

THE EFFECT OF COMPANY CHARACTERISTICS ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN PT. ANGKASA TEMPLE II

Afifah Zahrol Hayat¹ Nunik Nurmalsari²

¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja Subang, Indonesia

²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja Subang, Indonesia

Email: nuniknurmalsari90@gmail.com

INFO ARTIKEL

Histori Artikel :

Tgl. Masuk: 20 Maret 2021

Tgl. Diterima: 30 Maret 2021

Tersedia Online: 24 Januari 2022

Keywords:

*Corporate Social
Responsibility, size,
profitabilitas, leverage, growth*

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) is basically a need for companies to be able to interact with the community around the company. The company needs to adapt and to get social benefits from interacting with the surrounding community in the form of trust. CSR is certainly very closely related to corporate culture and business ethics that must be possessed by corporate culture, because to implement CSR itself requires a culture based on adaptive ethics.

This research is a descriptive verification study, with a quantitative approach. The population used in this study is the financial statements of PT. ANGKASA PURA II since Go Public. Based on the sampling criteria in this study are financial statements from 2014-2018. Data collection techniques used in this study are documentation techniques by collecting and utilizing data that has been available as a source of information. The data used are secondary data in the form of annual reports (annual report) and financial reports (financial report) of PT. Angkasa Pura II, which has been published. The dependent variable in this study is the disclosure of corporate social responsibility (Corporate Social Responsibility). The independent variables in this study are company characteristics which are proxied by company size (size), profitability, leverage, and company growth. Company size, profitability, leverage, and company growth have no effect on Corporate Social Responsibility.

Overall, the results of this study that size, profitability, leverage and growth variables do not affect corporate social responsibility.

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu konsep akuntansi yang dapat membawa perusahaan agar melaksanakan tanggung jawabnya terhadap lingkungan dan masyarakat. Corporate Social Responsibility (CSR) timbul sebagai akibat dari keberadaan perusahaan-perusahaan yang aktivitasnya selain memberi banyak manfaat tetapi

menimbulkan banyak dampak negatif. Dampak negatif tersebut terutama dirasakan oleh masyarakat sekitar yang berada dekat dengan perusahaan. Corporate Social Responsibility (CSR) juga merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang

berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Penerapan *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan dapat diwujudkan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang disosialisasikan ke public dalam laporan tahunan perusahaan (Suhandri M. Putri, dkk, 2007).

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) memperluas kewajiban perusahaan tersebut dengan kewajiban untuk peduli terhadap kemajuan dan kesejahteraan masyarakat lokal di mana perusahaan tersebut berdomisili dan atau menjalankan aktivitas operasionalnya. Kewajiban terakhir ini dapat dilakukan perusahaan melalui berbagai bentuk kegiatan yang idealnya cocok dengan strategi dan *inti bisnis* dari perusahaan itu sendiri (Michel E. Porter dan Mark R. Kramer: 2007).

Undang-undang telah mengatur pelaksanaan CSR dengan menerbitkan undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga telah diatur dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 paragraf 9 tentang pengungkapan dampak lingkungan.

Perusahaan adalah keseluruhan perbuatan yang dilakukan secara terus menerus, bertindak ke luar untuk mendapatkan penghasilan dengan cara memperdagangkan, menyerahkan barang, atau pengadaan perjanjian perdagangan (H.M.N. Purwosutjipto, 2007:15).

Perusahaan merupakan bagian dari masyarakat dan lingkungan, keberadaannya tidak terlepas dari masyarakat dan lingkungan. Perusahaan tidak boleh mengembangkan diri sendiri dengan tidak memperhatikan masyarakat dan lingkungan. Dampak dari aktivitas perusahaan tidak hanya dirasakan oleh pihak yang terkait langsung dengan

perusahaan. Keberadaan suatu perusahaan tentunya akan menimbulkan dampak bagi beberapa pihak. Tidak hanya berdampak bagi para pemegang saham saja, namun juga berdampak bagi para pemangku kepentingan lainnya seperti konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Perusahaan merupakan bagian dari masyarakat dan lingkungan, keberadaan perusahaan tersebut tidak terlepas dari masyarakat dan lingkungan.

