



# STABILITY

## Journal of Management & Business

Vol 3 No 2 Tahun 2020

ISSN :2621-850X E-ISSN : 2621-9565

<http://journal.upgris.ac.id/index.php/stability>



### **PENGARUH SIZE, UMUR PERUSAHAAN TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

<sup>1</sup>Desyderia Ingriani Wahyuni Yassim, <sup>2</sup>Gendro Wiyono, <sup>3</sup>Mujino

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta.

[ingrianiyassim@gmail.com](mailto:ingrianiyassim@gmail.com)

#### **Info Artikel**

##### *Sejarah Artikel:*

Diterima : 1 Maret  
2020

Disetujui : 15  
Desember 2020

Dipublikasikan : 31  
Desember 2020

**Kata Kunci :** ukuran perusahaan, halaman perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan, profitabilitas.

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, umur perusahaan berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, profitabilitas berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas, umur perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas, ukuran perusahaan berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening, dan umur perusahaan berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. Penelitian mengambil sampel perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder berupa laporan tahunan perusahaan. Selama periode 2014-2018, terdapat 142 perusahaan manufaktur, dan populasi dalam penelitian ini berjumlah 42 perusahaan. Sampel dipilih dengan teknik purposive sampling, yaitu metode pengambilan sampel yang ditetapkan oleh peneliti sesuai dengan kriteria tertentu sehingga total sampel adalah 19 perusahaan. Data dianalisis dengan menggunakan path analysis. Hasil penelitian meliputi (1) ukuran perusahaan berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, (2) umur perusahaan berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, (3) profitabilitas berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, (4) ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas, (5) umur perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas, (6) ukuran perusahaan berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening, (7) umur perusahaan berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening.

#### **Abstract**

*This study aims to examine whether company size has an effect on corporate social responsibility, company age has an effect on corporate social responsibility, profitability has an effect on corporate social responsibility, company size has an effect on profitability, company age has an effect on profitability, company size has an effect on responsibility social enterprise with profitability as an intervening variable, and company age affect corporate social responsibility with profitability as an intervening variable. The study took a sample of manufacturing companies sub-sector of consumer goods listed on the Indonesia Stock Exchange. The type of data used in this study is secondary data in the form of company annual reports. During the 2014-2018 period, there were 142 manufacturing companies, and the population in this study amounted to 42 companies. Samples were selected by purposive sampling technique, which is the sampling method determined by researchers in accordance with certain criteria so that the total sample is 19 companies. Data were analyzed using path analysis. The results of the study include (1) company size influences corporate social responsibility, (2) company age influences corporate social responsibility, (3) profitability influences corporate social responsibility, (4) company size affects profitability, (5) company age affects profitability, (6) company size affects corporate social responsibility with profitability as an intervening variable, (7) company age affects corporate social responsibility with profitability as an intervening variable.*

**Keywords :** company size, company page, corporate social responsibility, profitability.

## PENDAHULUAN

Maraknya pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) belakangan ini menjadikan betapa pentingnya setiap perusahaan harus memperhatikan lingkungan sosialnya (Gabriella Erida, 2011 dalam Almira Robiah, 2017). Pembangunan suatu negara bukan hanya menjadi tanggung jawab pemerintah dan industri saja, tetapi setiap manusia juga berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat. Pesatnya perkembangan teknologi dan pembangunan saat ini berdampak pada semakin luasnya aktivitas operasional serta tanggung jawab social perusahaan. Hal ini membuat tuntutan yang semakin besar terhadap perusahaan. Setiap perusahaan pasti memiliki tujuan untuk mencapai keuntungan yang meningkat, ingin memakmurkan pemilik atau pemegang saham dan memaksimalkan tanggung jawab sosial perusahaannya. Maka dari itu perusahaan harus selalu memperhatikan semua hal itu untuk kepentingan perusahaan.

*Corporate social responsibility* (CSR) adalah bentuk kepedulian dan tanggung jawab sosial terhadap dampak dari semua kegiatan perusahaan terhadap kesejahteraan dari masyarakat dan lingkungan.

