

**PENGARUH UKURAN DAN UMUR PERUSAHAAN TERHADAP  
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
(PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG LISTING DI BEI TAHUN 2010-2011)**

**Cut Munawwarah**

**Gusnardi**

**Makhdalena**

Pendidikan Ekonomi, FKIP – Universitas Riau

Jl. Bina Widya KM 12,5 Pekanbaru

***ABSTRACT***

*This research is aimed at identifying and analyzing the effect of firm size and firm age toward the CSR disclosure of manufacturing company listed at Indonesia Stock Exchange in 2010-2011. The CSR of the company is measured by analyzing the annual report of the company. There are 62 samples of 150 population of manufacturing companies in this research. All the companies are listed at Indonesia Stock Exchange in 2010 and 2011. And there are 124 company annual report data analyzed in this research. The data is analyzed by using classic assumption hypothesis. Here, the researcher uses multiple linear regression analysis. The result shows that the firm size and the firm age have simultaneously significant effect to the CSR disclosure. Partially, the firm size has significant effect toward the CSR disclosure. This shows that the larger size of the company, the more extensive disclosure of CSR. Because, large companies have a lot of entities highlighted by the market and the public in general. With disclose more information can realize the public accountability. Meanwhile, the firm age has significant effect toward the CSR disclosure. The older companies better understand what information should be disclosed in the report to provide a positive impact for the company.*

*Keywords : Firm size, firm age, corporate social responsibility and disclosure*

## PENDAHULUAN

Selama ini orientasi dari sebuah usaha adalah untuk mencari keuntungan semata (*profit oriented*). Prinsip dasar yang diterima secara luas adalah *business is business*. Berpegang pada prinsip ini, perusahaan bisa menghalalkan segala cara untuk bisa meraih keuntungan sebanyak-banyaknya sehingga sering terjadi bentrokan kepentingan baik didalam internal perusahaan maupun antara perusahaan dengan pihak eksternal.

Keberadaan suatu perusahaan dapat membangun sekaligus merusak. Perusahaan dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat disekitarnya dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi didaerah tersebut. Namun disisi lain perusahaan juga berpotensi merusak lingkungan jika tidak dikelola dengan baik, seperti terjadinya pencemaran air, pencemaran udara, dan kerusakan lingkungan lainnya.

Keterkaitan perusahaan dengan lingkungan sosialnya menuntut dipenuhinya pertanggungjawaban sosial perusahaan atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan CSR perusahaan diharapkan dapat meningkatkan perhatian terhadap lingkungan, kondisi tempat kerja, hubungan perusahaan dengan masyarakat, investasi sosial perusahaan, dan citra perusahaan yang baik dimata publik.

Perusahaan yang menerapkan CSR akan dicintai masyarakat, sedangkan yang menolak CSR akan dijauhi masyarakat. Adagium tersebut berdasarkan hasil survei berkaitan dengan isu lingkungan yang dilakukan oleh Deka Marketing Research bekerjasama dengan Globe Scan International pada akhir tahun 2006. Mereka melakukan survei mengenai tanggung jawab perusahaan secara sosial maupun lingkungan. Survei yang melibatkan 1.000 responden ini dilakukan di 5 kota besar, yaitu: Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, dan Medan. Survei tersebut mengungkap seberapa besar kepedulian konsumen terhadap isu lingkungan.

Jika merujuk hasil riset yang dilakukan, kepedulian konsumen terhadap isu lingkungan saat ini tergolong tinggi. Tercatat 61,8% responden yang disurvei menyatakan sangat peduli dengan isu lingkungan. Sedangkan 37,3% responden lainnya menyatakan cukup peduli. Jadi hampir semua responden peduli dengan isu lingkungan. Kemudian, sebagian dari mereka (hampir 40%) juga menganggap polusi lingkungan sudah merupakan masalah besar di mana hanya sedikit yang bisa dilakukan orang secara individual.

Hasil survei juga menunjukkan, konsumen pun sudah melakukan tindakan riil bagi perusahaan yang tidak peduli terhadap lingkungan. Aksi konsumen yang menolak produk atau merek tertentu karena alasan yang berkaitan dengan lingkungan hidup sudah cukup banyak, yakni sekitar 26%. Jumlah ini bisa jadi bertambah besar untuk di masa depan. Sebab, banyak juga dari mereka yang bersikap mempertimbangkan untuk melakukan penolakan (27%), jika sebuah perusahaan ketahuan tidak peduli dengan lingkungan ([www.research.marketing.co.id](http://www.research.marketing.co.id)).

CSR semakin menguat terutama setelah dinyatakan dengan tegas dalam UU PT No.40 Tahun 2007. Disebutkan bahwa “Perseroan yang menjalankan usaha dibidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan” (Pasal 74 ayat 1). Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajiban. Perseroan yang tidak

melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

Di dalam UU No.40 pasal 66 ayat 2 (c) tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dinyatakan bahwa laporan tahunan perusahaan harus memuat tentang laporan pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Laporan pertanggungjawaban sosial ini dikenal dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Corporate Social Responsibility* diungkapkan didalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting (SR)*.