Saat perusahaan semakin berkembang, maka tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkunganpun semakin tinggi karena adanya aktivitas perusahaan yang tidak terkendali terhadap berbagai sumber daya untuk meningkatkan laba perusahaan. Oleh karena itu, tanggung jawab perusahaan tidak hanya kepada para *shareholder* saja akan tetapi perusahaan juga harus bertanggung jawab kepada masyarakat dan lingkungan sekitar dengan memperhitungkan dampak sosial (*Stakeholder Orientation*). Tanggung jawab perusahaan terhadap para *stakeholder* tersebut yang memunculkan istilah tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Corporate Social Responsibility (CSR) juga bisa terjadi pada perusahaan jasa, dalam hal ini salah satu perusahaan pengelola bandara di Indonesia yaitu PT. Angkasa Pura II dengan memiliki beberapa cabang bandara di Indonesia. PT Angkasa Pura II (Persero) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dalam bidang usaha pelayanan jasa kebandarudaraan dan pelayanan jasa terkait bandar udara di wilayah Indonesia Barat. Angkasa Pura II telah mendapatkan kepercayaan dari Pemerintah Republik Indonesia untuk mengelola dan mengupayakan perusahaan Pelabuhan Udara Jakarta Cengkareng yang kini berubah nama menjadi Bandara Internasional Jakarta

Soekarno-Hatta serta Bandara Halim Perdanakusuma sejak 13 Agustus 1984.

Kiprah Angkasa Pura II telah menunjukkan kemajuan dan peningkatan usaha yang pesat dalam bisnis jasa kebandarudaraan melalui penambahan berbagai sarana prasarana dan peningkatan kualitas pelayanan pada bandara yang dikelolanya. Di bawah ini ada beberapa bandara yang dikelola oleh PT. Angkasa Pura II, yaitu:

NO.	NAMA BANDARA
1.	Bandara Soekarno-Hatta (Jakarta)
2.	Halim Perdanakusuma (Jakarta)
3.	Kualanamu (Medan)
4.	Supadio (Pontianak)
5.	Minangkabau (Padang)
6.	Sultan Mahmud Badaruddin II (Palembang)
7.	Sultan Syarif Kasim II (Pekanbaru)
8.	Husein Sastranegara (Bandung)
9.	Sultan Iskandarmuda (Banda Aceh)
10.	Raja Haji Fisabilillah (Tanjungpinang)
11.	Sultan Thaha (Jambi)
12.	Depati Amir (Pangkal Pinang)
13.	Silangit (Tapanuli Utara)

Sumber: BandaraSoekarnoHatta.com

PT Angkasa Pura II (Persero) akan menambah jumlah bandara yang akan dikelola kelolaan bandar udara (bandara). Pada tahun 2018 ini direncanakan ada 9 bandara yang ditambah di sejumlah wilayah di Indonesia. Antara lain bandara di Sabang, Wirasaba, Banyuwangi, Palangka Raya, Bengkulu, Belitung, Jember, Majalengka, dan Kertajati. Selain penambahan pengelolaan bandara, AP II juga akan meningkatkan kapasitas bandara yang saat ini sudah mulai berkurang. Salah satunya bandara Kualanamu yang saat ini sudah mencapai 10 juta, padahal kapasitas terminal hanya 9 juta.

Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) diwujudkan dalam bentuk kegiatan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) sesuai Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor: PER-02/MBU/7/2017 Tanggal 05

Juli 2017 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor: PER-09/MBU/07/2015 tentang Program Kemitraan dan Program bina Lingkungan Badan Usaha Milik Negara. Program tanggung jawab sosial Angkasa Pura II sebagai berikut:

NO.	Program Corporate Social Responsibility	
1.	Program Kemitraan	a. Perdagangan b. Industri c. Pertanian d. Perkebunan e. Perikanan f. Peternakan g. Jasa dan lainnya.
2.	Program Bina Lingkungan	a. Bantuan Sarana Pendidikan Dan Pelatihan b. Bantuan Korban Bencana Alam. c. Bantuan Sarana Ibadah. d. Bantuan Sarana Kesehatan. e. Bantuan Sarana Umum. f. Bantuan Untuk Pelestarian Alam (Penhijauan). g. Bantuan Sosial Kemasyarakatan Dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan
3.	Pemberian hewan kurban berupa sapi	Pemberian hewan kurban berupa sapi dalam rangka memperingati Hari Raya Idul Adha yang dilakukan di seluruh Kantor Cabang PT Angkasa Pura II (Persero).
4.	Kegiatan Mudik Bareng	Kegiatan Mudik Bareng menggunakan 48 armada bus dengan tujuan berbagai daerah, seperti: Bandar Lampung, Semarang, Solo dan Yogyakarta.

Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi

berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Tujuan diberlakukannya kewajiban Corporate Social Responsibility (CSR) adalah untuk tetap menciptakan hubungan Perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat.

Berbagai penelitian terdahulu telah dilakukan untuk menganalisis pengaruh karakteristik perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR), namun belum menunjukkan hasil yang konsisten. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Rizkia Anggita Sari (2012) menunjukkan variabel *size* berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Rizkia Anggita Sari (2012) bahwa variabel profitabilitas perusahaan yang diukur dengan Return on Asset (ROA) berpengaruh positif terhadap CSR. Perusahaan dengan laba yang tinggi akan menjadi sorotan, untuk mengurangi tekanan tersebut perusahaan akan mengeluarkan biaya yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Rizkia Anggita Sari (2012) bahwa variabel leverage perusahaan yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) tidak berpengaruh terhadap CSR. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Rizkia Anggita Sari (2012) bahwa variabel pertumbuhan perusahaan (*Growth*) yang diukur dengan rasio pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap CSR.

KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Manajemen Keuangan

Sutrisno (2012:3) menyebutkan bahwa "Manajemen keuangan atau sering disebut pembelanjaan dapat diartikan sebagai semua aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan usaha-usaha mendapatkan dana perusahaan dengan biaya yang murah serta usaha untuk menggunakan dan mengalokasikan dana tersebut secara efisien. Usaha

mendapatkan dana sering disebut pembelanjaan pasif, dan bila kita lihat di neraca akan terlihat di sisi pasiva, sedangkan usaha mengalokasikan dana disebut pembelanjaan aktif dan neraca akan terlihat di sisi aktiva".

Sutrisno (2012:5) menyebutkan bahwa fungsi manajemen keuangan terdiri dari tiga keputusan utama yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan: keputusan investasi, keputusan pendanaan, dan keputusan dividen. Masing-masing keputusan harus berorientasi pada pencapaian tujuan perusahaan. Kombinasi dari ketiganya akan memaksimalkan nilai perusahaan.

Keputusan investasi adalah masalah bagaimana manajer keuangan harus mengalokasikan dana ke dalam bentuk-bentuk investasi yang akan dapat mendatangkan keuntungan di masa yang akan datang. Keputusan pendanaan ini sering disebut sebagai kebijakan struktur modal. Pada keputusan ini manajer keuangan dituntut untuk mempertimbangkan dan menganalisis kombinasi dari sumber-sumber dana yang ekonomis bagi perusahaan guna membiayai kebutuhan-kebutuhan investasi serta kegiatan usahanya. Dividen merupakan bagian keuntungan yang dibayarkan oleh perusahaan kepada para pemegang saham. Oleh karena itu dividen ini merupakan bagian dari penghasilan yang diharapkan oleh pemegang saham.

B. Kinerja Perusahaan

Kinerja adalah hasil yang diperoleh oleh suatu organisasi baik organisasi tersebut bersifat *profit oriented* dan *non profit oriented* yang dihasilkan selama satu periode waktu" (Fahmi, 2013:2).

Kinerja perusahaan merupakan pencapaian hasil yang diperoleh oleh suatu organisasi atau perusahaan pada level atau unit analisis organisasi. Kinerja pada level organisasi ini terkait dengan tujuan organisasi, rancangan organisasi, dan manajemen organisasi (Sudarmanto, 2015:7). Kinerja perusahaan terbagi

menjadi 2 yaitu: kinerja keuangan dan kinerja non keuangan.