Di Indonesia sendiri, landasan hukum tanggung jawab sosial perusahaan sangat kuat. Hal tersebut dibuktikan dengan disahkannya UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pada Pasal 74 ayat 1 disebutkan bahwa Perseroan Terbatas yang menjalankan usaha dibidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan (DPR, 2007). Selain sebagai tuntutan bagi perusahaan, saat ini tanggung jawab sosial juga dianggap sebagai sebuah kebutuhan bagi perusahaan. Apabila dirancang dan diterapkan dengan benar maka tanggung jawab sosial perusahaan akan menjadi

investasi sosial jangka panjang yang berguna, baik untuk meningkatkan citra perusahaan di mata publik dan investor maupun sebagai strategi bisnis dan pengendalian risiko sosial perusahaan (Budiman, 2015).

## LANDASAN TEORI PUSTAKA

### 1. *Size Perusahaan*

Menurut Marius Siahaan et, al. (2014) *size perusahaan* adalah: “*Company size is a measurement which describes the largeness or smallness of a company and is stated in the total amount of activa and net sell. Company size is the size or the amount of asset of a company*”. Menurut Brigham & Houston (2010) “Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain”.

Klasifikasi ukuran perusahaan menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 dibagi kedalam 4 (empat) kategori yaitu, usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Pengertian dari usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 pasal 1 adalah sebagai berikut:

- 1) Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
- 2) Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil

sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.

- 3) Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
- 4) Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia. Kriteria ukuran perusahaan yang diatur dalam UU Nomor 20 Tahun 2008 pasal 6 adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Kriteria Ukuran Perusahaan**

Ukuran Perusahaan	Assets (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)	(tidak termasuk Tanah Tahunan)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	>50 juta – 500 juta	500 juta – 2,5 M	>300 juta – 2,5 M
Usaha Menengah	>10 juta – 10 M	10 M – 50 M	2,5 M – 50 M
Usaha Besar	>10 M	>50 M	>50 M

Menurut Taliyang (2011) dalam Lina (2013) Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma natural total asset. Skala pengukurannya adalah skala rasio skala Rasio. Pengukuran variable ukuran perusahaan adalah sebagai berikut :

$$Size = Ln \text{ Total Aktiva}$$

Berdasarkan uraian di atas menunjukkan bahwa untuk menentukan *size* perusahaan digunakan dengan ukuran

aktiva yang diukur sebagai logaritma dari total aktiva.

## 2. Umur Perusahaan

Umur perusahaan adalah waktu yang sudah dicapai sejak awal berdirinya suatu perusahaan. Umur perusahaan juga merupakan salah satu aspek menjadi bahan pertimbangan investor dalam penanaman modal. Menurut (Kurniawati, 2014) menyatakan bahwa pada dasarnya sebuah perusahaan itu didirikan untuk jangka waktu yang tidak menentu. Perusahaan memiliki umur yang lebih tua dipercaya mampu bertahan dalam persaingan bisnis serta dapat mengambil kesempatan bisnis dalam perekonomian untuk bisa beroperasi pada masa sekarang dan masa yang akan datang. Perusahaan yang memiliki umur lebih tua cenderung lebih terampil dalam pengumpulan dan memproses informasi ketika diperlukan, karena perusahaan telah memperoleh pengalaman yang cukup baik. Sehingga dengan demikian segala bentuk laporan akan dapat disajikan dengan tepat waktu.

Umur Perusahaan = Tahun penelitian yang diambil-Tahun berdirinya Perusahaan

## 3. Profitabilitas

Menurut Kasmir (2015) “Profitabilitas adalah 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”.

Jenis-jenis metode yang dapat digunakan dalam mengukur profitabilitas adalah *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE), *Return On Investment* (ROI), Laba Per Lembar Saham. Dalam penelitian ini rumus yang digunakan untuk menghitung

profitabilitas adalah ROA *Return On Asset*:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total aset}}$$

#### 4. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Definisi CSR (*Corporate Social Responsibility*) atau yang biasa disebut Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah suatu tindakan yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan disekitar tempat beroperasi (Aini, 2015).

CSR juga merupakan bentuk kepedulian suatu usaha terhadap lingkungan, baik lingkungan dalam kegiatan usaha maupun lingkungan diluar kegiatan usaha. Contoh bentuk tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan dapat bermacam-macam mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, pemberian beasiswa pendidikan, sumbangan untuk fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna bagi masyarakat banyak khususnya masyarakat ditempat beroperasi (Septiana & Fitria, 2014).

$$CSRI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

CSRI<sub>j</sub> : CSR index perusahaan j

N<sub>j</sub> : jumlah item untuk perusahaan j

X<sub>ij</sub> : 1= jika item I diungkapkan ; 0 = jika item i tidak diungkapkan

#### 5. Pengembangan Hipotesis

Menurut Sugiono (2013) mencatat bahwa hipotesis adalah tanggapan sementara terhadap rumusan masalah penelitian, kata-kata dari masalah yang diungkapkan dalam bentuk kalimat.

