
PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, UKURAN DEWAN KOMISARIS, DAN UMUR PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN DI BURSA EFEK INDONESIA

Vebiola Giovany

Email: vebiola.giovany98@gmail.com

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan umur perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Objek penelitian yang digunakan adalah Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 hingga tahun 2018. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 26 perusahaan. Metode penentuan sampel adalah metode *purposive sampling* dengan jumlah tujuh belas perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Penulis menggunakan bentuk penelitian asosiatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan studi dokumenter. Tahapan analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, analisis pengaruh, analisis korelasi berganda dan koefisien determinasi, uji kelayakan model (uji F) dan uji signifikansi dan pembahasan. Data penelitian diolah dengan menggunakan *software* SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

KATAKUNCI: Ukuran, dewan komisaris, umur, *corporate social responsibility*

PENDAHULUAN

Corporate social responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial merupakan bagian dari strategi modern perusahaan. Implementasi CSR yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan. Tujuan perusahaan dalam melakukan aktivitas sosial adalah untuk meningkatkan hubungan sosial, memperluas jangkauan melebihi kepentingan ekonomi perusahaan dan sebagai bentuk investasi sosial. Perusahaan memiliki kewajiban dalam melakukan kegiatan *corporate social responsibility* (CSR). Hal ini dikarenakan diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74, yang menjelaskan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usaha yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, kewajiban tersebut telah dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajiban. Perseroan akan dikenakan sanksi apabila tidak melaksanakan kewajiban. Faktor-faktor dalam penelitian ini yang akan

diteliti kaitannya dengan pengungkapan *corporate social responsibility* adalah ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan umur perusahaan.

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari total aset dan total penjualannya. Ukuran perusahaan akan menentukan banyaknya sumber daya yang digunakan dalam perusahaan seperti sumber daya manusia dan sumber daya modal. Ukuran dewan komisaris merupakan pengawas bagi manajemen dalam perusahaan, jadi semakin besar jumlah dewan komisaris dalam suatu perusahaan maka semakin besar tekanan terhadap manajemen yang akan mengakibatkan semakin besar pengungkapan tanggung jawab sosial. Umur perusahaan dapat dilihat dari awal berdirinya perusahaan hingga saat ini. Umur perusahaan dapat menunjukkan kemampuan dalam mengatasi kesulitan dan hambatan yang dapat mengancam kehidupan perusahaan, serta menunjukkan kemampuan perusahaan, mengambil kesempatan dalam lingkungannya untuk mengembangkan usaha. Diharapkan perusahaan semakin luas dalam pengungkapan tanggung jawab sosial.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan umur perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Objek penelitian pada penelitian ini adalah Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014 sampai tahun 2018.

KAJIAN TEORITIS

Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan terhadap masalah-masalah yang berdampak pada lingkungan seperti populasi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. CSR tidak hanya terbatas pada konsep pemberian bantuan dana kepada lingkungan sosial, namun juga bagaimana perusahaan memperlakukan karyawannya dengan tidak diskriminatif, menjaga hubungan baik dengan pemasok. Konsep CSR di Indonesia sudah mulai berkembang ke arah yang lebih baik seiring dengan meningkatnya perhatian masyarakat global terhadap perkembangan perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia.

Corporate Social Responsibility merupakan komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi jangka panjang terhadap satu *issue* di masyarakat atau lingkungan untuk dapat menciptakan lingkungan yang lebih baik (Said, 2018: 25). Pada dasarnya CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap *stakeholder* atau pemangku kepentingan. CSR sangat erat kaitannya dengan pembangunan berkelanjutan dimana suatu perusahaan dalam melakukan kegiatannya yang tidak semata-mata terorientasi pada aspek ekonomi melainkan juga harus memikirkan dampak sosial dan lingkungan yang mungkin timbul dari keputusannya tersebut.

Penerapan CSR di suatu organisasi atau suatu perusahaan dapat mendatangkan manfaat di masa mendatang baik untuk internal maupun eksternal perusahaan. Pada saat banyak perusahaan semakin berkembang, maka pada saat itu pula kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitarnya dapat terjadi. Dampak yang ditimbulkan dari kegiatan perusahaan berbeda-beda meskipun memiliki jenis usaha yang sama sehingga berpengaruh terhadap CSR yang dilakukan perusahaan. Penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai biaya melainkan investasi perusahaan. Pada dasarnya, tanggung jawab sosial merupakan suatu upaya perusahaan untuk meningkatkan kepedulian terhadap masalah-masalah sosial dan lingkungan dalam kegiatan usaha dan juga cara perusahaan berinteraksi dengan pihak-pihak yang terkait dengan suatu isu atau rencana yang dilakukan secara sukarela (Syairozi, 2019: 14; dan Sunaryo dan Mahfud, 2016: 3).

