

---

# FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Ike Putri Wandriani

Program Studi Magister Manajemen, Universitas Tarumanagara  
ikeputri@gmail.com (*corresponding author*)

**Abstract:** The purpose of this research is to provide empirical evidence on whether firm size, profitability, size of audit firm, leverage, net profit margin, and liquidity influence corporate social responsibility disclosure. This research used 60 samples of companies in the manufacturing sector that had been listed on the Indonesian Stock Exchange, within the period from 2011 until 2013. Sample were obtained by purposive sampling method. Data were analyzed using the multiple regression method. The result of this research showed that firm size, leverage, and net profit margin influenced corporate social responsibility disclosure. On the contrary, profitability, size of the audit firm, and liquidity did not influence corporate social responsibility disclosure.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility Disclosure, Firm Size, Profitability, Size of Audit Firm, Leverage, Net Profit Margin, Liquidity

## PENDAHULUAN

Setiap perusahaan pasti menginginkan perolehan laba bagi perusahaannya. Oleh karena itu, perusahaan ingin membuat citra yang baik untuk masyarakat dengan memperhatikan lingkungannya atau tanggung jawab sosialnya yang disebut dengan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Menurut Roziani dan Sofie (2010), sejarah perkembangan akuntansi semakin berkembang mengikuti jaman dan diwarnai adanya revolusi industri. Revolusi industri merupakan fase perkembangan akuntansi manajemen yang menyebabkan pelaporan akuntansi lebih ditekankan dan diperhatikan kepada akuntansi manajemen yang berhubungan dengan pertanggungjawaban terhadap pemilik modal. Pemilik modal harus ditekankan agar menjadi tujuan dan perhatian pertama perusahaan untuk dapat memaksimalkan profit.

Perusahaan memerlukan tata kelola perusahaan yang baik untuk mencapai tujuan yang maksimal dan menghasilkan citra yang baik di hadapan masyarakat. Perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya untuk melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosialnya sehingga mengurangi pendapatan dalam perusahaan. Tetapi seiring berjalannya waktu perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial akan menghasilkan loyalitas konsumen yang lebih besar terutama pada hal produk-produk yang bersifat ramah lingkungan. Ketika bisnis global saat ini tidak dapat dihindari maka dituntut untuk merealisasikan prinsip-prinsip tentang transparansi, akuntabilitas, dan *good governance*.

## KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Teori Stakeholder

Menurut Nur dan Priantinah (2012), teori *stakeholder* adalah komitmen berkelanjutan dari perusahaan yang berjalan secara etis dan memiliki kontribusi terhadap pembangunan untuk meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan komunitas serta masyarakat. Perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholders*-nya (*shareholders*, kreditor, konsumen, *supplier*,

pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain). *Stakeholder* dan organisasi saling memengaruhi, hal ini dapat dilihat dari hubungan sosial keduanya yang berbentuk responsibilitas.

### **Teori Legitimasi**

Teori legitimasi memberikan alasan yang logis tentang legitimasi organisasi dimana pengaruh masyarakat luas dapat menentukan alokasi sumber keuangan dan sumber ekonomi lainnya. Suatu organisasi mungkin menerapkan 4 strategi legitimasi ketika menghadapi ancaman legitimasi dan menghadapi kegagalan kinerja perusahaan, seperti kecelakaan yang serius atau skandal keuangan organisasi mungkin:

1. Mencoba untuk membidik pemegang saham tentang tujuan organisasi untuk meningkatkan kinerjanya.
2. Mencoba untuk merubah persis pemegang saham terhadap suatu kejadian (tetapi tidak merubah kinerja organisasi).
3. Mengalihkan perhatian dari masalah yang menjadi perhatian (mengonsentrasikan terhadap beberapa aktivitas positif yang tidak berhubungan dengan kegagalan-kegagalan).
4. Mencoba untuk merubah eksternal tentang kinerjanya.

