

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan pasti memiliki orientasi untuk memperoleh laba bagi perusahaannya, karena tujuan perusahaan adalah target yang bersifat kuantitatif dan pencapaian target tersebut merupakan ukuran keberhasilan kinerja perusahaan, untuk itu perusahaan berusaha untuk membangun citra yang baik di masyarakat dengan memberikan perhatiannya kepada lingkungan atau tanggung jawab sosial, yang lebih dikenal dengan istilah CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu konsep bahwa perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, yang meliputi konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan bukan lagi sebagai entitas yang mementingkan diri sendiri melainkan sebuah entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosial.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Undang Undang No. 40 Tahun 2007 pasal 66 ayat (2) tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan

aktivitas tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan. Namun demikian, item-item CSR yang diungkapkan perusahaan merupakan informasi yang masih bersifat sukarela (*voluntary*), artinya terkadang beberapa item belum diungkapkan oleh perusahaan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) suatu perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, kepemilikan saham publik, ukuran dewan komisaris, pengungkapan media, kepemilikan saham pemerintah (*Government Shareholding*), kepemilikan saham asing (*Foreign Shareholding*).

Alasan utama pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan dalam tanggung jawab perusahaan adalah agar pihak investor dapat melakukan suatu *informed decision* dalam pengambilan keputusan investasi. Juga hal ini dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh nilai tambah dari kontribusi masyarakat di sekitar perusahaan termasuk dari penggunaan sumber-sumber sosial atau *social resources* (Untung, 2008).

Mengingat kebijakan perusahaan mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sangat penting untuk memelihara hubungan yang harmonis antara perusahaan dan lingkungan sekitar, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dewan komisaris, dan kepemilikan saham

publik dimana kelima faktor ini dianalisa untuk diuji pengaruhnya terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk membuat suatu penelitian skripsi dengan judul: **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Perusahaan Kabel Periode 2015-2017)”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia (Pada perusahaan kabel 2015-2017)?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia (Pada perusahaan kabel 2015-2017)?
3. Apakah leverage berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia (Pada perusahaan kabel 2015-2017)?
4. Apakah dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia (Pada perusahaan kabel 2015-2017)?
5. Apakah kepemilikan saham publik berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia (Pada perusahaan kabel 2015-2017)?

6. Apakah ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dewan komisaris dan kepemilikan saham publik berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia (Pada perusahaan kabel 2015-2017)?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia (Pada perusahaan kabel 2015-2017).
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia (Pada perusahaan kabel 2015-2017).
3. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia (Pada perusahaan kabel 2015-2017).
4. Untuk mengetahui pengaruh dewan komisaris terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia (Pada perusahaan kabel 2015-2017).
5. Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan saham public terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia (Pada perusahaan kabel 2015-2017).

6. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dewan komisaris dan kepemilikan saham public secara simultan terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia (Pada perusahaan kabel 2015-2017).

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan nantinya dapat bermanfaat sebagai referensi yang valid mengenai tema yang penulis angkat. Penelitian ini juga secara umum diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan, khususnya bagi perkembangan ilmu ekonomi baik itu bagi peneliti maupun pembaca.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan tentang kebijakan perusahaan mengenai kegiatan pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) perusahaan.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan untuk memperhatikan tanggung jawab perusahaan terhadap seluruh pemangku kepentingannya, yang meliputi konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial dan lingkungan, karena mengingat perusahaan punya tanggung jawab sosial bagi masyarakat sekitarnya dan perusahaan tidak bisa begitu saja mengabaikan masyarakat sekitarnya.

1.5 Pembatasan Masalah dan Originalitas

1.5.1. Pembatasan Masalah

Mengingat luasnya permasalahan yang harus diteliti serta untuk menghindari ketidakjelasan dalam permasalahan maka penulis membatasi masalah hanya membahas beberapa faktor yang mempengaruhi CSR yakni ukuran perusahaan, profitabilitas yang diwakili dengan rasio *Net Profit Margin* (NPM), leverage, dewan komisaris, dan kepemilikan saham.