Pengungkapan CSR dapat diukur dengan menggunakan *check list* kesesuaian *item-item* yang terdapat di indikator pengungkapan wajib CSR, dimana terdapat sejumlah 78 item pengungkapan sesuai dengan standar *global reporting initiative* (GRI) tanpa modifikasi yang juga digunakan oleh Sembiring (2005) dalam Adnantara (2013). Item-item yang diungkapkan adalah meliputi indikator: lingkungan sebanyak 13 *item*, energi 7 *item*, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja 8 *item*, lain-lain tenaga kerja 30 *item*, produk 10 *item*, keterlibatan masyarakat 9 *item*, dan umum 2 *item*. Pendekatan untuk menghitung CSR dapat menggunakan dikotomi yaitu setiap *item* CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan dan diberi nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya skor dari setiap instrumen dari setiap *item* dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan dan dibandingkan dengan total keseluruhan *item* sebanyak 78.

Ukuran Perusahaan

Pada dasarnya ukuran perusahaan terbagi menjadi tiga kategori yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah, dan perusahaan kecil. Ukuran perusahaan adalah skala perusahaan yang dilihat dari total aset perusahaan pada akhir tahun. Total penjualan juga dapat digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dilogaritma natural (Wati, 2019: 31; dan Denziana dan Yunggo (2017: 58).

Perusahaan besar cenderung membutuhkan citra yang baik guna mendapatkan relasi ataupun investor. Semakin besar ukuran perusahaan dapat memberikan asumsi bahwa perusahaan tersebut dikenal oleh masyarakat luas sehingga mudah untuk meningkatkan nilai perusahaan (Hery, 2017: 3). Perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi dibanding perusahaan kecil yang salah satunya adalah pengungkapan CSR.

Ukuran suatu perusahaan dapat memengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak dibanding perusahaan kecil, karena perusahaan besar akan menghadapi risiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Perusahaan besar dengan aktivitas operasi yang besar akan lebih memperhatikan kegiatan sosial sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas (Sunaryo dan Mahfud, 2016: 4).

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan salah satu variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan mengenai variabel pengungkapan dalam laporan keuangan (Wati, 2019: 32). Hal ini berkaitan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar akan mampu mengalokasikan biaya keagenan yang besar. Biaya yang dikeluarkan secara otomatis akan berdampak kepada kebijakan manajemen dalam mengungkapkan informasi secara luas mengenai aspek sosial dan lingkungan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Sunaryo dan Mahfud (2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Ukuran Dewan Komisaris

Ukuran dewan komisaris merupakan jumlah anggota dewan komisaris yang ada dalam perusahaan. Dewan komisaris merupakan mekanisme pengendalian intern

tertinggi yang bertanggung jawab memonitor tindakan manajemen puncak dan bertanggungjawab untuk mengutamakan kepentingan pemegang saham pendiri dan memastikan perusahaan melakukan kegiatannya. Menurut Pasal 1 Angka 6 UUPT, dewan komisaris adalah organ perusahaan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan/atau khususnya sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada direksi. Dewan komisaris merupakan salah satu faktor yang diduga memengaruhi pengungkapan CSR.

Menurut Komite Nasional Kebijakan *Governance* (KNKG) (2011): Tugas komisaris utama sebagai *primus inter pares* adalah mengkoordinasikan kegiatan dewan komisaris agar pelaksanaan tugas dewan komisaris dapat berjalan secara efektif, perlu dipenuhi prinsip-prinsip berikut:

1. Komposisi dewan komisaris harus dapat menjamin berjalannya mekanisme *check and balance* sehingga pengambilan keputusan dapat dilakukan secara efektif, tepat dan cermat, serta independen.
2. Anggota dewan komisaris harus *professional* yaitu berintegritas dan memiliki kemampuan sehingga dapat menjalankan fungsinya dengan baik termasuk memastikan bahwa direksi telah memperhatikan kepentingan pemangku kepentingan.
3. Fungsi pengawasan dan pemberian nasihat dewan komisaris mencakup tindakan pencegahan, perbaikan sampai kepada pemberhentian sementara.