### **Teori Kontrak Sosial**

Teori ini muncul karena adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat, agar terjadi keselarasan, keserasian, dan keseimbangan, termasuk dalam lingkungan. Kontrak sosial dibangun dan dikembangkan untuk menjelaskan hubungan antara perusahaan terhadap masyarakat. Perusahaan memiliki kewajiban pada masyarakat untuk memberikan manfaat bagi masyarakat akan selalu mematuhi aturan dan norma yang berlaku sehingga kegiatan perusahaan dipandang *legitimate*. Dalam konteks perusahaan dan *stakeholder*, kontrak sosial mengisyaratkan bahwa perusahaan seharusnya berusaha untuk memastikan bahwa operasinya harus *congruence* dengan ekspektasi masyarakat sehingga dapat disebut legitimasi. Hal ini sejalan dengan konsep *legitimacy theory* bahwa legitimasi dapat diperoleh jika terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai (*congruence*) dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan.

### **Penelitian Terdahulu**

#### **Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Penelitian Wijaya (2012) menyatakan dari hasil penelitiannya terdapat hubungan yang positif antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H<sub>a1</sub>: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

#### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Penelitian Wijaya (2012) yang dilakukan juga menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memberikan pengaruh negatif. Hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H<sub>a2</sub>: Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Audit terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Uwuigbe dan Egbide (2012) adalah tidak ada hubungan antara perusahaan ukuran perusahaan audit dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di antara perusahaan yang dipilih. Hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H<sub>a3</sub>: Ukuran kantor akuntan publik berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

### **Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2012) menunjukkan adanya hubungan antara *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang memberikan pengaruh positif. Hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H<sub>a4</sub>: *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

### **Pengaruh *Net Profit Margin* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Pada penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Prastiti (2011) menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara pengaruh laba bersih terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang memberikan pengaruh positif. Hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H<sub>a5</sub>: *Net profit margin* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

### **Pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Laksmitanigrum dan Purwanto (2013) menunjukkan adanya hubungan positif antara likuiditas dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H<sub>a6</sub>: Likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Obyek Penelitian**

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2011 sampai 2013. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*, dimana pemilihan sampel dilakukan atas dasar kesesuaian karakteristik sampel dengan kriteria-kriteria tertentu yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan penelitian.

### **Definisi Operasional**

#### **Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.**

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diukur dengan menggunakan proksi CSRD berdasarkan pada penelitian Uwuigbe (2011). Pendekatan ini pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi, yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan dan diberi nilai 0 jika tidak diungkapkan. Lalu, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor dalam setiap perusahaan. Skala yang

digunakan adalah skala nominal. Dalam penelitian ini, variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility disclosures*) dirumuskan sebagai berikut:

$$CSR D_i = \sum_{i=1}^{20} d_i$$

Keterangan:

$CSR D_i$  : *Total Disclosure score*

$d_i$  : *Dummy Variable*: 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan

$i$  : 1, 2, 3, ..., 20

### Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Pada umumnya, perusahaan besar lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial dari pada perusahaan yang skala kecil. Perusahaan besar akan mengalami tekanan agar perusahaan lebih besar dan risiko-risiko yang terjadi terhadap perusahaan akan lebih besar. Pengukuran ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Uwuigbe (2011). Ukuran perusahaan dirumuskan sebagai berikut:

$$SIZE = \log (\text{nilai buku total aset})$$

### Profitabilitas

Profitabilitas menentukan perusahaan dimana rasio profitabilitas menghitung kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan perusahaan. Rasio profitabilitas diukur menggunakan ROA adalah rasio laba bersih setelah pajak terhadap total aktiva, yang mengukur tingkat pengembalian investasi para investor. Tingkat profitabilitas dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan, oleh sebab itu, semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka cenderung lebih luas pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Pengukuran ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Uwuigbe (2011). Profitabilitas dirumuskan sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aktiva}}$$

### Ukuran Kantor Akuntan Publik (UKAP)

Ukuran perusahaan audit dalam penelitian ini diukur menggunakan variabel *dummy*, yaitu dengan memberikan nilai 1 untuk *auditor affiliated with the big four auditing firms*, dan memberikan nilai 0 untuk *auditor nonaffiliated with the big four auditing firms*. Pengukuran ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Uwuigbe (2011).