##### *Size Perusahaan dan Corporate Social Responsibility* (CSR)

Semakin berhasil suatu perusahaan dalam mengelola bisnisnya maka akan semakin

dapat menunjukkan pertumbuhan dalam bisnisnya sehingga akan lebih banyak mendorong untuk melakukan CSR. Hal tersebut dikarenakan bahwa perusahaan yang berskala besar akan menjadi pusat perhatian baik bagi investor maupun masyarakat luas. Sehingga semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin banyak melakukan pengungkapan CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Mungky Felicia dan Ni Ketut Rasmini (2015), Aditya Dharmawan Krisna dan Novris Suhardianto (2016), Ike Wandriani (2017), dan Faidatul Ainiyah (2017) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian tersebut diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>1</sub> : *Size* Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

##### *Umur Perusahaan dan Corporate Social Responsibility* (CSR)

Semakin lama suatu perusahaan berdiri maka akan semakin banyak melakukan tanggung jawab sosial hal ini disebabkan karena perusahaan yang telah lama berdiri dapat diartikan perusahaan tersebut mampu bersaing dengan perusahaan lain. Aulia Rizki Arjannie (2015) dan Faidatul Ainiyah (2017) menunjukkan bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>2</sub>: Umur Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR).

##### *Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility* (CSR)

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Perusahaan tidak hanya mementingkan aspek ekonomi seperti keuntungan saja,

namun juga memperhatikan aspek lingkungan sosial yang berkaitan dengan dampak positif dan negatif dari aktivitas perusahaan. karena profitabilitas menunjukkan apakah suatu perusahaan mempunyai prospek yang baik atau tidak dimasa datang. Penelitian yang dilakukan oleh Mungky Felicia dan Ni Ketut Rasmini ( 2015), Aulia Rizki Arjanggihie (2015), Devi Andrayani (2016) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaanan. Berdasarkan uraian tersebut diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>3</sub>: Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

#### **Size Perusahaan dan Profitabilitas**

Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang lebih besar cenderung mempunyai pengaruh terhadap peningkatan profitabilitas dan nilai perusahaan. Menurut Niresh and Velnampy (2014), ukuran perusahaan merupakan faktor utama dalam menentukan profitabilitas dari suatu perusahaan hal ini sesuai dengan konsep skala ekonomi yang ditemukan dalam pandangan neoklasik tradisional. Menurut hasil penelitian Yunni Rusmawati (2016) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas. Berdasarkan uraian tersebut diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>4</sub>: *Size* Perusahaan Berpengaruh Positif Signifikan terhadap Profitabilitas.

#### **Umur Perusahaan dan Profitabilitas**

Lamanya perusahaan berdiri, berkembang dan bertahan dapat disebut sebagai umur perusahaan. Perusahaan yang telah lama berdiri atau dapat dikatakan lebih tua pasti memiliki pengalaman yang lebih banyak sehingga akan lebih mengetahui langkah-langkah apa yang harus diambil ketika

mengalami suatu persoalan. Perusahaan yang sudah lama berdiri pasti lebih dikenal oleh masyarakat dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan baru. Oleh karena itu produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut akan lebih diminati masyarakat. Menurut hasil penelitian Ilaboya dan Ohiokha (2016) menyatakan umur perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas. Berdasarkan uraian tersebut diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>5</sub>: Umur Perusahaan Berpengaruh Positif Signifikan terhadap Profitabilitas.

#### **Size perusahaan, Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility (CSR)**

Perusahaan besar memiliki sumber daya yang lebih memadai, sehingga memungkinkan untuk memberikan informasi pengungkapan CSR yang relevan bagi *stakeholder* dalam jumlah yang lebih banyak dan luas dibandingkan dengan perusahaan kecil. Menurut Ahmad Kamil dan Antonius Herusetya (2012) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang tinggi akan berdampak tinggi pada pengungkapan kegiatan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR). Berdasarkan uraian tersebut diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut

H<sub>6</sub>: Profitabilitas berpengaruh positif sebagai variabel *intervening* antara *Size* Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