1.5.2 Originalitas

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Marzully Nur dan Denies Priantinah (2013) dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori *High Profile* yang *Listing* Di Bursa Efek Indonesia)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, kepemilikan saham publik dan pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Dewan komisaris dan *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Adapun profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik, dewan komisaris, *leverage* dan pengungkapan media (*media exposure*) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah (1) objek penelitian terdahulu adalah perusahaan berkategori *high profile* yang *listing* Di Bursa Efek Indonesia sedangkan objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) (2) Tahun pengamatan

penelitian terdahulu adalah tahun 2008-2010 sedangkan tahun pengamatan pada penelitian ini adalah tahun 2015-2017 (3) Variabel independen profitabilitas pada penelitian terdahulu diwakili oleh rasio *Return on Asset* (ROA) sedangkan dalam penelitian ini profitabilitas diwakili oleh rasio *Net Profit Margin* (NPM).

1.6 Sistematika Penulisan

Sebagai gambaran umum dari sistematika penulisan proposal ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis akan membahas dan menguraikan sub bab yaitu tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini menguraikan beberapa teori yang akan mendasari penulisan proposal ini berisikan uraian teori teori yang akan digunakan dalam penelitian, hasil penelitian yang relevan, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini dibahas mengenai objek penelitian, jenis penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional, dan jadwal penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi data penelitian, hasil penelitian dan pembahasan sesuai dengan rumusan masalah yang telah dibuat dan hipotesis dalam penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran sesuai dengan pembahasan yang telah dibuat, untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Perusahaan dan Lingkungan Perusahaan

Perusahaan adalah suatu tempat untuk melakukan kegiatan proses produksi barang atau jasa. Hal ini disebabkan karena kebutuhan manusia digunakan langsung dan harus melewati sebuah proses disuatu tempat, sehingga inti dari suatu perusahaan adalah tempat melakukan proses sampai bisa langsung digunakan oleh manusia. Secara umum semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul semakin besar pula (Maria Wijaya, 2012).

Stakeholder merupakan individu, sekelompok manusia, komunitas atau masyarakat baik secara keseluruhan maupun secara parsial yang memiliki hubungan serta kepentingan terhadap perusahaan. Individu, kelompok, komunitas, atau masyarakat bisa dikatakan sebagai *stakeholder* jika memiliki karakteristik seperti mempunyai kekuasaan, legitimasi, dan kepentingan terhadap perusahaan. Jika diperhatikan secara seksama dari definisi diatas telah terjadi perubahan mengenai siapa saja yang termasuk dalam pengertian *stakeholder* perusahaan. Sekarang ini perusahaan tidak lagi memandang *stakeholder* mereka hanya investor dan kreditur. Konsep yang mendasari mengenai siapa saja yang termasuk *stakeholder* perusahaan sekarang ini telah berkembang mengikuti perubahan lingkungan bisnis dan kompleksnya aktivitas perusahaan.

Pemerintah bisa dikatakan sebagai salah satu *stakeholder* perusahaan karena pemerintah mempunyai kepentingan atas aktivitas dan keberadaan perusahaan sebagai salah satu elemen sistem sosial dalam sebuah negara. Oleh karena itu,

perusahaan tidak bisa mengabaikan eksistensi pemerintah dalam melakukan operasinya karena perusahaan akan terikat dengan berbagai peraturan yang dibuat oleh pemerintah.

Perusahaan merupakan bagian dari sistem sosial yang ada dalam sebuah wilayah baik bersifat lokal, nasional, maupun internasional, artinya perusahaan merupakan bagian dari masyarakat secara keseluruhannya. Perusahaan dalam hal ini merupakan bagian dari beberapa elemen yang membentuk masyarakat dalam sistem sosial yang berlaku. Keadaan tersebut kemudian menciptakan sebuah hubungan timbal balik antara perusahaan dan *stakeholder* yang berarti perusahaan harus melaksanakan peranannya secara dua arah untuk memenuhi kebutuhan perusahaan sendiri maupun *stakeholder* lainnya dalam sistem sosial.