### Leverage

*Leverage* merupakan suatu alat penting pengukuran dalam efektivitas penggunaan utang perusahaan yang digambarkan untuk melihat sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang dibandingkan dengan ekuitas yang disebut dengan DER. Pengukuran ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Sari (2012). *Leverage* yang dirumuskan sebagai berikut:

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

**Net Profit Margin**

*Net profit margin* adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan *net income* dalam tingkat penjualan tertentu. Rasio antara *net income* terhadap penjualan. *Net income* yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Net profit margin} = \frac{\text{net income}}{\text{sales}}$$

**Likuiditas**

Likuiditas merupakan suatu alat penting pengukuran dalam menentukan kesehatan suatu perusahaan. Likuiditas diukur dengan menggunakan rasio likuiditas, yaitu *current ratio* dimana aktiva lancar dibagi dengan kewajiban lancar. Pengukuran ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Badjuri (2011). Likuiditas yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{CURRENT RATIO} = \frac{\text{aktiva lancar}}{\text{kewajiban lancar}}$$

**Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi berganda (*multiple regression analysis*) dengan tingkat kesalahan atau  $\alpha$  sebesar 5%. Uji linear berganda untuk memperlihatkan hubungan antara satu variabel dependen dengan beberapa variabel independen (Ghozali, 2013, p. 95). Berikut ini adalah model regresi linear pada penelitian ini:

$$\text{CSR} = \beta_0 + \beta_1 \text{UP} + \beta_2 \text{ROA} + \beta_3 \text{UKAP} + \beta_4 \text{DER} + \beta_5 \text{NPM} + \beta_6 \text{CR} + \epsilon$$

**PENUTUP**

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh bukti empiris pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, ukuran kantor akuntan publik, *leverage*, *net profit margin*, dan likuiditas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

**DAFTAR REFERENSI**

- Badjuri, A. (2011). Faktor-faktor fundamental, mekanisme corporate social responsibility (CSR) perusahaan manufaktur dan sumber daya alam di Indonesia. *Dinamika Keuangan dan Perbankan*, 3(1), 38–54.  
<https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe1/article/view/2064>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 21 update PLS regresi* (7th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Laksmitaningrum, C. F., & Purwanto, A. (2013). Analisis pengaruh karakteristik perusahaan, ukuran dewan komisaris dan struktur kepemilikan terhadap pengungkapan CSR (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2011). *Diponegoro Journal of Accounting*, 2(3), 248–257.  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/3401>
- Nur, M., & Priantinah, D. (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan corporate social responsibility di Indonesia (Studi empiris pada perusahaan berkategori high profile yang listing di Bursa Efek Indonesia). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 1(2), 22–34. <https://doi.org/10.21831/nominal.v1i2.996>

- Roziani, E. A., & Sofie. (2010). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pengungkapan sosial dalam laporan tahunan bank konvensional dan bank syariah di Indonesia. *TAZKIA: Islamic Finance and Business Review*, 5(1), 54–75. <https://doi.org/10.30993/tifbr.v5i1.41>
- Sari, R. A. (2012). Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap corporate social responsibility disclosure pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 1(2), 124–140. <https://doi.org/10.21831/nominal.v1i2.1002>
- Utami, S., & Prastiti, S. D. (2011). Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap social disclosure. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 16(1), 63–69.
- Uwuigbe, U. (2011). An empirical investigation of the association between firms' characteristics and corporate social disclosures in the Nigerian financial sector. *Journal of Sustainable Development in Africa*, 13(1), 60–74. [https://jsd-africa.com/Jsda/V13No1\\_Spring2011\\_A/PDF/An Empirical Investigation of the Association Between \(Uwuigbe\).pdf](https://jsd-africa.com/Jsda/V13No1_Spring2011_A/PDF/An%20Empirical%20Investigation%20of%20the%20Association%20Between%20(Uwuigbe).pdf)
- Uwuigbe, U., & Egbiide, B.-C. (2012). Corporate social responsibility disclosures in Nigeria: A study of listed financial and non-financial firms. *Journal of Management and Sustainability*, 2(1), 160–169. <https://doi.org/10.5539/jms.v2n1p160>
- Wijaya, M. (2012). Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 1(1), 26–30. <https://doi.org/10.33508/jima.v1i1.8>