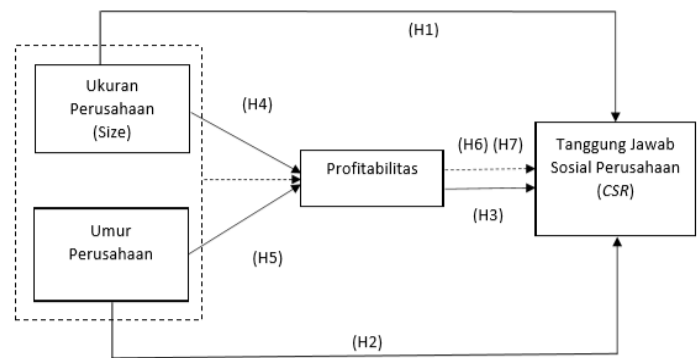
#### **Umur perusahaan, Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility (CSR)**

Umur perusahaan mengindikasikan bahwa perusahaan tetap dapat bertahan dan mampu bersaing. Oleh karena itu produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut akan lebih diminati masyarakat karena sudah lama dikenal dan diketahui, sehingga perusahaan tersebut mendapatkan peningkatan profitabilitas. Profitabilitas yang tinggi akan diikuti

dengan pengungkapan CSR yang tinggi, hal ini sebagai timbal balik dari kegiatan yang dilakukan perusahaan sehingga tidak ada pihak yang dirugikan baik perusahaan, investor maupun masyarakat lingkungan tempat beroperasi, karena profitabilitas menunjukkan apakah suatu perusahaan mempunyai prospek yang baik atau tidak dimasa akan datang. Menurut hasil penelitian Ilaboya dan Ohiokha (2016) menyatakan umur perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas dan menurut Aulia Rizki Arjanggihie (2015) dan Faidatul Ainiah (2017) menunjukkan bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

### KERANGKA PIKR

Kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2014). Penelitian ini dilakukan untuk memberi gambaran tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan oleh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dan penelitian ini menggunakan dua variabel Independen (variabel bebas), satu variabel dependen (variabel terikat), satu variabel intervening (variabel antara). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *size* perusahaan dan umur perusahaan. Sedangkan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan variabel intervening yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



### Penjelasan Kerangka Pikir

Perusahaan yang berskala besar akan menjadi pusat perhatian baik bagi investor maupun masyarakat luas. Sehingga semakin besar *size* perusahaan maka akan semakin banyak melakukan pengungkapan CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Mungky Felicia dan Ni Ketut Rasmini (2015), menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Secara umum perusahaan yang sudah lama beroperasi akan semakin banyak mengungkapkan informasi sosial. Semakin lama suatu perusahaan berdiri maka akan semakin banyak melakukan tanggungjawab sosial, hal ini disebabkan karena perusahaan yang telah lama berdiri dapat diartikan perusahaan tersebut mampu bersaing dengan perusahaan lain. Aulia Rizki Arjanggihie (2015) menunjukkan bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

Profitabilitas yang tinggi akan diikuti dengan pengungkapan CSR yang tinggi, hal ini sebagai timbal balik dari kegiatan yang dilakukan perusahaan sehingga tidak ada pihak yang dirugikan baik perusahaan, investor maupun masyarakat lingkungan tempat beroperasi, karena dengan melakukan pengungkapan CSR maka akan dapat memperbaiki citra dan reputasi perusahaan di masa yang akan datang. Penelitian yang dilakukan Devi Andrayani

(2016) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

Perusahaan yang memiliki ukuran tinggi memiliki dampak yang besar terhadap lingkungan, Perusahaan besar memiliki sumber daya yang lebih memadai, sehingga memungkinkan untuk memberikan informasi pengungkapan CSR yang relevan bagi *stakeholder* dalam jumlah yang lebih banyak dan luas dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan yang melakukan kegiatan CSR dengan menjaga kualitas produk dan keamanannya akan meningkatkan loyalitas konsumen, sehingga dapat meningkatkan penjualan. Sehingga kegiatan dan pengungkapan CSR akan meningkatkan laba perusahaan (Yeterina dan Oktania, 2013). Sehingga dengan adanya peningkatan laba yang diterima dapat mempengaruhi ukuran perusahaan semakin tinggi dan dengan begitu pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) semakin relevan bagi *stakeholder* dalam jumlah yang lebih banyak dan luas. Umur perusahaan menggambarkan lamanya perusahaan tersebut berdiri dan melangsungkan kegiatan usahanya. Perusahaan yang berumur lebih tua tentunya memiliki pengalaman yang lebih banyak dan lebih mengetahui kebutuhan komitmen atas informasi tentang perusahaan daripada perusahaan yang muda atau baru saja berdiri dan beroperasi.