Bahkan sebelum disahkannya UU PT No.40 Tahun 2007 sudah banyak perusahaan yang menerapkan CSR. Meskipun masyarakat belum banyak yang mengetahui, disamping itu pula perusahaan tidak menamakan kegiatannya secara eksplisit sebagai CSR.

Beberapa penelitian mengaitkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan faktor-faktor seperti: ukuran perusahaan dan umur perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Lisna Untari (2010) dan Syafni Warni (2011) menunjukkan hasil yang signifikan yang menguji hubungan antara ukuran (*size*) perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

Penelitian yang dilakukan oleh Lisna Untari (2010) menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Sementara penelitian yang dilakukan oleh Syafni Warni (2011) menunjukkan umur perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Dari uraian diatas, terdapat beragam hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti sehingga mendorong peneliti untuk meneliti lebih lanjut. Dalam penelitian ini, variabel ukuran perusahaan dan umur perusahaan diuji untuk mengetahui apakah berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)*.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka akan diteliti lebih lanjut tentang Pengaruh Ukuran dan Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI tahun 2010-2011).

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai pengaruh ukuran perusahaan dan umur perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dan menjadikan perusahaan lebih bertanggungjawab lagi terhadap lingkungan sosialnya.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, populasinya adalah seluruh perusahaan manufaktur yang listing di BEI secara konsisten tahun 2010-2011 yaitu sebanyak 150 perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan berbagai kriteria yang harus dipenuhi oleh perusahaan yang akan diteliti.

Adapun kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- 1) Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan tahunannya secara lengkap di situs BEI pada tahun 2010-2011.
- 2) Perusahaan-perusahaan yang mengungkapkan informasi sosial melalui laporan tahunannya.
- 3) Perusahaan tersebut memiliki data lengkap yang diperlukan dalam penelitian selama dua tahun (2010-2011).

Berdasarkan kriteria *purposive sampling* yang telah ditentukan, maka diperoleh subyek penelitian sebanyak 62 perusahaan manufaktur dengan 124 data laporan tahunan selama dua tahun.

**Tabel 1**  
Deskripsi Subyek Penelitian

Keterangan	Jumlah
Data perusahaan yang memenuhi kriteria sampel	124
Data perusahaan yang diolah	124
<b>Jumlah subyek penelitian</b>	<b>124</b>

### Pengukuran variabel

1. Variabel dependen, yaitu pengungkapan *corporate social responsibility*. Perhitungan untuk menentukan skor indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah sebagai berikut:
  - a. Setiap item diberi skor 1 jika diungkapkan dan skor 0 jika tidak diungkapkan.
  - b. Perhitungan indeks tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diukur dengan rasio total skor yang diperoleh dengan skor maksimal yang dapat diperoleh. Skor maksimal tiap-tiap blok berbeda sesuai penyesuaian yang telah dilakukan pada masing-masing blok. Indeks diformulasikan sebagai berikut:

$$\text{INDEKS} = \frac{n}{k}$$

Notasi:

n = jumlah skor pengungkapan yang diperoleh, dan

k = jumlah skor maksimal.

2. Variabel independen, yaitu:
  - a. Ukuran perusahaan. Dalam penelitian ini yang menjadi indikator dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan dilihat dari total asset yang dimilikinya.
  - b. Umur perusahaan, diprosikan sejak perusahaan didirikan. Umur perusahaan dihitung dengan tahun berjalan dikurangi dengan tahun berdiri perusahaan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengukuran statistik dalam penelitian ini menggunakan program *Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 17.00. Berdasarkan analisis statistik deskriptif, pengungkapan CSR rata-rata yang dilakukan oleh perusahaan sebesar 30,68%. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* serta melihat histogram dan uji *normal probability plot*. Dalam uji *Kolmogorov-Smirnov* variabel-variabel yang memiliki nilai *asyp. Sig (2-tailed)* diatas tingkat signifikansi sebesar 0,05 menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan sebaliknya. Untuk pengujian normalitas dengan menggunakan histogram, dilihat dari *output* SPSS. Jika *Histogram standardized regression residual* membentuk kurva seperti lonceng maka nilai residual tersebut dinyatakan normal. Untuk pengujian dengan menggunakan P-Plot dilihat melalui grafik normal *Probability-plot or regression standardized residual*. Apabila plotting data menyebar disepanjang garis diagonal atau mendekatinya, maka data dikatakan berdistribusi normal. Namun apabila menjauhi garis diagonal, maka data tersebut dikatakan tidak normal.

Dari hasil penelitian, nilai *Kolmogorov-Smirnov* untuk variabel ukuran perusahaan dan umur perusahaan memiliki data tidak normal. Oleh karena itu harus ditransformasikan dengan metode Logaritma Natural (LN) agar didapat data yang normal atau mendekati normal. Untuk variabel CSR dan ukuran perusahaan memiliki data yang normal. Tetapi untuk umur perusahaan memiliki data yang tidak normal. Berdasarkan grafik Histogram menggambarkan bahwa residual terdistribusi secara normal dan berbentuk simetri, tidak menceng ke kiri atau ke kanan. Pada grafik Normal P-Plot, titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dengan penyebaran mengikuti arah garis diagonal. Dengan memperhatikan kedua grafik dapat dikatakan bahwa data memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan.