Hubungan timbal balik antara perusahaan dengan *stakeholder* akan selalu terjadi dikarenakan segala sesuatu yang dilakukan dan dihasilkan oleh perusahaan akan saling mempengaruhi satu dengan lainnya sehingga tidaklah tepat jika perusahaan mengabaikan para *stakeholder*.

2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimaksudkan untuk mendorong dunia usaha lebih etis dalam menjalankan aktivitasnya agar tidak berpengaruh atau berdampak buruk terhadap masyarakat dan lingkungan hidup, sehingga pada akhirnya dunia usaha akan dapat bertahan secara berkelanjutan untuk memperoleh manfaat ekonomi yang menjadi tujuan dibentuknya dunia usaha. Menurut Lindrianasari dalam Devinta (2012) bahwa intensitas pengungkapan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan adalah sebagai

salah satu cara perusahaan dari sisi ekonomi untuk membangun, memperhatahankan, dan melegimitasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis.

Beberapa pasal yang terkait dengan kewajiban untuk melaksanakan program CSR dalam Undang Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, antara lain:

Pasal 2

Setiap Perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Pasal 3

1. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai mana dimaksud dalam pasal 2 menjadi kewajiban bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang yang berkaitan dengan sumberdaya alam berdasarkan Undang-Undang.
2. Kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan baik didalam maupun diluar lingkungan Perseroan.

Pasal 4

1. Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan oleh Direksi berdasarkan rencana kerja tahunan Perseroan setelah mendapat persetujuan Dewan Komisaris atau RUPS sesuai dengan anggaran dasar Perseroan, kecuali ditentukan lain dalam peraturan perundang-undangan.
2. Rencana kerja tahunan perseroan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Pasal 5

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam, dalam menyusun dan menetapkan rencana kegiatan dan anggaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (2) harus memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
2. Realisasi anggaran untuk pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilaksanakan oleh perseroan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diperhitungkan sebagai biaya perseroan.

Kini telah terbit peraturan pemerintah Nomor 47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, dimana Peraturan Pemerintah ini melaksanakan ketentuan Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Dalam peraturan pemerintah ini diatur mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan yang bertujuan mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi komunitas setempat dan masyarakat pada umumnya maupun Perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, dalam peraturan pemerintah ini diatur mengenai:

1. Tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh Perseroan dalam menjalankan kegiatan usahanya di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang.

2. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dilakukan di dalam ataupun diluar lingkungan Perseroan
3. Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan berdasarkan rencana kerja tahunan yang memuat rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaannya.
4. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan disusun dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
5. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan wajib dimuat dalam laporan tahunan Perseroan untuk dipertanggung jawabkan kepada RUPS.
6. Penegasan pengaturan pengenaan sanksi Perseroan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
7. Perseroan yang telah berperan dan melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat diberikan penghargaan oleh instansi yang berwenang.

Association of Chartered Certified Accountants (ACCA) menyatakan bahwa pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).

Sustainability Reporting meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi. *Sustainability Reporting* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *sustainability development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

Salah satu badan yang aktif mengeluarkan pedoman bagi perusahaan terkait pengungkapan lingkungan hidup adalah *Global Reporting Initiative* (GRI). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* atau *CSR Disclosure* menggunakan indikator dari *Global Reporting Initiative* (GRI) dengan jumlah 79 pengungkapan yang meliputi: *economic (EC)*, *environment (EN)*, *human rights (HR)*, *labor practices (LP)*, *product responsibility (PR)* dan *society (SO)*. Penghitungan indeks pengungkapan CSR atau tanggung jawab sosial bersumber dari badan atau organisasi GRI, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{CSRDI} = \frac{\text{Jumlah item informasi CSR yang diungkapkan}}{79 \text{ item informasi CSR versi GRI}}$$