## **METODE PENELITIAN**

### **Sifat Penelitian**

Sifat penelitian adalah mempelajari *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

yang digunakan oleh beberapa perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Adapun rancangan penelitian ini adalah dengan metode kuantitatif Menurut Sugiyono (2014), metode kuantitatif adalah: “Metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi suatu sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”

Dalam penelitian menggunakan metode kuantitatif ini akan diambil dari laporan tahunan untuk pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan yang dilakukan pada beberapa perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI. Penelitian yang mendeskripsikan penerapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Teknik sampling yang digunakan oleh penulis adalah dengan Teknik *purposive sampling*. Pengertian *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono,2016). Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan yang penulis tentukan, oleh karena itu penulis memilih teknik *purposive sampling*.

Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian sampel yaitu :

- a. Terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2014-2018 dan menerbitkan laporan tahunan (*annual report*).
- b. Memiliki data yang diperlukan

termasuk catatan atas laporan keuangan dengan satuan mata uang rupiah.

- c. Perusahaan dengan sektor industri barang konsumsi
- d. Menyajikan data perusahaan yang lengkap sesuai dengan variabel yang diteliti selama periode 2014-2018.
- e. Menyajikan CSR dalam laporan tahunan
- f. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian pada periode 2014-2018

### **Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Adapun variabel yang dipakai dalam penelitian ini adalah :

#### **Variabel Independen (X)**

Variabel independen merupakan Variabel bebas, variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) Variabel independen atau bebas Sugiyono (2016). Jadi variabel ini sifatnya menerangkan dan mempengaruhi variabel lain yang tidak bebas. Variabel bebas juga memiliki nilai yang tidak tergantung pada variabel lainnya. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan (X1) dan umur perusahaan (X2).

#### **Size Perusahaan**

Menurut Marius Siahaan et, al. (2014) *Size* perusahaan adalah “ukuran yang menggambarkan besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dinyatakan dalam jumlah total aktiva dan penjualan bersih. *Size*

perusahaan adalah ukuran atau jumlah aset dari perusahaan”. Menurut I Gusti Ngurah Gede Rudangga dan Gede Merta Sudiarta (2016 ): “Ukuran perusahaan dapat dinyatakan dengan total asset yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam ukuran perusahaan terdapat tiga variabel yang dapat menentukan ukuran perusahaan yaitu total asset, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Karena variabel itu dapat menentukan besarnya suatu perusahaan”. *Size* perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut

$$size = Ln Total Aktiva$$

#### **Umur Perusahaan**

Umur perusahaan adalah waktu yang sudah dicapai sejak awal berdirinya suatu perusahaan. Umur perusahaan juga merupakan salah satu aspek menjadi bahan pertimbangan investor dalam penanaman modal. Menurut (Kurniawati, 2014) menyatakan bahwa pada dasarnya sebuah perusahaan itu didirikan untuk jangka waktu yang tidak menentu. Perusahaan memiliki umur yang lebih tua dipercaya mampu bertahan dalam persaingan bisnis serta dapat mengambil kesempatan bisnis dalam perekonomian untuk bisa beroperasi pada masa sekarang dan masa yang akan datang. Umur Perusahaan = Tahun penelitian yang diambil - Tahun berdirinya Perusahaan

#### **Variabel Dependen (Y)**

Variabel dependen (variabel terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas Sugiyono (2016). Dalam penelitian ini, variabel dependen (variabel terikat) yang akan diteliti adalah Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Y).



**Corporate Social Responsibility (CSR)**  
*Corporate Social Responsibility (CSR)* atau yang biasa disebut Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah suatu tindakan yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan disekitar tempat beroperasi (Aini, 2015). CSR juga dimaksudkan untuk meminimalisir dampak yang di timbulkan perusahaan selama menjalankan aktivitas bisnisnya (Pradnyani dan Sisdyani, 2015).