Dewan komisaris mempunyai wewenang untuk memberikan petunjuk dan arahan pengelola perusahaan salah satunya adalah dengan memberi petunjuk atau arahan kepada manajemen untuk mengungkapkan CSR. Ukuran dewan komisaris yang dimaksud disini adalah banyaknya jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan (Pradnyani dan Sisdyani, 2015: 387; dan Wardoyo dan Veronica, (2013: 136).

Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah mengendalikan CEO sehingga pengawasan atas aktivitas yang dilakukannya akan semakin efektif. Dengan adanya dewan komisaris yang lebih besar dalam perusahaan dapat memengaruhi luas pengungkapan CSR. Hal tersebut dikarenakan wewenang yang dimiliki dewan komisaris memberikan pengaruh yang kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan CSR. Hal ini didukung oleh penelitian Pradnyani dan Sisdyani (2015) yang menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial.

Umur Perusahaan

Umur perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghadapi tantangan dunia bisnis. Semakin lama perusahaan tersebut beroperasi menunjukkan perusahaan tersebut dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang ketat dan diterima masyarakat. Wati (2019: 33): menyatakan Semakin lama atau semakin tua umur perusahaan, maka semakin banyak pengalaman bisnis perusahaan dan semakin perusahaan mengetahui tantangan dan kondisi dunia bisnis yang nyata, sehingga setiap kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan akan menjadi lebih optimal.

Perusahaan yang besar selalu mencoba untuk menyediakan informasi mengenai perusahaan yang berguna untuk komunitas sosialnya. Perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang dapat bertahan di antara masyarakat yang memiliki banyak tuntutan dan berhasil untuk bersatu dengan nilai-nilai yang terdapat pada masyarakat dengan cara memenuhi tuntutan masyarakat (Wati, 2019: 33).

Perusahaan yang berumur lebih tua memiliki pengalaman lebih banyak atas informasi tentang perusahaan. Sehingga semakin lama perusahaan berdiri, maka semakin mampu perusahaan tersebut meningkatkan kepercayaan investor (Santioso dan Chandra, 2012: 22). Umur perusahaan dapat menunjukkan kemampuan dalam mengatasi kesulitan dan hambatan yang dapat mengancam kehidupan perusahaan, serta menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengambil kesempatan dalam lingkungannya untuk mengembangkan usaha.

Umur perusahaan menunjukkan seberapa lama perusahaan mampu bertahan. Umur perusahaan diperkirakan memiliki hubungan positif dengan kualitas ungkapan sukarela. Hal ini dapat dikaitkan dengan teori legitimasi. Menurut teori ini, legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat (Sunaryo dan Mahfud, 2016: 5).

Umur perusahaan dapat diukur dari sejak tahun berdirinya perusahaan tersebut hingga saat perusahaan mencatatkan sahamnya di lantai bursa (*company listing*). Perhitungan umur perusahaan mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Santioso dan Chandra (2012) yaitu dengan cara mengurangi selisih antara tahun perusahaan yang akan diteliti sampai dengan tahun perusahaan tersebut mendaftarkan diri di BEI. Perusahaan yang sudah lama berdiri secara umum selalu mencoba meningkatkan sesuatu yang akan memberikan kontribusi baik terhadap aktivitas komunitas sosial mereka seperti

mengungkapkan kegiatan CSR sebagai kekuatan perusahaan untuk mendapatkan persaingan dunia bisnis yang semakin ketat. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Sunaryo dan Mahfud (2016) yang menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Dalam penelitian ini hipotesis yang diajukan adalah:

H₁: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

H₂: Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

H₃: Umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode asosiatif dengan menggunakan bentuk hubungan kausal yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan umur perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2014 sampai tahun 2018 sebanyak 26 perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah metode *purposive sampling*. Adapun kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu perusahaan yang telah *Initial Public Offering* (IPO) sebelum tahun 2014 dan perusahaan tidak disuspensi selama periode penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut, yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak tujuh belas perusahaan. Penulis menggunakan studi dokumenter sebagai teknik pengumpulan data yang diperoleh dari www.idx.co.id.