Kinerja Keuangan

Fahmi (2014:2) menyebutkan bahwa "Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Seperti dengan membuat suatu laporan keuangan yang telah memenuhi standard dan ketentuan dalam SAK (Standar Akuntansi Keuangan) atau GAAP (*General Accepted Accounting Principle*), dan lainnya". Sumber utama yang dijadikan dasar penilaian adalah laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan. Berdasarkan laporan keuangan tersebut dapat dihitung sejumlah rasio keuangan yang dapat dijadikan dasar untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan.

C. Corporate Social Responsibility

Rudito & Famiola (2013:1) menyebutkan bahwa Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada dasarnya adalah sebuah kebutuhan bagi perusahaan untuk dapat berinteraksi dengan masyarakat sekitar perusahaan. Kebutuhan perusahaan untuk beradaptasi dan untuk mendapatkan keuntungan sosial dari berinteraksinya dengan masyarakat sekitar yaitu berupa kepercayaan (*trust*). CSR tentunya sangat berkaitan dengan kebudayaan perusahaan dan etika bisnis yang harus dimiliki oleh budaya perusahaan, karena untuk melaksanakan CSR sendiri diperlukan suatu budaya yang didasari oleh etika yang bersifat adaptif.

Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, CSR atau Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan merupakan komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Sementara itu, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 mendefinisikan CSR sebagai tanggung

jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

Rudito & Famiola (2013:6-7) menyebutkan bahwa hubungan sosial antar individu dan atau kelompok sosial merupakan hal yang harus diperhatikan untuk menciptakan kepercayaan (*trust*) antar masing-masingnya. Sebagai sebuah perusahaan yang beretika tentunya hubungan dengan masyarakat luar (sekitar perusahaan) dan juga hubungan antar anggota perusahaan (antar karyawan, karyawan dengan atasan) dapat terjadi dengan baik dan menciptakan sebuah modal sosial yang kuat. Perusahaan dalam rangka menjalin hubungan ini sering disebut dengan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

D. Karakteristik Perusahaan

1. Ukuran Perusahaan (Size)

Ukuran perusahaan pada dasarnya adalah pengelompokan perusahaan kedalam beberapa kelompok, di antaranya perusahaan besar, sedang dan kecil. Skala perusahaan merupakan ukuran yang dipakai untuk mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang didasarkan kepada total aset perusahaan (Suwito dan Herawaty, 2005).

Ukuran perusahaan adalah skala perusahaan yang dilihat dari total aktiva perusahaan pada akhir tahun. Total penjualan juga dapat digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan (Veronica dan Siddharta, 2005). Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya usaha tersebut ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan. Penentuan skala besar kecilnya perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total asset, rata-rata tingkat penjualan (Seftianne, 2011).

Penelitian ukuran perusahaan dapat menggunakan tolak ukur aset. Karena total aset perusahaan bernilai besar maka hal ini dapat disederhanakan dengan mentransformasikan ke dalam logaritma

natural, sehingga ukuran perusahaan dapat juga dihitung dengan $size = Ln(Total Assets)$.

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya usaha tersebut ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan. Penentuan skala besar kecilnya perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total asset, rata-rata tingkat penjualan.

2. Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan. Efektivitas dan efisiensi manajemen bisa dilihat dari laba yang dihasilkan terhadap penjualan dan investasi perusahaan yang dilihat dari unsur-unsur laporan keuangan. Semakin tinggi nilai rasio maka kondisi perusahaan semakin baik berdasarkan rasio profitabilitas. Nilai yang tinggi melambangkan tingkat laba dan efisiensi perusahaan tinggi yang bisa dilihat dari tingkat pendapatan dan arus kas. Rasio-rasio profitabilitas memaparkan informasi yang penting daripada rasio periode sebelumnya dan rasio pencapaian pesaing.

Rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return on Asset (ROA)*. *Return on Asset (ROA)* adalah rasio antara laba bersih terhadap total aset. Rumus yang digunakan untuk mengukur variabel profitabilitas adalah laba bersih dibagi ($/$) total aset.

Tingkat pengembalian aset merupakan rasio profitabilitas untuk menilai persentase keuntungan (laba) yang diperoleh perusahaan terkait sumber daya atau total asset sehingga efisiensi suatu perusahaan dalam mengelola asetnya bisa terlihat dari persentase rasio ini.

