

Corporate Social Responsibility, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan: Sebuah Hubungan Dependensi

Hayu Wikan Kinasih

*Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro
Semarang*

Email: hayu.wikan@dsn.dinus.ac.id

Wikan Isthika

*Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro
Semarang*

Email: wikan.isthika@dsn.dinus.ac.id

Tita Fi'lia Amartiwi

*Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro
Semarang*

Email: 212201703471@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of profitability and company size on Corporate social Responsibility (CSR). CSR measurements are carried out using the CSR costs incurred by the company. The object of research is manufacturing companies listed on the IDX in 2016-2019. By using purposive sampling, we obtained 140 observations. To prove whether there is an influence between profitability and company size on CSR, multiple linear regression analysis is used. The test results show that profitability and company size have an effect on CSR

Keywords: Corporate Social Responsibility, Profitability, Company Size

History of Article. Received: Mei 2020, Revised: June 2020, Published: June 2020

PENDAHULUAN

Isu mengenai dampak operasi perusahaan terhadap lingkungan, merupakan sebuah isu yang masih terus diperbincangkan sampai saat ini. Dengan diterbitkannya aturan mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL) yang dikeluarkan oleh pemerintah Indonesia, mengakibatkan perusahaan yang beroperasi di Indonesia harus menyisihkan sebagian dana yang dimilikinya untuk kegiatan tersebut. Aturan mengenai kewajiban TJSL ini dimuat dalam UUPT No.40 Tahun 2007, yang diperkuat dengan terbitnya PP No. 47 tahun 2012. Dalam

kedua aturan tersebut memberikan penegasan bagi perusahaan, terutama yang bergerak dalam pemanfaatan sumber daya alam untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Tanggung jawab sosial dan lingkungan itu sendiri merupakan wujud perhatian dari perusahaan yang berhubungan dengan masalah sosial dan lingkungan, yang dilaksanakan demi kepentingan pihak lain secara lebih luas (Yudharma & dkk, 2016). Dilema yang dihadapi oleh perusahaan dengan ukuran yang semakin besar tidak hanya pada bagaimana perusahaan memperoleh keuntungan, namun tentang bagaimana perusahaan bertahan dalam waktu yang lama. Untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, operasi perusahaan tidak hanya harus memperhatikan aspek keuangan, atau yang biasa disebut sebagai *single bottom line* saja, namun juga harus memperhatikan aspek lainnya seperti aspek manusia dan lingkungan. Konsep demikian, dimana perusahaan beroperasi dengan mempertimbangkan aspek keuangan, lingkungan, dan manusia, lebih dikenal dengan konsep *triple bottom line*.

Konsep *triple bottom line* ini merupakan sebuah konsep yang diperkenalkan oleh Elkington pada tahun 1998. Konsep ini memberikan penjelasan bahwasanya perusahaan dalam operasinya harus memperhatikan “profit, people, dan planet” atau yang dikenal dengan konsep 3P. Mengacu pada aturan yang diterbitkan oleh pemerintah terutama di Indonesia yang menyebutkan adanya kewajiban bagi perusahaan terutama yang bergerak dibidang SDA, maka pemilihan objek penelitian perusahaan manufaktur merupakan hal yang tepat dilakukan.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pelaksanaan CSR di perusahaan, yang diantaranya adalah profitabilitas dan ukuran perusahaan. Profitabilitas menurut (Sartono, 2010) merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang didasarkan pada banyaknya harta atau asset yang dimiliki. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi dianggap memiliki kemampuan untuk melakukan lebih banyak aktivitas sosial. Penelitian mengenai profitabilitas dan CSR telah dilakukan oleh beberapa peneliti dengan hasil yang berbeda. Menurut (Ebiringa, et al., 2013), (Zulhaimi & Nuraprianti, 2019) menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR, sedangkan menurut (Rachman & Nopiyanti, 2015), (Rosyada & Astrina, 2018), (Tampubolon & Siregar, 2019), (Kurniawan & Yuniarta, 2020) menunjukkan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR.

Faktor lain yang disebut dapat mempengaruhi aktivitas CSR perusahaan adalah ukuran perusahaan. Menurut teori legitimasi, semakin besar asset yang dimiliki oleh perusahaan, maka akan semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk melaksanakan aktivitas CSR. Ukuran perusahaan yang biasanya diukur dengan menggunakan total asset, merupakan sebuah ukuran untuk menentukan besar tidaknya sebuah perusahaan. Penelitian yang dilakukan beberapa peneliti sebelumnya berkaitan dengan ukuran perusahaan terhadap CSR

diantaranya dilakukan oleh (Rachman & Nopiyanti, 2015), (Tampubolon & Siregar, 2019), yang menunjukkan hasil bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR. Penelitian yang dilakukan oleh (Zulhaimi & Nuraprianti, 2019), (Kurniawan & Yuniarta, 2020) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR.

Adanya perbedaan hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti berkaitan dengan topik mengakibatkan topik mengenai CSR ini masih menaik untuk diteliti, kebaruan dalam penelitian ini adalah penggunaan biaya CSR yang digunakan untuk mengukur aktivitas CSR perusahaan. Dari latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana profitabilitas mempengaruhi CSR dan Bagaimana ukuran perusahaan mempengaruhi CSR

TINJAUAN TEORETIS

Teori Legitimasi

Dalam (Ghozali, 2020), teori yang diungkapkan oleh Lindblom pada tahun 1994 ini merupakan sebuah teori yang menggagas mengenai adanya kontrak sosial antara sebuah organisasi dengan masyarakat. Teori ini memfokuskan adanya interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Legitimasi ini dipandang sebagai sesuatu yang diberikan oleh masyarakat kepada perusahaan, serta apa yang diinginkan oleh perusahaan dari masyarakat.