Tanggung jawab sosial perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

CSRI<sub>j</sub> : CSR index perusahaan j

N<sub>j</sub> : jumlah item untuk perusahaan j,

X<sub>ij</sub> : 1= jika item I diungkapkan ; 0 = jika item i tidak diungkapkan

### Variabel Intervening (Z)

Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela/antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen". Variabel intervening dalam penelitian ini adalah Profitabilitas (Z)

### Profitabilitas

Profitabilitas adalah 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 (Kasmir, 2015). Rumus yang digunakan untuk menghitung ROA adalah

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total aset}}$$

## HASIL DAN ANALISIS

**Tabel 4.2**

**Data Pemilihan Sampel**

Kriteria	Jumlah
Perusahaan yang terdaftar di BEI	666
Perusahaan yang tidak termasuk industri manufaktur	(512)
Perusahaan manufktur	154
Perusahaan dengan sektor barang konsumsi	42
Perusahaan yang tidak memenuhi kriteria	(23)
Jumlah sampel (19x5)	95

Sumber data : data yang diolah tahun 2019

Berdasarkan table 4.2 menunjukkan bahwa jumlah perusahaan sampel manufaktur pada tahun 2014 sampai dengan 2018 yang diperoleh dari BEI sejumlah 154 perusahaan. Perusahaan denan sektor barang konsumsi sebanyak 42 perusahaan sedangkan yang tidak memenuhi kriteria kelengkapan kriteria data sebanyak 23 perusahaan. Dengan demikian data sampel perusahaan manufaktur yang memenuhi ktiteria untuk menjadi sampel penelitian sebanyak 19 perusahaan selama 5 tahun, sehingga terdapat 95 laporan tahunan perusahaan. Metode yang dilakukan untuk mendapatkan data diatas menggunakan regresi data panel. Menurut Basuki dan Prawoto (2017) Data Panel merupakan gabungan antara data runtut waktu (*time series*) dan data silang (*cross section*).

## Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Size	95	26.62	32.20	29.0306	1.60223
Umur	95	.00	37.00	20.1579	9.24411
Profit	95	.90	35.87	11.6637	8.23507
CSR	95	.15	.46	.2935	.06808
Valid N (listwise)	95				

Berdasarkan data diatas hasil uji statistik deskriptif diatas adalah tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sebagai variabel dependent menunjukkan nilai rata rata sebesar 0,2935 dengan standar deviasi sebesar 0,06808 serta memiliki nilai minimum sebesar 0,15 dan nilai maksimum 0,46. Variabel *size* perusahaan menunjukkan nilai rata rata sebesar 29,0306 dengan standar deviasi sebesar 1,60223 serta memiliki nilai minimum sebesar 26,62 dan nilai maksimum

### a. Uji statistik t

Uji statistic t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independent secara individual 32,20. Variabel umur perusahaan menunjukkan nilai rata rata sebesar 20,1579 dengan standar deviasi sebesar 9.24411 serta memiliki nilai minimum sebesar 0,00 dan nilai maksimum 37,00. Variabel profitabilitas menunjukkan nilai rata rata sebesar 11,6637 dengan standar deviasi sebesar 8,23507 serta memiliki nilai minimum sebesar 0,90 dan nilai maksimum 35,87.

berpengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria untuk pengambilan keputusan menerima atau menolak hipotesis menggunakan tingkat signifikansi 0,05.

## Uji t Model 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	-.417	.085		4.902	.000
1 Size	.022	.003	.523	7.429	.000
Umur	.002	.001	.272	3.842	.000
Profit	.002	.001	.263	3.468	.001

Hasil analisis regresi linear berganda antara variabel bebas dengan variabel terikat di atas dijelaskan sebagai berikut :

- Hasil uji *size* perusahaan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $7,429 > 1,98638$ . Memiliki angka signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan nilai  $\beta$  0,022 dengan arah positif.
- Hasil uji umur perusahaan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $3,842 > 1,98638$ . Memiliki angka signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan nilai  $\beta$  0,002 dengan arah positif.
- Hasil uji profitabilitas diperoleh nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $3,468 > 1,98638$ . Memiliki angka signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  dengan nilai  $\beta$  0,002 dengan arah positif.

Hasil uji penelitian ini menunjukkan bahwa *size* perusahaan, umur perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

## Uji t model 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	-44.716	13.344		-3.351	.001
1 Size	1.726	.163	.336	3.727	.000
Umur	.312	.080	.350	3.886	.000

a. Dependent Variable: Profit

Hasil analisis regresi linear antara variabel intervening dan variabel terikat pada tabel 4.9 dijelaskan sebagai berikut :

- a) Hasil uji regresi *size* perusahaan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $3,727 > 1,98638$ . Memiliki angka signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan nilai  $\beta$  1,726 dengan arah positif.
- b) Hasil uji regresi umur perusahaan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $3,886 > 1,98638$ . Memiliki angka signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan nilai  $\beta$  sebesar 0,312 dengan arah positif.