3. Leverage

Atamaja (2008) mengatakan bahwa rasio leverage mengukur hingga sejauh mana perusahaan dibiayai dari utang dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal. Sama dengan definisi leverage yang disebutkan oleh Susan Irawati (2006) yaitu, "Rasio leverage menunjukkan seberapa besar kebutuhan dana perusahaan dibelanjai atau didanai dengan pinjaman.". Dapat disimpulkan bahwa leverage adalah alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditor dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat leverage yang tinggi sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat leverage rendah lebih banyak membiayai aset dengan modal sendiri. Dengan demikian, tingkat leverage perusahaan menggambarkan resiko keuangan perusahaan (Sembiring, 2003).

Leverage memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Scott (2000) dalam Fahrizqi (2010) mengatakan bahwa semakin tinggi leverage kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan.

Penelitian leverage ini menggunakan *Debt to Equity Ratio (DER)* yaitu rasio yang mengukur total kewajiban terhadap modal sendiri (*shareholders equity*). Rumus yang digunakan untuk mengukur variabel *leverage* adalah Total Liabilitas dibagi ($/$) Total Ekuitas.

4. Pertumbuhan Perusahaan (*Growth*)

Pertumbuhan perusahaan (*growth*) dapat menunjukkan peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Maria Ulfa (2009) menyatakan bahwa *growth* merupakan tingkat pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan merupakan salah satu pertimbangan para

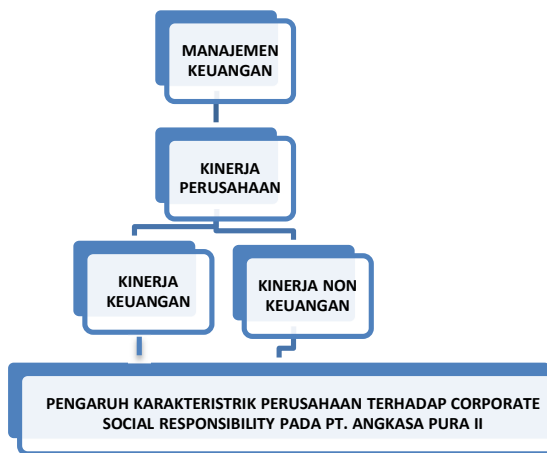
investor dalam menanamkan investasinya.

Perusahaan yang memiliki kesempatan tumbuh yang tinggi diharapkan akan memberikan profitabilitas yang tinggi di masa depan, diharapkan laba lebih persisten, sehingga investor akan tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.

Perusahaan dengan pertumbuhan tinggi akan mendapat banyak sorotan sehingga diprediksi perusahaan yang mempunyai kesempatan pertumbuhan yang lebih tinggi cenderung lebih banyak melakukan *Corporate Social Responsibility*.

Penelitian pertumbuhan perusahaan ini menggunakan Pertumbuhan laba yang mana rumus yang digunakan dalam variabel pertumbuhan perusahaan adalah laba bersih tahun sekarang – laba bersih tahun sebelumnya dan dibagi (/) laba bersih tahun sebelumnya.

E. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran

F. Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan landasan teori, penelitian terdahulu, dan kerangka teoritik, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh ukuran perusahaan (*size*) terhadap Corporate

Social Responsibility pada PT. Angkasa Pura II

H2: Terdapat pengaruh profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility pada PT. Angkasa Pura II

H3: Terdapat pengaruh leverage terhadap Corporate Social Responsibility pada PT. Angkasa Pura II

H4: Terdapat pengaruh pertumbuhan perusahaan (*Growth*) terhadap Corporate Social Responsibility pada PT. Angkasa Pura II

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif verifikatif, dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian adalah karakteristik perusahaan yang diprosikan dengan ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas, *leverage* dan pertumbuhan perusahaan (*growth*), sedangkan variabel dependen adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan PT. Angkasa Pura II sejak *go public* sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah laporan keuangan PT. Angkasa Pura II dari tahun 2014-2018.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi dengan mengumpulkan dan memanfaatkan data yang telah tersedia sebagai sumber informasi. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan (*financial report*) perusahaan PT. Angkasa Pura II yang telah dipublikasikan. Data diperoleh dari *website* perusahaan.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab

sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). Sedangkan variable independen dalam penelitian ini adalah karakteristik perusahaan yang diprosikan dengan ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan perusahaan.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana dengan menggunakan SPSS. Uji hipotesis yang diuji adalah uji asumsi klasik, uji t, dan koefisien determinasi.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab social perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). Sedangkan variabel independen dalam penelitian ini adalah variabel X1 karakteristik perusahaan (*size*) dengan menggunakan rumus $\ln = \text{Total Assets}$, variabel X2 profitabilitas dengan menggunakan rumus *Return on Assets* (ROA) Laba bersih dibagi (*/*) Total assets, variabel X3 Leverage dengan menggunakan rumus *Debt to Equity Ratio* (DER) Total Llabilitas dibagi (*/*) Total equitas, variabel X4 Pertumbuhan perusahaan (*Growth*) dengan menggunakan rumus pertumbuhan laba yaitu laba bersih tahun sekarang - laba bersih tahun sebelumnya dan dibagi (*/*) laba bersih tahun sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini meneliti ukuran perusahaan yang dimana terdiri empat variabel X yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan pertumbuhan perusahaan (*Growth*). Sedangkan variabel Y nya adalah *Corporate Social Responsibility*.



Sumber: Data diolah oleh penulis

Gambar 4.1

Ukuran Perusahaan 2014-2018 PT. Angkasa Pura II

Dari hasil gambar diatas bahwa total assets perusahaan PT. Angkasa Pura II mengalami peningkatan yang signifikan setiap tahunnya.

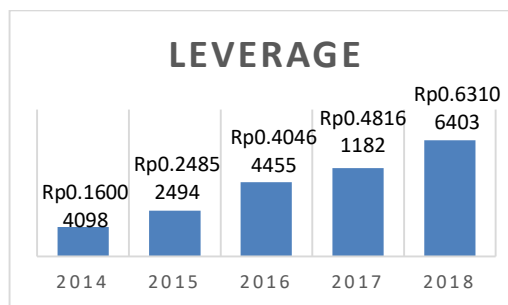


Sumber: Data diolah oleh penulis

Gambar 4.2

Profitabilitas 2014-2018 PT. Angkasa Pura II

Gambar diatas menunjukkan bahwa hasil profitabilitas perusahaan PT. Angkasa Pura II pada tahun 2014 sebesar Rp. 0.07173271 lalu pada tahun 2015 mengalami peningkatan sebesar Rp. 0.08064239. Dan mengalami penurunan secara terus-menerus setiap tahunnya mulai dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2018.



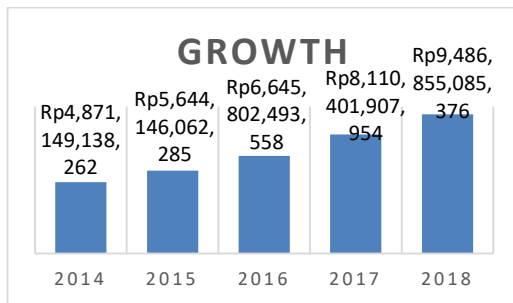
Sumber: Data diolah oleh penulis

Gambar 4.3

Leverage 2014-2018 PT. Angkasa Pura II

Dapat dilihat dari gambar diatas bahwa hasil Leverage PT. Angkasa Pura

II setiap tahunnya mengalami peningkatan yang signifikan dimulai dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2018.

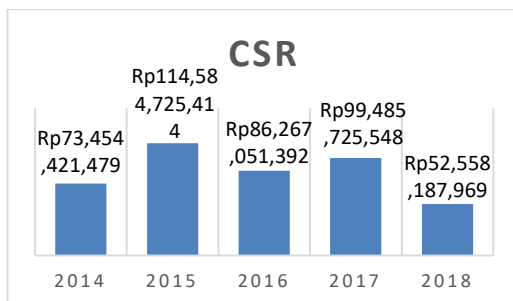


Sumber: Data diolah oleh penulis

Gambar 4.4

GROWTH 2014-2015 PT. Angkasa Pura II

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan (*GROWTH*) pada tahun 2014 sampai dengan tahun 2018 PT. Angkasa Pura II mengalami peningkatan yang signifikan setiap tahunnya.



