

JURNAL ILMIAH

Bisnis dan Ekonomi Asia

Terakreditasi Sinta 3 SK No: 105/E/KPT/2022
https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka

PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN CONSUMEN GOOD INDUSTRI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Ahda Fahira Fakhriah¹, Fadilla Cahyaningtyas^{2*}
^{1,2}Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang, Indonesia

INFO ARTIKEL

DOI:

10.32812/jibeka.v16i2.462

ISSN:

0126-1258

ISSN-E:

2620-875X

CORRESPONDENCE*:

fadillacahyaningtyas@asia.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study is to understand and analyze the effect of corporate social responsibility disclosure with earnings management, liquidity and profitability factors from companies in the consumer good industry sector for the period 2018-2020. In this study there were 20 company populations with a total of 60 samples as research objects. The method used in this research is multiple linear regression method. Related to this research, there is a conclusion that the results of the study indicate that there is a significant influence between earnings management, liquidity and profitability on the disclosure of corporate social responsibility. The implication of the results of this study is that companies can disclose the influence of corporate social responsibility if the company can meet the criteria of the GRI index, amounting to 91 criteria.

Keywords: *Earnings Management, Liquidity, Profitability, Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami dan menganalisis pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap faktor-faktor yang berhubungan dengan manajemen kinerja, likuiditas dan profitabilitas perusahaan barang konsumsi tahun 2018-2020. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 20 perusahaan dengan jumlah sampel sebanyak 60 orang sebagai objek penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linier berganda. Sehubungan dengan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari hasil manipulasi, likuiditas dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Implikasi dari hasil penelitian ini adalah perusahaan dapat mengungkapkan dampak tanggung jawab sosial perusahaan jika perusahaan memenuhi indeks GRI 91 kriteria.

Kata Kunci: Manajemen Laba, Likuiditas, Profitabilitas, Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility



Pendahuluan

Menurut (Iskandar, 2016), tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah sebuah gagasan yang berarti bahwa perusahaan tidak lagi harus menghadapi kewajiban yang berpihak pada hasil tunggal, yaitu niat baik, yang diwujudkan hanya dalam kondisi keuangan perusahaan, tetapi tanggung jawab harus didasarkan pada 3 konsep, yang juga menyoroti dimensi aspek keuangan, sosial, dan lingkungan yang menjadi kunci konsep pembangunan berkelanjutan yaitu People (Sosial), Planet (Lingkungan) dan Profit (Ekonomi). Seiring berjalannya waktu, pemahaman akan pentingnya dan manfaat nilai bisnis dalam bisnis telah menggeser konsep bisnis dari satu P (Profit) atau keuntungan, menjadi 3P (Triple Bottom Line), yaitu kemakmuran ekonomi, kualitas lingkungan dan keadilan sosial.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori pemangku kepentingan (stakeholder) untuk memperkuat penelitian ini, teori pemangku kepentingan dalam tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah teori yang menggambarkan informasi keuangan, sosial dan lingkungan, yang merupakan dialog antara perusahaan dan pemangku kepentingannya, dan memberikan informasi tentang kinerja perusahaan. kegiatan dan pengungkapan kepada pemangku kepentingan yang menjadi tanggung jawab perusahaan (Adam dan McNicholas 2007) dalam (Lindawati & Puspita, 2015). Pengungkapan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi pemangku kepentingan dan memperoleh dukungan pemangku kepentingan untuk kelangsungan hidup perusahaan.

Dalam teori pemangku kepentingan (stakeholder), perusahaan bukanlah entitas yang bertindak semata-mata untuk kepentingannya sendiri dan murni berorientasi pada keuntungan, tetapi harus memberikan manfaat kepada pemangku kepentingannya, yang dalam hal ini adalah pemegang saham, kreditur, konsumen, pemasok, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain. CSR dapat menjadi strategi perusahaan untuk memenuhi kepentingan stakeholders di bidang informasi non keuangan terkait dampak sosial dan lingkungan dari operasi perusahaan. Pengungkapan CSR yang lebih baik oleh perusahaan akan memastikan bahwa pemangku kepentingan akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan dalam semua kegiatannya yang bertujuan untuk meningkatkan hasil dan mencapai laba yang diharapkan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) memainkan peran penting bagi perusahaan karena perusahaan berkembang dalam lingkungan sosial dan tindakan mereka memiliki dampak sosial dan lingkungan. Risiko dari kegiatan sosial dan lingkungan tersebut bervariasi sesuai dengan jenis dan karakteristik perusahaan. Ada beberapa faktor

dalam penelitian ini yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), yaitu manajemen laba, likuiditas dan profitabilitas.