Hasil uji penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran dan umur perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas.

**b. Uji Statistik F**

Pengujian ini diamksutkan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel dependen. Uji F dilakukan dengan cara membandingkan nilai signifikansi probabilitas dari suatu uji F dengan tingkat kesalahan ( $\alpha$ ) yaitu sebesar 5% jika tingkat signifikansi  $< \alpha=0,05$ , maka variabel independent berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika tingkat signifikansi  $> \alpha=0,05$ , maka variabel independent tidak berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

**Uji F model 1**

**Hasil Uji F dengan Anova model 1**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.268	3	.089	48.606	.000 <sup>b</sup>
Residual	.167	91	.002		
Total	.436	94			

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), Profit, Size, Umur

Sumber : data yang diolah tahun 2019

Berdasarkan data diatas diketahui nilai  $F_{reg} = 48.606 >$  dari  $F_{tabel} = 2,70$  dengan nilai p (signifikansi) sebesar 0.000. berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  ( $p < 5\%$ ), sehingga hipotesis terdukung. Artinya, ada pengaruh secara simultan *size* perusahaan, umur perusahaan, dan profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

**Hasil Uji F dengan Anova model 2**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1699.422	2	849.711	16.720	.000 <sup>b</sup>
Residual	4675.317	92	50.819		
Total	6374.739	94			

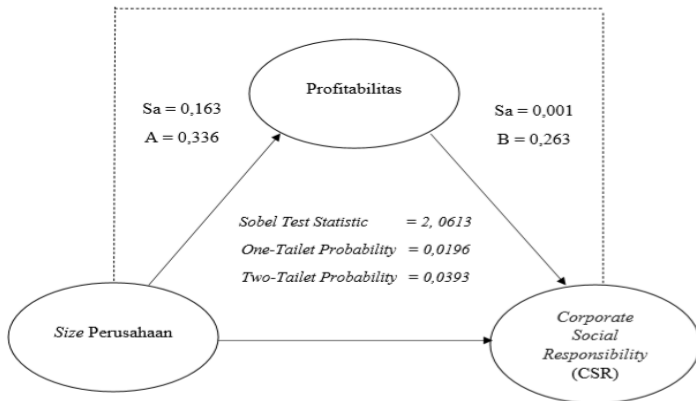
a. Dependent Variable: Profit

b. Predictors: (Constant), Umur, Size

Sumber : data yang diolah tahun 2019

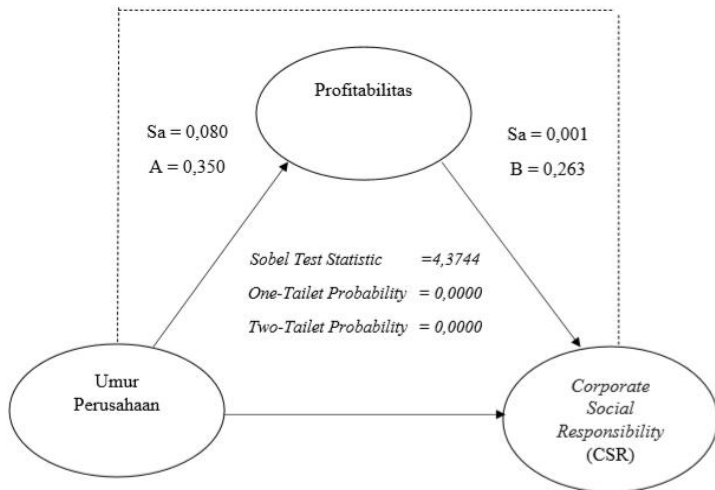
Berdasarkan data diatas diketahui nilai  $F_{reg} = 16,720 >$  dari  $F_{tabel} = 2,70$  dengan nilai p (signifikansi) sebesar 0.000. berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  ( $p < 5\%$ ), sehingga hipotesis terdukung. Artinya, ada pengaruh secara simultan *size* perusahaan, umur perusahaan terhadap profitabilitas sebagai variabel intervening.