Uji asumsi klasik multikolonieritas menunjukkan nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10 serta nilai *condition index* kurang dari 30, berarti model regresi terbebas dari asumsi klasik multikolonieritas. Untuk uji asumsi klasik autokolerasi, dilihat dari nilai Durbin-Watson yang mendekati angka 2. Hal ini berarti model regresi terbebas dari asumsi klasik autokorelasi. Dan untuk uji asumsi klasik heterokedastisitas dilihat dari diagram scatterplot. Berdasarkan diagram yang menunjukkan titik-titik menyebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari asumsi klasik heteroskedastisitas.

Berdasarkan output SPSS, maka persamaan regresi linear berganda dapat disusun:

$$CSR = 0,282 + \beta_1 1,730 + \beta_2 1,910 + e$$

- Konstanta  $\alpha$  sebesar 0,282. Artinya jika ukuran perusahaan dan umur perusahaan dianggap konstan, maka rata-rata pengungkapan CSR adalah sebesar 2,82%.
- Koefisien  $\beta_1$  sebesar 1,730. Artinya jika umur perusahaan tetap, ukuran ditingkatkan satu satuan, maka pengungkapan CSR meningkat/naik sebesar 1,730.
- Koefisien  $\beta_2 = 1,910$ . Artinya jika ukuran tetap, umur perusahaan ditingkatkan satu satuan, maka pengungkapan CSR meningkat/naik sebesar 1,910.

## Hasil pengujian hipotesis

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh ukuran perusahaan dan umur perusahaan terhadap *corporate social responsibility* secara simultan maupun parsial dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 2**  
Hasil pengujian analisis pengaruh ukuran perusahaan dan umur perusahaan terhadap *corporate social responsibility*

Variabel	Koefisien	Pengaruh
Ukuran Perusahaan (X1)	0,191	0,036
Umur Perusahaan (X2)	0,058	0,003
<i>R Square</i> = 0,046		

Berdasarkan tabel 2, dapat dilihat nilai *R Square* sebesar 0,046 yang berarti secara simultan variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen sebesar 4,6%. Hal ini berarti 4,6% pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dipengaruhi oleh variabel ukuran perusahaan dan umur perusahaan. Sedangkan sisanya 95,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Pada tabel 2 dapat dilihat besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, yaitu dengan cara mengkuadratkan nilai pada kolom *standardized coefficients beta*.

- Besarnya pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* adalah  $0,191^2 = 0,036$  atau sebesar 3,6%
- Besarnya pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* adalah  $0,058^2 = 0,003$  atau sebesar 0,3%

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian mengenai pengaruh ukuran perusahaan dan umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia (2010-2011), maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis data menunjukkan adanya pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka akan semakin luas pengungkapan CSR yang dilakukan. Karena perusahaan besar memiliki entitas yang banyak disorot oleh pasar maupun publik secara umum. Dengan mengungkapkan lebih banyak informasi dapat mewujudkan akuntabilitas publik.
2. Hasil analisis data menunjukkan adanya pengaruh antara umur perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan yang berumur lebih tua lebih mengerti informasi-

informasi apa saja yang sebaiknya diungkapkan dalam laporannya agar memberikan pengaruh yang positif terhadap perusahaan.

3. Berdasarkan hasil analisis menggunakan regresi linear berganda, secara simultan variabel ukuran perusahaan dan umur perusahaan mampu mempengaruhi pengungkapan CSR. Hasil ini menunjukkan bahwa dalam menjelaskan pengungkapan CSR, variabel ukuran perusahaan dan umur perusahaan dapat digunakan secara bersama-sama.

### **Saran**

1. Bagi manajemen perusahaan diharapkan lebih terbuka dalam mengungkapkan kegiatan-kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunannya.
2. Bagi perusahaan, diharapkan untuk lebih memperhatikan dan meningkatkan kepedulian terhadap lingkungan sosialnya, karena antara perusahaan dan masyarakat saling memiliki kepentingan.
3. Peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti dengan menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi peningkatan pengungkapan CSR.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Duwi Priyatno. 2010. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Penerbit MediaKom, Yogyakarta

Lisna Untari. 2010. Effect On Company Characteristics Corporate Social Responsibility Disclosures In Corporate Annual Report Of Consumption Listed In Indonesia Stock Exchange. *Skripsi FE Universitas Gunadarma*, Depok.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan*. Penerbit Alfabeta. Jakarta.

Syafni Warni. 2011. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, dan Umur Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI. *Skripsi FE Universitas Riau*, Pekanbaru.

[www.google.com](http://www.google.com)

<http://www.research.marketing.co.id/2007/07/01/survei-tentang-csr-konsumen-makin-peduli-pada-isu-lingkungan/>. Diakses pada tanggal 5 April 2012.