Manajemen laba adalah aktivitas mengelola pendapatan (arus kas masuk) dan pengeluaran (arus kas keluar) untuk memastikan bahwa bisnis menghasilkan laba operasi bersih. Manajemen laba berurusan dengan laporan laba rugi. Ini membantu menentukan profitabilitas bisnis atau bisnis berdasarkan proyeksi keuntungan dan kerugiannya. Manajemen laba penting untuk membantu bisnis tetap bertahan, merencanakan dan mengembangkan strategi masa depan, dan meningkatkan kinerja perusahaan. Manajer dengan otoritas dalam proses pengambilan keputusan termotivasi untuk menggunakan strategi ini untuk memenuhi harapan pemangku kepentingan. Dalam penelitian ini, manajemen laba diprosikan dengan model akrual diskresioner modifikasi Jones yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut : $(Total\ accruals\ perusahaan\ i\ pada\ tahun\ t / Total\ aset\ perusahaan\ i\ pada\ akhir\ tahun\ t-1) - non\ discretionary\ accrual$

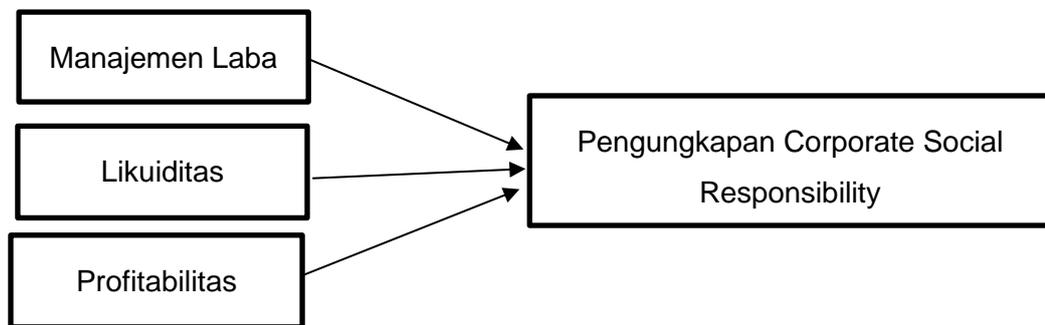
Likuiditas adalah suatu kondisi yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membiayai operasi perusahaan dan melunasi hutang jangka pendeknya. Dalam penelitian ini likuiditas direpresentasikan dengan *current ratio*, current ratio dalam penelitian ini dapat dihitung dengan rumus: $current\ ratio = \frac{aktiva\ lancar}{utang\ lancar}$. Perusahaan dengan current ratio yang tinggi mendapat banyak perhatian agar perusahaan dapat lebih baik dalam melayani utang jangka pendeknya. Perusahaan yang sehat secara finansial akan mengungkapkan lebih banyak informasi tentang CSR dibandingkan perusahaan dengan nilai rasio lancar yang rendah (Putri & Suwitho, 2015).

Profitabilitas adalah kemampuan untuk mendapatkan keuntungan dari semua kegiatan bisnis suatu organisasi, perusahaan, korporasi atau perusahaan. Dengan kata lain, profitabilitas dapat menunjukkan seberapa efisien suatu perusahaan menghasilkan keuntungan dengan menggunakan semua sumber daya yang tersedia (Sihotang et al., 2018). Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan mengungkapkan CSR lebih luas untuk meyakinkan pihak eksternal bahwa perusahaan berada di tengah persaingan yang ketat dan kinerja perusahaan yang baik. Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan *return on asset* dengan rumus: $Return\ on\ Assets = \frac{Pendapatan\ Bersih\ (Pendapatan\ setelah\ pajak)}{Total\ Aset}$, sehingga semakin tinggi nilai return on assets suatu perusahaan maka semakin luas pengungkapan CSR.