**Uji Sobel Test Profiabilitas sebagai mediasi antara *Size* Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)**



Dari hasil perhitungan sobel test diatas mendapatkan nilai *Sobel test statistic* 2,0613, karena nilai Z yang diperoleh sebesar  $2,0613 > 1,96$  dengan tingkat signifikansi 5%. Jadi dapat dikatakan bahwa Profitabilitas mampu memediasi size perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

**Uji Sobel Test Profitabilitas sebagai mediasi antara Umur Perusahaan terhadap Tanggung Jawab Sosial perusahaan**



Dari hasil perhitungan sobel test diatas mendapatkan nilai *Sobel test statistic* 4,3743, karena nilai Z yang diperoleh sebesar  $4,3743 > 1,96$  dengan tingkat signifikansi 5%. Jadi dapat dikatakan bahwa Profitabilitas mampu memediasi umur perusahaan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

**SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan pada hasil yang telah disampaikan dapat diberi simpulannya yaitu *size* perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR), umur perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR), *size* perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas, umur perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas, *size* perusahaan memberikan pengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui profitabilitas, umur perusahaan memberikan pengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui profitabilitas. Berdasarkan simpulan di atas, maka saraniyang dapat diberikan adalah peneliti selanjutnya bisa memperluas kriteria sampel yaitu menggunakan variabel yang berbeda atau menambah variabel pada objek penelitian yang sama, menambah jangka waktu pengamatan agar data dapat mencerminkan kondisi perusahaan sesungguhnya. memperluas lingkup penelitian, tidak hanya pada perusahaan manufaktur melainkan melibatkan industri lain agar mencerminkan reaksi dari perusahaan publik secara keseluruhan. Bagi perusahaan perlu melakukan evaluasi terhadap program CSR agar upaya pemberdayaan masyarakat terus meningkat kualitasnya dan pemerintah sebaiknya dapat lebih kritis dalam menangani praktik praktik *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan, sehingga akan ada kebijakan yang tepat dalam mengatasi praktik *corporate social responsibility* tersebut agar tepat sasaran dan tidak terjadi konflik untuk pemberdayaan masyarakat, serta peran perusahaan dalam pembangunan nasional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aini, A. K. 2015. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia (BEI). *Skripsi. Universitas Mulawarman. Samarinda.*
- Ainiyah, F. (2018). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Bank Umum Syariah (BUS) Di Indonesia Tahun 2011-2016 Skripsi.* (September), 160–164.
- Almira, R. (2017). *Pengaruh Leverage, Size dan Kepemilikan Manajemen terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR).* Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa.
- Andrayani, D. (2016). *Pengaruh Profitabilitas, Umur Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure (Studi Empiris pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014).*
- Anisah, H. N. (2018). *Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Komite Audit, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, Likuiditas, Profil Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Laporan Tahunan (Studi pada Perusahaan Manufaktur.*
- Arjanggie, A. R. (2015). Pengaruh Profitabilitas Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(3).
- Brigham, F. Eugene dan Houston, Joel. 2010. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan: Assetials Of Financial Management.* Jakarta: Salemba Empat.
- Budiman, N. A. 2015. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *JRAMB*, 1(1). ISSN: 2460-1233
- Dharmawan Krisna, A., & Suhardianto, N. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 18(2), 119–127.
- Ekowati, & Dkk. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Growth, dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XVII.*
- Felicia, M., & Rasmini, N. K. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Yang Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia Jurusan Ekonomi Dan Bisnis, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pendahuluan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 2.
- Kasmir. 2015. *Analisis Laporan Keuangan.* Jakarta: Raja Grafindo

- Persada.
- Lina. 2013. "Faktor-faktor Penentu Pengungkapan Modal Intelektual". *Media Riset Akuntansi*. Vol. 3. ISSN: 2008-2106.
- Nayahita, M. (2018). *Aanalisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar pada Indeks LQ 45 Indonesia Tahun 2012-2016)*.
- Niresh, J. Aloy dan T. Velnampy, 2014. "Firm Size and Profitability: A Study of Listed Manufacturing Firms in Sri Lanka", *International Journal of Business and Management*, Volume 8 hal 57-64.
- Ratih, A. (2017). *Pengaruh Profitabilitas, Growth, Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Saraswati, Atika Dewi., 2014., "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Corporate Charitable Contributions.", skripsi., Universitas Diponegoro Semarang.
- Septiana, Fera dan Astri, Fitria, 2014, "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur", *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, Vol. 3 No. 7.
- Siahaan, Uke Marius et, al. 2014. *The Influence of Company Size and Capital Structure towards Liquidity, Corporate Performance and Firm Value, for Large and Small Group Companies*. *European Journal of Business and Management*, Vol 6, No. 18.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Viviliana, M. (2016). *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar dalam LQ-45 di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014)*.