2.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata tingkat penjualan dan rata-rata aktiva. Menurut Cowen *et al.* dalam Maria Wijaya (2012), 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. Hal tersebut menyebabkan, perusahaan yang lebih besar dituntut untuk memperlihatkan/mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan

tahunan yang dibuat. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Ketersediaan sumber daya dan dana membuat perusahaan merasa perlu membiayai penyediaan informasi untuk pertanggungjawaban sosialnya. Di samping itu, perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil. Alasan lain adalah perusahaan besar dan memiliki biaya keagenan yang lebih besar tentu akan mengungkapkan informasi yang lebih luas, hal ini dilakukan untuk mengurangi biaya keagenan yang dikeluarkan oleh perusahaan (Yulita, 2010).

Salah satu ukuran perusahaan adalah nilai total aktiva perusahaan. Adapun rumus ukuran perusahaan bersumber dari penelitian relevan oleh Marzully Nur dan Denies Priantinah (2012) sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Log} (\text{Nilai Total Aktiva})$$

2.4 Profitabilitas

Menurut Amran dan Devi dalam Marzully Nur dan Denies Priantinah (2012) menyatakan bahwa suatu perusahaan yang memiliki profit besar harus aktif melakukan CSR. Dengan profitabilitas yang tinggi, akan memberikan kesempatan yang lebih besar kepada manajemen dalam mengungkapkan serta melakukan program CSR. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan tersebut.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang merupakan hasil bersih dari kebijakan-kebijakan manajemen baik dalam mengelola likuiditas, aset ataupun utang perusahaan (Brigham dalam Maria Wijaya, 2012).

Belkaoui dan Karpik dalam Maria Wijaya (2012) mengatakan bahwa dengan kepeduliannya terhadap masyarakat (sosial) menghendaki manajemen untuk membuat perusahaan menjadi *profitable* atau menghasilkan laba yang bisa disisihkan untuk kepentingan masyarakat.

Penelitian Bowman dan Haire dalam Maria Wijaya (2012) menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan tanggung jawab sosial.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dari modal yang digunakan untuk menghasilkan laba, semakin tinggi profitabilitas berarti semakin baik dan semakin meningkat kemakmuran perusahaan.

Banyak ukuran atau rasio keuangan yang bisa digunakan untuk menghitung tingkat profitabilitas perusahaan dimana dalam penelitian ini rasio yang digunakan sebagai ukuran profitabilitas penelitian adalah rasio *Net Profit Margin* (NPM). Adapun rumus untuk menghitung rasio NPM yaitu:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

(Kasmir, 2013)

2.5 Leverage

Menurut Anggraini dalam Rina Trisnawati (2014) menyatakan bahwa semakin tinggi *leverage* maka semakin besar kemungkinan perusahaan akan

mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang. Supaya laba yang dilaporkan lebih tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial, supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi (mengurangi biaya pengungkapan).

Menurut Belkaoui dan Karpik dalam Marzully Nur dan Denies Priantinah (2012) bahwa keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Aulia (2011) dan Lidya (2011) juga menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Tingkat *leverage* digunakan untuk melihat kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan semua kewajibannya kepada pihak lain. Perusahaan yang mempunyai proporsi utang lebih banyak dalam struktur permodalannya akan mempunyai biaya keagenan yang lebih besar.

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar

untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri.

Rasio *leverage* adalah rasio untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jika perusahaan tersebut dilikuidasi. Rasio ini disebut juga dengan rasio pengungkit (*leverage*) yaitu menilai batasan perusahaan dalam meminjam uang. Ada beberapa rasio *leverage* yang bisa digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban dimana dalam penelitian ini digunakan rasio *Debt to Equity Ratio* (DER) dengan rumus yaitu:

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Ekuitas}}$$

(Kasmir, 2013)

2.6 Dewan Komisaris

Dewan Komisaris merupakan wakil *shareholder* dalam entitas bisnis yang berbadan hukum Perseroan Terbatas (PT). Dewan Komisaris berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi) dan bertanggung-jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian internal perusahaan.

Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen agar mengungkapkan informasi CSR lebih banyak, sehingga dapat dijelaskan bahwa perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan CSR. Sebagai wakil dari prinsipal di dalam perusahaan, dewan komisaris dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial,

karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi di dalam entitas. Dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan, maka *image* perusahaan akan semakin baik (Gray *et al.* dalam Marzully Nur dan Denies Priantinah, 2012).

Ukuran dewan komisaris yang dimaksud adalah jumlah anggota dewan komisaris dalam perusahaan. Berdasarkan teori agensi, dewan komisaris merupakan mekanisme pengendali internal tertinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak.

Individu yang bekerja sebagai anggota dewan komisaris merupakan hal penting dalam memonitor aktivitas manajemen secara efektif. Dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan akan dipandang lebih baik karena pihak luar akan menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan perusahaan secara lebih objektif dibanding perusahaan yang memiliki susunan dewan komisaris yang hanya berasal dari dalam perusahaan. Berkaitan dengan ukuran dewan komisaris, Coller dan Gregory dalam Rina Trisnawati (2014) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah mengendalikan *CEO* dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkan CSR.

Dewan Komisaris (DK) adalah banyaknya jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan. Pengukuran Dewan Komisaris dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$DK = \sum \text{Dewan Komisaris Perusahaan}$$

2.7 Kepemilikan Saham Publik

Perusahaan *go public* dan telah terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah perusahaan-perusahaan yang memiliki proporsi kepemilikan saham oleh publik, yang artinya bahwa semua aktivitas dan keadaan perusahaan harus dilaporkan dan diketahui oleh publik sebagai salah satu bagian pemegang saham. Akan tetapi tingkat kepemilikan sahamnya berbeda-beda satu dengan yang lainnya. Hasil penelitian oleh Hasibuan dalam Marzully Nur dan Denies Priantinah (2012) menjelaskan bahwa semakin tinggi rasio atau tingkat kepemilikan publik dalam perusahaan diprediksi akan melakukan tingkat pengungkapan yang lebih luas.

Kepemilikan saham oleh publik adalah jumlah saham yang dimiliki oleh publik. Pengertian publik disini adalah pihak individu di luar manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan (Mulyono, 2010). Semakin besar saham yang dimiliki oleh publik, akan semakin banyak informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan, investor ingin memperoleh informasi seluas-luasnya tentang tempat berinvestasi serta dapat mengawasi kegiatan manajemen, sehingga kepentingan dalam perusahaan terpenuhi (Rahajeng, 2010). Perusahaan yang memiliki pemegang saham publik akan terdorong untuk mengungkapkan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) lebih banyak (Cahyono, 2010).

Kepemilikan saham publik diukur dengan rasio jumlah saham yang dimiliki publik terhadap total saham secara keseluruhan (Cahyono, 2010) dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Kepemilikan Saham Publik} = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham oleh Publik}}{\text{Total Saham Perusahaan yang Beredar}}$$

2.8 Hasil Penelitian yang Relevan

1. Penelitian yang dilakukan oleh Marzully Nur dan Denies Priantinah (2012) dengan judul “Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan Berkategori High Profile yang Listing di Bursa Efek Indonesia). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik, dewan komisaris, *leverage* dan pengungkapan media terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Pemilihan variabel yang digunakan dalam penelitian ini karena berbagai hasil penelitian menunjukkan hasil yang inkonsisten, selain itu pemilihan variabel pengungkapan media karena variabel ini masih jarang digunakan dalam penelitian di Indonesia yang mengkaji faktor-faktor pengungkapan CSR. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan berkategori *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2008-2010 dengan 177 perusahaan. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sehingga diperoleh 66 sampel penelitian. Metode analisis yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, kepemilikan saham publik dan pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Dewan komisaris dan *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Adapun profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik, dewan komisaris, *leverage* dan pengungkapan media (*media exposure*) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yaitu terdapat unsur subjektivitas pada penilaian indeks CSR, penilaian pengungkapan media hanya menggunakan *website* perusahaan, dan terdapat berbagai kriteria dalam penentuan perusahaan berkategori *high profile*, sehingga terdapat berbagai macam klasifikasi *high profile* menurut berbagai peneliti.