PEMBAHASAN

1. Analisis Data Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui hubungan secara linear antara variabel terikat dengan variabel bebas. Kemudian dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi serta dilanjutkan dengan uji F, uji t dan koefisien determinasi. Adapun model regresi dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = -1,360 + 0,057X_1 + 0,021X_2 - 0,001X_3 + e$$

TABEL 1
HASIL PENGUJIAN

Alat Ukur	Hasil	
Uji Normalitas		
Nilai signifikansi	0,200	
Uji Multikolinearitas	VIF	Tolerance
Ukuran Perusahaan	1,646	0,608
Ukuran Dewan Komisaris	1,612	0,620
Umur Perusahaan	1,076	0,931
Uji Heteroskedastisitas	Signifikansi	
Ukuran Perusahaan	0,061	
Ukuran Dewan Komisaris	0,335	
Umur Perusahaan	0,970	
Uji Autokorelasi		
Run test	1,000	
Uji F		
Nilai signifikansi	0,000	
Uji t	Signifikansi	
Ukuran Perusahaan	0,000	
Ukuran Dewan Komisaris	0,002	
Umur Perusahaan	0,307	
Uji Determinasi		
Nilai determinasi	0,653	

Sumber: Data Olahan SPSS 22,2020

Berdasarkan hasil pada Tabel 1 dapat diketahui hasil uji normalitas diketahui bahwa N sebanyak 80 data dan nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) yang diperoleh dari pengujian *One Sample* Kolmogorov-Smirnov adalah sebesar 0,200 yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat diketahui bahwa nilai residual telah berdistribusi dengan normal. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai *Tolerance* dan VIF variabel ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris dan umur perusahaan lebih besar dari 0,1 dan lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi masalah multikolinearitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat diketahui nilai signifikansi variabel ukuran perusahaan sebesar 0,061, variabel ukuran dewan komisaris sebesar 0,335 dan variabel umur perusahaan sebesar 0,970 yang masing-masing lebih besar dari nilai signifikansi sebesar 0,05 maka pada model regresi tidak terjadi permasalahan heteroskedastisitas. Hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai *Run Test* sebesar 1,000 lebih

besar dari nilai signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah autokorelasi.

Hasil uji F dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel ukuran perusahaan, ukuran dewan komisari, dan umur perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) yang berarti hasil pengujian dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa model penelitian layak untuk diujikan. Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) adalah sebesar 0,653 atau sebesar 65,3 persen yang menunjukkan bahwa kemampuan ukuran perusahaan, ukuran dewan komisari, dan umur perusahaan dalam memberikan penjelasan pada pengungkapan *corporate social responsibility* hanya sebesar 65,3 persen sedangkan sisanya sebesar 34,7 persen ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

TABEL 2
HASIL UJI HIPOTESIS

Keterangan	Koefisien Regresi	Nilai Sig.	Kesimpulan
H ₁ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility</i> .	0,057	0,000	H ₁ diterima
H ₂ : Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility</i> .	0,021	0,002	H ₂ diterima
H ₃ : Umur perusahaan berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility</i> .	-0,001	0,307	H ₃ ditolak

Sumber: Output SPSS 22, ,2020

2. Uji signifikansi dan Pembahasan

Berdasarkan Tabel 2, diperoleh tingkat signifikansi ukuran perusahaan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,005 ($0,000 < 0,005$) dengan koefisien regresi sebesar 0,057. Nilai tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yang berarti semakin tinggi nilai ukuran perusahaan maka tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* juga semakin meningkat. Perusahaan yang memiliki nilai ukuran perusahaan yang tinggi maka nilai pengungkapan *corporate social responsibility* juga tinggi.

Sebaliknya semakin rendah nilai ukuran perusahaan maka tidak mewakili pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Zulhaimi dan Nuraprianti (2019) yang menunjukkan perusahaan yang paling banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial merupakan perusahaan besar, sebab perusahaan besar cenderung memiliki cukup dana dalam melakukan kegiatan tanggung jawab sosial.