Perusahaan-perusahaan *consumer good industry* dipilih untuk penelitian karena industri tersebut cenderung bertahan karena memenuhi kebutuhan sehari-hari yang sangat dibutuhkan masyarakat Indonesia. Menurut (Lim et al., 2015) industri barang konsumsi atau perusahaan industri barang konsumsi merupakan sektor yang mendukung pertumbuhan

ekonomi karena sektor tersebut tumbuh cukup pesat bahkan pada saat krisis, dan sektor industri barang konsumsi merupakan penyelamat perekonomian. Perusahaan-perusahaan yang terdaftar di industri barang konsumsi memegang peranan penting dalam perekonomian suatu negara dan industri barang konsumsi misalnya, perlu mempertahankan atau bahkan meningkatkan kinerjanya untuk bertahan di saat krisis dan persaingan yang semakin ketat. Industri barang konsumsi merupakan salah satu perusahaan yang memiliki kemampuan untuk meningkatkan perekonomian negara, sehingga membutuhkan modal yang relatif besar, memiliki biaya tetap dan penjualan yang stabil. Dan tetap menjadi pemain pendapatan terbesar dalam pertumbuhan ekonomi pada 2018-2020, seperti yang terlihat pada barang-barang yang diproduksi secara massal dan diproduksi secara massal oleh perusahaan barang konsumsi karena cepat digunakan oleh masyarakat. Tentu saja dampak positifnya adalah perusahaan-perusahaan di industri ini banyak mendapat perhatian dari investor karena merupakan perusahaan yang menjanjikan menurut data pertumbuhan pasar modal. Perusahaan *consumer good industry* memiliki pendapatan yang besar dan memiliki dampak yang lebih besar terhadap lingkungan sekitar, oleh karena itu, perlu untuk menerapkan rencana tanggung jawab sosial perusahaan yang komprehensif untuk memastikan keseimbangan lingkungan yang lebih aman.

Gambar 1. Kerangka Konseptual



Sesuai uraian tersebut, maka manajemen laba dalam penelitian ini diprosikan dengan *discretionary accrual*, likuiditas diprosikan menggunakan *current ratio*, dan profitabilitas diprosikan dengan *return on asset*.

Metode

Hasil pada artikel tersebut didapatkan sebuah tujuan yakni untuk pengujian serta analisis manajemen laba, likuiditas serta profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian regresi linier berganda yang tergolong dalam asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal merupakan suatu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antarvariabel (Bahri, 2018). Sebagaimana dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menguji pengaruh antar variabel.

Populasi penelitian ialah perusahaan *consumer good industry* di BEI tahun 2018-20120 yakni total 60 emiten. Setelah dilakukan eliminasi berdasarkan kriteria maka di peroleh sebanyak 20 sampel perusahaan *consumer good industry*.

Berdasarkan hasil pengujian normalitas dengan menggunakan *one sample Kolmogorov smirnov test* 0,2 artinya data penelitian dapat berdistribusi normal atau sudah memenuhi asumsi normalitas, hasil pengujian uji multikolinieritas diketahui bahwa nilai *variance inflation factor* (VIF) dari variabel manajemen laba 1,040, likuiditas sebesar 1,019 dan profitabilitas sebesar 1,052. Nilai VIF semua variabel < 10 berarti model regresi penelitian bebas dari problem multikolinieritas karena tidak terjadi korelasi diantara variabel bebasnya, hasil dari uji heteroskedastisitas menunjukkan korelasi antara variabel likuiditas, profitabilitas dan struktur asset dengan nilai Unstandardized Residual memiliki nilai signifikan (sig 2 tailed) lebih dari 0,05. Tingkat signifikan 0,953 > 0,05 berarti tidak terjadi Heteroskedastisitas, serta hasil dari uji aurokorelasi berdasarkan durbin-watson sebesar 0,776 dimana nilai tersebut berada diantara -2 dan 2. Maka disimpulkan model regresi linear tidak menunjukkan adanya autokorelasi.