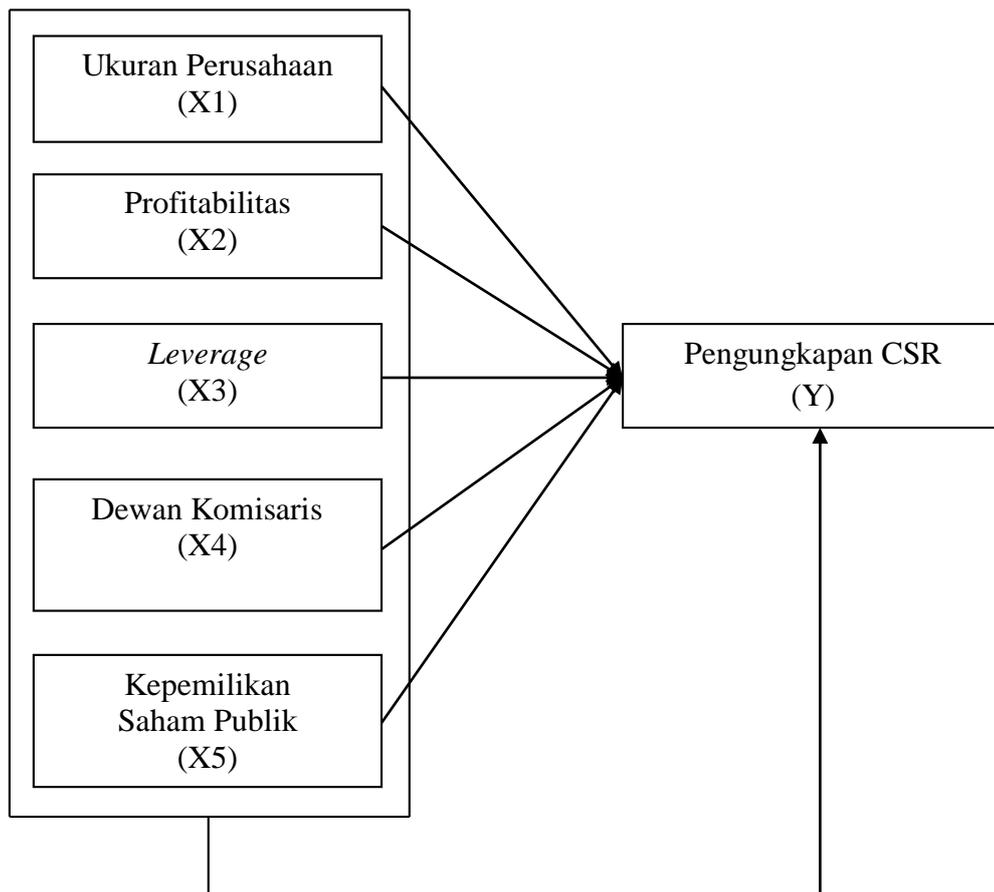
2. Penelitian yang dilakukan oleh Maria Wijaya (2012) meneliti tentang “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”. Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk memperoleh bukti empiris adanya pengaruh faktor ukuran perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, *leverage*, kinerja lingkungan perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2008-2010. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sampel dipilih dengan metode *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, *leverage* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, kinerja

lingkungan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Keterbatasan penelitian ini: (1) Terdapat unsur subjektivitas dalam menentukan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini dikarenakan tidak adanya ketentuan baku yang dapat dijadikan acuan sehingga penentuan indeks untuk indikator dalam katagori yang sama dapat berbeda untuk setiap peneliti; (2) Penelitian ini hanya mengidentifikasi 5 faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan perusahaan karena keterbatasan waktu penelitian; dan (3) Dalam penelitian ini sampel yang digunakan hanya perusahaan manufaktur saja sehingga perusahaan yang dijadikan sampel tidak dapat mewakili keseluruhan perusahaan yang ada di Indonesia.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Mungky Felicia dan Ni Ketut Rasmini (2015) dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage* dan tipe perusahaan terhadap kebijakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2010-2012. Data yang dikumpulkan dengan metode *purposive sampling*, diperoleh sebanyak 73 perusahaan yang menjadi sampel penelitian. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan

tipe perusahaan berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2012.