Sumber: Data diolah oleh penulis

Gambar 4.5

Corporate social Responsibility 2014-2018

Berdasarkan gambar diatas bahwa dana keuangan untuk program Corporate Social Responsibility perusahaan PT. Angkasa Pura II pada tahun 2014 mengeluarkan dana sebesar Rp. 73.454.421.479. Namun pada tahun 2015 dan 2017 dana yang dikeluarkan oleh PT. Angkasa Pura II sedikit mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun 2016 Dan tahun 2018.

Asumsi Klasik

1. Ukuran Perusahaan

Berdasarkan hasil dari tampilan output chart grafik histogram maupun grafik Plots. Dimana grafik histogram menggambarkan bentuk lonceng yang artinya data tersebut berdistribusi normal. Sedangkan pada gambar P-Plot terlihat titik-titik nya mendekati garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Dari data Model Summary hasil dari Durbin-Watson menghasilkan angka 2.334 yang artinya angka tersebut diatas 2, maka hasil Durbin-Watson Autokorelasi negatif (-). Berdasarkan tabel output SPSS "Coefficients" dapat diketahui nilai Signifikansi (Sig) variabel *size* (X1) adalah sebesar 0,626. karena nilai Sig. 0,626 > probabilitas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama ditolak. Artinya tidak ada pengaruh ukuran perusahaan (X1) terhadap *Corporate Social Responsibility* (Y).

Hasil pengujian dengan SPSS diperoleh untuk variabel X1 diketahui nilai koefisien determinasi atau R Square 0,089. Nilai R Square 0,089 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien atau "R", yaitu $0,299 \times 0,299 = 0,089$. Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) adalah 0,089 atau sama dengan 8,9% . Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel X1 berpengaruh terhadap variabel Y sebesar 8,9%. Sedangkan sisanya ($100\% - 8,9\% = 91,1\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

2. Profitabilitas

Berdasarkan tampilan output chart grafik histogram maupun grafik Plots. Dimana grafik histogram menggambarkan bentuk lonceng yang artinya data berdistribusi normal. Selanjutnya pada gambar P-Plot terlihat titik-titik nya mendekati garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Dari data Model Summary hasil dari Durbin-Watson menghasilkan angka 2.353 yang artinya angka tersebut diatas 2, maka hasil

Durbin-Watson Autokorelasi negatif (-). Berdasarkan tabel output SPSS "Coefficients" dapat diketahui nilai Signifikansi (Sig) variabel *profitabilitas* (X2) adalah sebesar 0,174. Karena nilai Sig. 0,174 > probabilitas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua ditolak. Artinya tidak ada pengaruh profitabilitas (X2) terhadap *Corporate Social Responsibility* (Y).

Hasil pengujian dengan SPSS diperoleh untuk variabel X2 diketahui nilai koefisien determinasi atau R Square 0,512. Nilai R Square 0,512 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien atau "R", yaitu $0,716 \times 0,716 = 0,512$. Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) adalah 0,512 atau sama dengan 51,2%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel X2 berpengaruh terhadap variabel Y sebesar 51,2%. Sedangkan sisanya ($100\% - 51,2\% = 48,8\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

3. Leverage

Berdasarkan tampilan output chart grafik histogram maupun grafik Plots. Dimana grafik histogram menggambarkan bentuk lonceng yang artinya data berdistribusi normal. Selanjutnya pada gambar P-Plot terlihat titik-titik nya mendekati garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Dari data Model Summary dapat dilihat hasil dari Durbin-Watson menghasilkan angka 2,377 yang artinya angka tersebut diatas 2, maka hasil Durbin-Watson Autokorelasi negatif (-). Berdasarkan tabel output SPSS "Coefficients" di atas diketahui nilai Signifikansi (Sig) variabel *leverage* (X3) adalah sebesar 0,448. Karena nilai Sig. 0,448 > probabilitas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga ditolak. Artinya tidak ada pengaruh leverage (X3) terhadap *Corporate Social Responsibility* (Y).

