

Hal ini sejalan dengan penelitian Lisna Untari yang melakukan penelitian pada semua perusahaan barang konsumsi yang tercatat (*Go Public*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) seperti yang tercatat dalam Indonesia *Capital Market Directory* 2006-2008. Variabel independen yang digunakan adalah salah satunya ukuran perusahaan, dari hasil perhitungan ukuran perusahaan memiliki nilai $\beta_1 = 0,58$ dan nilai sig = 0,001 yang berarti lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,001 < 0,05$). Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak atau ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung mendukung hasil penelitian sebelumnya berkaitan dengan pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial seperti yang ditemukan oleh Sembiring (2005), Dessy (2005) dan Sulastini(2007) dan hasil penelitian ini juga berhasil mendukung pendapat Cowen *et.al* (1987) dalam Sembiring (2005).

Penelitian lainnya yang dilakukan Khoirunnisa dan Amilin yang melakukan penelitian pada perusahaan manufaktur go public di Bursa Efek Jakarta, dengan populasi 51 perusahaan manufaktur tahun 2005. Variabel independen yang digunakan adalah salah satunya ukuran perusahaan, dari hasil penelitian

menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pengungkapan sosial. Hasil pengujian variabel *assets* mempunyai angka signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Berdasarkan hasil analisis data dan penelitian terdahulu maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif, dan signifikan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan atau semakin besar jumlah *assets*, maka semakin tinggi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*.

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian menyadari ada keterbatasan – keterbatasan yang dialami dan tidak sepenuhnya hasil penelitian ini mencapai tingkat kebenaran yang mutlak, sehingga tidak menutup kemungkinan diadakanya penelitian lanjutan. Adapun keterbatasan yang peneliti alami dalam meneliti hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* :

Terbatasnya variabel yang diteliti. Meskipun hipotesis telah di uji secara perhitungan statistik dan menunjukkan terdapat hubungan positif antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility*, peneliti menyadari bahwa variabel bebas (ukuran perusahaan) bukanlah merupakan satu – satunya variabel yang dapat mempengaruhi *pengungkapan corporate social responsibility*.

Keterbatasan sampel. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini banyaknya 36 perusahaan industri *go public* untuk periode 2010 – 2011 sehingga penelitian ini belum mencerminkan untuk keseluruhan perusahaan industri yang *go public*.

Hal ini menyebabkan bahwa hasil penelitian ini belum sepenuhnya ada pada tingkat kebenarannya yang mutlak. Bila jumlah data yang digunakan lebih banyak maka hasilnya diharapkan akan lebih valid.

Penelitian ini memiliki keterbatasan terdapatnya unsur subjektivitas dalam menentukan indeks pengungkapan. Hal ini dikarenakan tidak adanya ketentuan baku yang dapat dijadikan acuan, sehingga penentuan indeks untuk indikator dalam kategori yang sama dapat berbeda untuk setiap peneliti.

Karena menggunakan tema pengungkapan sosial yang beraneka ragam, mengakibatkan sulit membedakan kualitas pengungkapan antara satu perusahaan dengan perusahaan lain.