Nilai signifikansi ukuran dewan komisaris sebesar 0,002 yang lebih kecil dari 0,005 ($0,002 < 0,005$) dengan koefisien regresi sebesar 0,021. Nilai tersebut menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yang berarti bahwa semakin banyak jumlah anggota dewan komisaris maka akan semakin ketat suatu perusahaan dalam pengungkapan *corporate social responsibility* dibanding dengan perusahaan lainnya. Perusahaan yang memiliki jumlah anggota dewan komisaris yang tinggi, maka nilai pengungkapan *corporate social responsibility* juga tinggi. Hal tersebut disebabkan karena semakin banyak jumlah anggota dewan komisaris maka akan semakin ketat perusahaan dalam hal mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dibanding dengan perusahaan lainnya. Sebaliknya semakin rendah jumlah anggota dewan komisaris suatu perusahaan, maka pengungkapan *corporate social responsibility* juga akan rendah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zulhaimi dan Nuraprianti (2019).

Nilai signifikansi umur perusahaan sebesar 0,307 yang lebih besar dari 0,005 ($0,307 > 0,005$) dengan koefisien regresi arah negatif sebesar 0,001. Nilai tersebut menunjukkan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yang berarti bahwa semakin berumur suatu perusahaan maka bertambah pula tanggung jawab dan beban yang harus dipenuhi perusahaan, sehingga secara tidak langsung akan mengurangi kemampuan perusahaan untuk melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sunaryo dan Mahfud (2016). Namun penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Santioso dan Chandra (2012) yang menyatakan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Semakin lama perusahaan berdiri tidak menjamin suatu perusahaan dapat menunjukkan eksistensinya terhadap lingkungan sehingga umur

perusahaan bukan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis deskriptif serta pengujian hipotesis pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, maka dapat disimpulkan bahwa Ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan Umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Hasil *Adjusted R Square* sebesar 0,653 yang menunjukkan bahwa kemampuan ukuran perusahaan, ukuran dewan komisari, dan umur perusahaan dalam memberikan penjelasan pada pengungkapan *corporate social responsibility* hanya sebesar 65,3 persen.

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* hanya terdiri dari tiga variabel ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan umur perusahaan, sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*. Adapun saran yang diberikan oleh penulis adalah agar memeriksa terlebih dahulu data yang akan digunakan pada penelitian, sehingga dapat mempertimbangkan sektor yang tepat agar sesuai dengan variabel yang digunakan pada penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnantara, Komang Fridagustina. 2013. "Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham dan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan." *Jurnal Buletin Studi Ekonomi, Magister Akuntansi Universitas Udayana Bali*, vol.18, no.2, hal 107-113.
- Denziana, Angrita dan Eilien Delicia Yunggo. 2017. "Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva, dan Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Modal Perusahaan Pada Perusahaan Real Estate and Property yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015." *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, vol.8, no.1, hal. 51-67.
- Hery. 2017. *Kajian Riset Akuntansi*. Jakarta: PT Grasindo.
- KNKG. 2011. Pedoman Good Corporate Govrnance Perusahaan Konsultan Aktuaria Indonesia. *Komite Nasional Kebijakan Governance*.

R.I. Undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Said, Achmad Lamo. 2018. *Corporate Social Responsibility dalam prospek Governance*. Yogyakarta: Deepublish.

Santioso, Linda dan Erlina Chandra. 2012. "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Umur Perusahaan dan Dewan Komisaris Independen dalam Pengungkapan Corporate Social Responsibility," *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, vol.14, no.1, hal. 17-30.

Sunaryo, Bustan Arya dan H. Mohammad Kholiq Mahfud. 2016. "Pengaruh *Size*, Profitabilitas dan Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial perusahaan." *Diponegoro Journal of Management*, vol.5, no.2, hal. 1-14.

Syairozi, Muhamad Iman. 2019. *Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur dan Perbankan*. Magelang: Tidar Media.

Pradnyani, I Gusti Agung Arista dan Eka Ardhani Sisdyani. 2015. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Dewan Komisaris pada Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan." *E-jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, vol.11, no.2, hal. 384-397.

Wati, Lela Nurlela. 2019. *Model Corporate Social Responsibility (CSR)*. Jawa Timur: Myria Publisher.

Wardoyo dan Theodora Martina Veronica. 2013. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Dewan Komisaris dan Kepemilikan Manajerial terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Industri Perbankan di Indonesia." *Syariah Accounting Paper FEB-UM5*, vol.6, no.1, hal. 374.

Zulhaimi, Hanifa dan Neng Riyanti Nuraprianti. 2019. "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Dewan Komisaris, dan Ukuran Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure," *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, vol. 7, no.3, hal. 555-566.