Hasil dan Pembahasan

Gambar 2. Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	34.714	4.113			8.441	.000
Manajemen Laba	2.369E-9	.000	.177		1.377	.174
Likuiditas	.025	.012	.256		2.014	.049
Profitabilitas	-.050	.135	-.048		-.368	.714

Sumber: Data primer diolah (2021)

Berdasarkan gambar diatas hasil pengujian analisis regresi berganda diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

Berdasarkan hasil pengujian normalitas dengan menggunakan *one sample Kolmogorov smirnov test* terdapat nilai asym sig 0,2 lebih dari 5% artinya data penelitian dapat berdistribusi normal atau sudah memenuhi asumsi normalitas. Berikutnya pengujian multikolinieritas, didapatkan nilai VIF: (x1) 1,040, (x2) 1,019, serta (x3) 1,052, dengan bukti tersebut nilai VIF kurang dari 5% maka terbebas gejala multikolinieritas. Kemudian pengujian heteroskedastisitas, korelasi antara variabel likuiditas, profitabilitas dan struktur asset dengan nilai Unstandardized Residual memiliki nilai signifikan (sig 2 tailed) lebih dari 0,05. Tingkat signifikan 0,953 > 0,05 berarti tidak terjadi heteroskedastisitas. Dan yang terakhir yakni uji autokorelasi, berdasarkan penelitian diketahui bahwa hasil autokorelasi

berdasarkan durbin-watson sebesar 0,776 dimana nilai tersebut berada diantara -2 dan 2. Maka disimpulkan model regresi linear tidak menunjukkan adanya autokorelasi.

Dalam penelitian ini manajemen laba tidak dapat mempengaruhi pengungkapan CSR terlihat dari adanya penekanan praktik perihal pengungkapan laba oleh manajer perusahaan guna meminimalisir pajak. Sesuai dengan teori stakeholder menyatakan bahwa pada dasarnya perusahaan merupakan suatu entitas yang tidak hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri melainkan wajib memberikan manfaat bagi pemegang kepentingan atau stakeholdernya. Sehingga tujuan dalam praktik manajemen laba meminimalisir pajak perusahaan untuk mendapatkan citra baik serta simpati dari para stakeholdernya guna memenuhi tanggung jawab perusahaan atau CSR. Suatu praktik manajemen laba dikatakan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR apabila nilai perhitungan *discretionary accrual*-nya mendekati angka 0. Hasil penelitian sama dengan riset yang dilakukan oleh penelitian (Danis, 2014), (Sembiring, 2017), (Sunarsih, 2017), (Anwari, 2021) menunjukkan bahwa Manajemen Laba tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), Hasil riset penelitian sama dengan penelitian (Lindawati & Puspita, 2015) menunjukkan bahwa manajemen laba berpengaruh secara signifikan terhadap CSR dikarenakan adanya hubungan terhadap pengungkapan CSR terhadap manajemen laba.

Likuiditas merupakan salah satu indikator kinerja sebuah perusahaan serta merupakan faktor yang dapat mempengaruhi CSR. Likuiditas dikatakan berpengaruh terhadap CSR apabila para stakeholders memandang likuiditas sebagai ukuran kinerja perusahaan, maka perusahaan dengan rasio likuiditas yang tinggi perlu mengungkapkan informasi yang rinci sebagai alat untuk memberitahu stakeholders bahwa perusahaan telah bekerja dengan baik. Semakin tinggi angka perusahaan akan lebih banyak melakukan kegiatan sosial untuk menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik sehingga mampu menciptakan citra positif pula sebagai salah satu dasar pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini sama dengan riset (Putri & Suwitho, 2015), (Sembiring, 2017), (Anwari, 2021) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR, riset ini tidak sama dengan (Deviani & Kusuma, 2019) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh tidak signifikan terhadap CSR.

Profitabilitas didalam penelitian ini tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, apabila perusahaan terlihat menunjukkan kemampuan memperoleh laba atau ukuran efektivitas pengelolaan manajemen perusahaan. Sesuai dengan konsep teori stakeholder bahwa hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan CSR merupakan refleksi yang akan menunjukkan bahwa diperlukan respon sosial untuk membuat perusahaan

memperoleh keuntungan. Semakin meningkatnya profitabilitas suatu perusahaan maka perusahaan akan mempunyai biaya lebih untuk menjalankan kegiatan perusahaan salah satunya adalah kegiatan CSR. Serta semakin tinggi angka profitabilitas maka akan semakin baik asumsi kinerja perusahaan tersebut dari sisi pengelolaan ekuitasnya. Hasil penelitian ini sama dengan riset (Utami et al., 2019) dan (Laurensia, 2015), menemukan bahwa profitabilitas yang diukur dengan *return asset* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Dan hasil riset ini tidak sama dengan (Parengkuan, 2017) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Kesimpulan