2.9 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.10 Hipotesis

H1: Diduga bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Perusahaan Kabel Periode 2015-2017).

H2: Diduga bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Perusahaan Kabel Periode 2015-2017).

H3: Diduga bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Perusahaan Kabel Periode 2015-2017).

H4: Diduga bahwa dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Perusahaan Kabel Periode 2015-2017).

H5: Diduga bahwa kepemilikan saham publik berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Perusahaan Kabel Periode 2015-2017).

H6: Diduga bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dewan komisaris dan kepemilikan saham publik secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Perusahaan Kabel Periode 2015-2017).

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penulis mengambil objek penelitian ini pada perusahaan Sub Sektor Kabel yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel yang diteliti ada enam yaitu variabel X: ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dewan komisaris dan kepemilikan saham publik, variabel Y: pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dimana menurut Sugiyono (2017) penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini ingin memberikan bukti empiris tentang hipotesis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dewan komisaris dan kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Perusahaan Kabel Periode 2015-2017).

3.3 Populasi dan Sampel

Menurut pendapat Sugiyono (2017), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik

tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1
Data Perusahaan yang Menjadi Populasi

No	Kode	Nama Emiten
1	JECC	PT. Jembo Kabel Company Tbk
2	KBLM	PT. Kabelindo Murni Tbk
3	KBLI	PT. KMI Wire and Cable Tbk
4	IKBI	PT. Sumi Indo Kabel Tbk
5	SCCO	PT. Supreme Cable Manufacturing & Commerce Tbk
6	VOKS	PT. Voksel Electric Tbk

Sumber: www.idx.co.id, 2019

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Beberapa pertimbangannya yaitu:

1. Perusahaan kabel tersebut mempublikasikan laporan keuangan tahunan selama 3 tahun berturut-turut dari tahun 2015-2017.
2. Tanggal laporan keuangan tahunan adalah per 31 Desember sesuai dengan tanggal laporan keuangan yang berlaku di Indonesia.

Berdasarkan beberapa pertimbangan tersebut maka diperoleh sampel sebanyak 5 perusahaan kabel dengan rincian pada tabel berikut ini:

Tabel 3.2
Data Perusahaan yang Menjadi Sampel

No	Kode	Nama Emiten
1	JECC	PT. Jembo Kabel Company Tbk
2	KBLM	PT. Kabelindo Murni Tbk
3	KBLI	PT. KMI Wire and Cable Tbk
4	SCCO	PT. Supreme Cable Manufacturing & Commerce Tbk
5	VOKS	PT. Voksel Electric Tbk

Sumber: www.idx.co.id, 2019

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data bentuk jadi yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh/dicatat oleh pihak lain) yang berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan Sub Sektor Kabel yang dipublikasikan melalui *website* Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dari tahun 2015-2017.

3.4.2 Sumber Data

Data dalam penelitian ini bersumber dari data yang dipublikasikan melalui *website* Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut pendapat Sugiyono (2017), bila dilihat dari sumber datanya maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi yaitu data diperoleh dari dokumen berupa laporan tahunan pada perusahaan Sub Sektor Kabel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang dilakukan dengan cara mengunduh laporan tahunan melalui *website* Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

3.6 Definisi Operasional dan Varibel Penelitian

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan ada dua meliputi variabel dependen/variabel Y (variabel terikat) yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan variabel independen/variabel X (variabel bebas) yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dewan komisaris dan kepemilikan saham publik

3.6.1 Variabel Y (Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*)

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* atau *CSR Disclosure* menggunakan indikator dari *Global Reporting Initiative* (GRI) dengan jumlah 79 pengungkapan yang meliputi: *economic* (EC), *environment* (EN), *human rights* (HR), *labor practices* (LP), *product responsibility* (PR) dan *society* (SO). Penghitungan indeks pengungkapan *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{CSRDI} = \frac{\text{Jumlah item informasi CSR yang diungkapkan}}{79 \text{ item informasi CSR versi GRI}}$$