Hasil pengujian dengan SPSS diperoleh untuk variabel X3 diketahui nilai koefisien determinasi atau R Square 0,202. Nilai R Square 0,202 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien atau

"R", yaitu $0,449 \times 0,449 = 0,202$. Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) adalah 0,202 atau sama dengan 20,2%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel X3 berpengaruh terhadap variabel Y sebesar 20,2%. Sedangkan sisanya ($100\% - 20,2\% = 79,8\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

4. Growth

Berdasarkan tampilan output chart grafik histogram maupun grafik Plots. Dimana grafik histogram menggambarkan bentuk lonceng yang artinya data berdistribusi normal. Selanjutnya pada gambar P-Plot terlihat titik-titik nya mendekati garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Dari data Model Summary dapat dilihat hasil dari Durbin-Watson menghasilkan angka 2,534 yang artinya angka tersebut diatas 2, maka hasil Durbin-Watson Autokorelasi negative (-). Berdasarkan tabel output SPSS "Coefficients" di atas diketahui nilai Signifikansi (Sig) variabel *Growth* (X4) adalah sebesar 0,444. Karena nilai Sig. 0,444 > probabilitas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga ditolak. Artinya tidak ada pengaruh Growth (X4) terhadap *Corporate Social Responsibility* (Y).

Hasil pengujian dengan SPSS diperoleh untuk variabel X4 diketahui nilai koefisien determinasi atau R Square 0,205. Nilai R Square 0,205 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien atau "R", yaitu $0,453 \times 0,453 = 0,205$. Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) adalah 0,205 atau sama dengan 20,5%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel X4 berpengaruh terhadap variabel Y sebesar 20,5%. Sedangkan sisanya ($100\% - 20,5\% = 79,5\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

KESIMPULAN

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

1. Variabel ukuran perusahaan (*Size*) yang diukur dengan Ln (Total Asset) tidak berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility.
2. Variabel Profitabilitas perusahaan yang diukur dengan *Return on Asset* (ROA) tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).
3. Variabel leverage perusahaan yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).
4. Variabel pertumbuhan perusahaan (*Growth*) yang diukur dengan rasio pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility.

Maka secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa variabel X1, variabel X2, variabel X3, dan variabel X4 tidak berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility.

IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

Keterbatasan dalam penulisan ini adalah peneliti tidak melakukan observasi atau wawancara langsung dengan pihak PT. Angkasa Pura II sehingga data yang diperoleh hanya data dari internet atau *website*.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan observasi atau melakukan wawancara langsung dengan pihak PT. Angkasa Pura II.

REFERENCES

Atmaja, Lukas Setia. 2008. *Teori dan Praktik - Manajemen Keuangan*. Edisi Revisi. Andi Publisher. Yogyakarta.

Fahmi, Irham. 2013. *Manajemen Kinerja (Teori dan Aplikasi)*. Bandung : Alfabeta.

Fahmi, Irham. 2014. *Analisis Kinerja Keuangan*. Cetakan Ketiga. Bandung : Alfabeta.

Fahziqri, Anggara. 2010. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility dalam Laporan Tahunan Perusahaan. Skripsi. Universitas Diponegoro.

H.M.N. Purwosutjipto. 2007. Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia 1 Pengetahuan Dasar Hukum Dagang. Jakarta: Djambatan.

Irawati, Susan, 2006, Analisis Laporan Keuangan, Jakarta: Rajawali Pers.

Michel E. Porter dan Mark R. Kramer, 2007, "*Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*". Harvard Business Review Collection.

Rudito, Bambang dan Famiola, Melia. 2013. *Corporate Social Responsibility*. Cetakan Pertama. Bandung : Rekayasa Sains.

Sembiring, Eddy Rismanda. (2003). Kinerja Keuangan, Political Visibility, Ketergantungan pada Hutang, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Simposium Nasional Akuntansi 6.

Sudarmanto. 2015. *Kinerja dan Pengembangan Kompetensi SDM*. Cetakan Ketiga. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

- Sutrisno. 2012. *Manajemen Keuangan (Teori, Konsep dan Aplikasi)*. Cetakan Kedelapan. Yogyakarta : Ekonisia.
- Suwito dan Herawaty. 2005. Analisis pengaruh karakteristik perusahaan terhadap Tindakan Perataan Laba yang Dilakukan oleh Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta. SNA VIII Solo. September 2005. h: 136-146
- Undang-undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal
- Undang-undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.