Berdasarkan pengujian serta penjelasan dari penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa manajemen laba tidak dapat berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* terlihat dari adanya penekanan praktik perihal pengungkapan laba oleh manajer perusahaan guna meminimalisir pajak dalam perusahaan sehingga perusahaan bisa mendapatkan citra baik dari para stakeholdernya guna memenuhi tanggung jawab perusahaan atau, CSR. Kemudian profitabilitas dalam penelitian ini juga tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dilihat berdasarkan diketahui bahwa *return on asset* pada perusahaan *consumer good industri* pada tahun 2018-2020 mengalami kenaikan dan penurunan yang cukup signifikan. Idealnya semakin tinggi angka *return on asset*, maka akan semakin baik asumsi kinerja perusahaan tersebut dari sisi pengelolaan ekuitasnya serta semakin luas pula jangkauan pengungkapan perihal CSR. Likuiditas dapat mempengaruhi pengungkapan CSR karena semakin besar angka *current ratio* maka semakin besar pula kemampuan perusahaan dalam melunasi utang jangka pendeknya serta akan semakin luas pula pengungkapan perihal CSR-nya terhadap para stakeholder. Atas simpulan serta penjelasan tersebut dapat diberikannya saran yakni, sebelum dilakukannya investasi pada sebuah perusahaan hendaknya investor memperhatikan informasi yang dapat membantu untuk pengambilan keputusan investasi dengan contoh manajemen laba, likuiditas, profitabilitas serta pengungkapan perihal *corporate social responsibility*. Memperluas sampel penelitian tidak hanya pada perusahaan *consumer good industri* sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan. Menambah jumlah tahun penelitian agar dapat memberikan gambaran yang lebih baik mengenai hubungan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR bagi peneliti selanjutnya dapat menambah sampel penelitian serta menambah variabel independen seperti *kinerja keuangan*, *leverage* dan faktor yang lainnya yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*.

Referensi

- Anwari, R. F. (2021). EVALUASI PENERAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PROGRAM KEMITRAAN DAN BINA LINGKUNGAN. *Journal of Business, Management and Accounting*, 2(2), 518–528. <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/budgeting.v2i2.1749>
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Penerbit Andi.
- Danis, A. (2014). Pengaruh Size, Leverage, Profitability, Capital Intensity Ratio Dan Komisaris Independen Terhadap Effective Tax Rate (ETR). In *Universitas Diponegoro*. Universitas Diponegoro.
- Deviani, R., & Kusuma, H. (2019). Apa determinan tingkat pengungkapan Islamic Social Reporting bank umum syariah Indonesia? *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 5(1), 34–41. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol5.iss1.art5>
- Iskandar. (2016). Pengaruh Penerapan Customer Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Forum Ekonomi*, 18(1), 76–84.
- Laurensia, S. (2015). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham Melalui Pengungkapan CSR pada Perusahaan Konstituen Indeks Sri Kehati. *Agora*, 3(2), 491–497.
- Lim, H. H., Kardinal, & Juwita, R. (2015). Analisa Pengaruh Return On Equity (ROE) dan Debt to Equity Ratio (DER) Terhadap Pertumbuhan Laba Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal MDP*, 1, 1–12.
- Lindawati, A. S. L., & Puspita, M. E. (2015). Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(1), 157–174. <https://doi.org/10.18202/jamal.2015.04.6013>
- Parengkuan, W. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility(Csr) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Melalui Pojok Bursa FEB - Unsrat. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 564–571.
- Putri, A., & Suwitho. (2015). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(April), 1–19.
- Sembiring, C. L. (2017). Manajemen Laba dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dengan Komisaris Independen dan Kepemilikan Institusional sebagai Variabel Pemoderasi. *Berkala Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 2(1), 20–41. <https://doi.org/10.20473/baki.v2i1.3544>

-
- Sihotang, E., Agus, S. W., & Leliana, M. A. (2018). *Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Moderating* (Issue September). <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.18029.84969>
- Sunarsih, S. (2017). Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dengan Mekanisme Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII). *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 17(1), 33. <https://doi.org/10.14421/aplikasia.v17i1.1376>
- Utami, L. T., Maslichah, & Mawardi, M. C. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur. *E-Jurnal Riset Akuntansi*, 8(8), 98–112.