3.6.2 Variabel X

1. Salah satu ukuran perusahaan adalah dengan logaritma natural total aset perusahaan. Adapun rumus ukuran perusahaan sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Log} (\text{Nilai Total Aktiva})$$

2. Banyak ukuran atau rasio keuangan yang bisa digunakan untuk menghitung tingkat profitabilitas perusahaan dimana dalam penelitian ini rasio yang digunakan sebagai ukuran profitabilitas penelitian adalah rasio *Net Profit Margin* (NPM). Adapun rumus untuk menghitung rasio NPM yaitu:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

3. Rasio *leverage* adalah rasio untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jika perusahaan tersebut dilikuidasi. Rasio ini disebut juga dengan rasio pengungkit (*leverage*) yaitu menilai batasan perusahaan dalam meminjam uang. Ada beberapa rasio *leverage* yang bisa digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban, dalam penelitian ini digunakan rasio *Debt to Equity Ratio* (DER) dengan rumus:

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Ekuitas}}$$

4. Dewan Komisaris (DK) adalah banyaknya jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan. Pengukuran Dewan Komisaris dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$DK = \sum \text{Dewan Komisaris Perusahaan}$$

5. Kepemilikan saham publik diukur dengan rasio jumlah saham yang dimiliki publik terhadap total saham secara keseluruhan (Cahyono, 2010) dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Kepemilikan Saham Publik} = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham oleh Publik}}{\text{Total Saham Perusahaan yang Beredar}}$$

3.7 Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Tujuannya untuk melihat pengaruh hubungan variabel indenpen yang lebih dari satu dan variabel dependen dengan skala pengukuran atau rasio dalam suatu persamaan linear. Pada penelitian ini menggunakan analaisis regresi linier

berganda dikarenakan variabel bebasnya lebih dari satu. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini yaitu:

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

Y	= Pengungkapan CSR
α	= Konstanta (tetap)
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$	= Koefisien regresi
X1	= Ukuran perusahaan
X2	= Profitabilitas
X3	= <i>Leverage</i>
X4	= Dewan Komisaris
X5	= Kepemilikan saham publik
e	= <i>Error</i> (kesalahan)

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) berguna untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel sangat terbatas atau sangat lemah. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua hasil informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Untuk mengetahui besarnya hubungan atau korelasi variabel, maka dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 3.3
Interprestasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80-1,000	Sangat Kuat
0,60-0,799	Kuat
0,40-0,599	Cukup Kuat
0,20-0,399	Rendah
0,00-0,199	Sangat Rendah

Sumber: Syofian Siregar (2013)

3. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara simultan dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan tingkat signifikansi 0,05 (alpha= 5%), ketentuannya yaitu:

1. Jika signifikansinya $\leq 0,05$, maka hipotesisnya diterima. Ini berarti bahwa suatu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika signifikansinya $> 0,05$, maka hipotesisnya ditolak. Ini berarti bahwa suatu variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

4. Uji Parsial (Uji t)

Setelah melakukan uji secara simultan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian untuk menganalisis kemampuan masing-masing variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dengan melakukan uji t. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi tingkat 0,05 (alpha= 5%). Ketentuan atau dasar keputusan dalam hal penerimaan atau penolakan hipotesis sebagai berikut:

1. Jika signifikansinya $\leq 0,05$, maka hipotesisnya diterima. Ini berarti bahwa secara parsial suatu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika signifikansinya $> 0,05$, maka hipotesisnya ditolak. Ini berarti bahwa secara parsial suatu variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Ketentuan atau dasar keputusan dalam hal penerimaan atau penolakan hipotesis bisa juga menggunakan t hitung dan t tabel dengan dasar keputusan uji t sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak berpengaruh.
2. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya berpengaruh.