Teori legitimasi memiliki dasar pemikiran bahwa organisasi atau perusahaan akan memiliki keberlanjutan usaha apabila masyarakat menyadari bahwa sebuah organisasi beroperasi bagi terwujudnya sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori ini memberikan adanya anjuran bagi perusahaan untuk meyakinkan kepada masyarakat bahwa aktivitas dan kinerja yang dilakukan oleh perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Penggambaran kinerja perusahaan biasanya ditampilkan dalam laporan tahunan. Dalam laporan tahunan akan diperlihatkan mengenai aktivitas ekonomi maupun non ekonomi yang dapat dijadikan sebagai dasar penilaian bagi masyarakat terhadap perusahaan.

Hubungan antar variabel

Keterkaitan antara Profitabilitas dengan CSR

Profitabilitas dijelaskan oleh (Kasmir, 2017) sebagai ukuran yang dipergunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Ukuran kinerja perusahaan ini biasanya dijadikan sebagai salah satu dasar bagi perusahaan maupun pihak lain yang berkaitan dengan perusahaan untuk mengambil keputusan. Dalam kaitannya dengan Biaya CSR, profitabilitas ini menjadi tolak ukur seberapa besar biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan untuk aktivitas CSRnya.

Biaya ini biasanya akan diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan.

Berdasarkan pada teori legitimasi, perusahaan akan melakukan aktivitas CSR yang lebih tinggi ketika perusahaan memiliki keuntungan yang tinggi, dengan demikian perusahaan akan dipandang oleh masyarakat sebagai perusahaan yang bertanggung jawab, dan tidak hanya beroperasi untuk mencari keuntungan semata, namun juga memberikan kontribusi terhadap masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh (Zulhaimi & Nuraprianti, 2019) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR. Dari penelitian tersebut maka dapat dikatakan bahwa :

H1 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR

Keterkaitan antara Ukuran Perusahaan dengan CSR

Ukuran perusahaan merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa besar sebuah perusahaan jika ditinjau dari harta yang dimilikinya. Bagi perusahaan yang memiliki asset atau harta yang besar, maka perusahaan akan dapat melakukan CSR lebih banyak daripada perusahaan yang memiliki asset yang lebih sedikit.

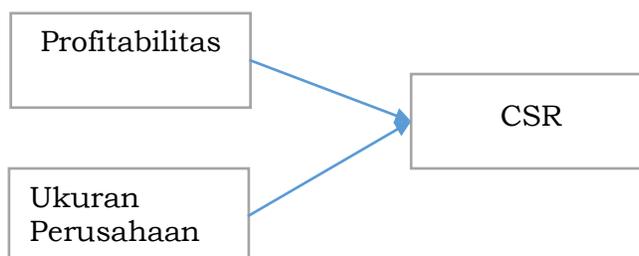
Dilihat dari perspektif teori legitimasi, semakin besar ukuran perusahaan, maka aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan semakin besar. Hal ini dikarenakan perusahaan dengan asset yang besar akan menjadi sorotan masyarakat, sehingga perusahaan harus meyakinkan masyarakat bahwa perusahaan merupakan organisasi yang peduli terhadap lingkungan dan masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh (Rachman & Nopiyanti, 2015), (Tampubolon & Siregar, 2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR. Dari penelitian tersebut maka dapat dikatakan bahwa :

H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR

Kerangka Penelitian

Berdasarkan pada teori dan penelitian yang sudah dilakukan mengenai hubungan antara profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap CSR, maka kerangka penelitian yang dibentuk adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Teoritis

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang ada di Bursa Efek Indonesia. Sample diperoleh dengan menggunakan beberapa kriteria salah satunya adalah perusahaan manufaktur yang mengungkapkan biaya CSR dalam laporan tahunannya. Dari hasil purposive sampling diperoleh sebanyak 35 perusahaan manufaktur yang listing di BEI pada tahun 2016 – 2019, sehingga diperoleh 140 data pengamatan.

Definisi Operasional Variabel

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan ukuran untuk menilai kinerja perusahaan dalam mendapat keuntungan. Salah satu rasio yang dapat dipergunakan untuk mengukur profitabilitas yaitu dengan menggunakan *Return On Assets* (ROA). ROA memberikan informasi mengenai tingkat efektifitas manajemen perusahaan dalam rangka mendapatkan keuntungan atas aset produktif yang dimiliki perusahaan. Rumus ROA yang digunakan adalah laba bersih setelah pajak dibagi total aset (Safitri dan Muid, 2020)

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

Ukuran Perusahaan

Ukuran merupakan sebuah penggambaran seberapa besar perusahaan dinilai dari asset yang dimiliki. Pada penelitian ini ukuran perusahaan dinyatakan dalam total asset. Dalam Jogiyanto (2007) menyatakan bahwa aset atau aktiva dipergunakan untuk mengukur besarnya perusahaan. Ukuran aset tersebut diukur melalui logaritma dari total aktiva.

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Log Total Aset}$$

Corporate Social Responsibility

CSR merupakan bagian penting bagi kelangsungan hidup sebuah perusahaan (Lanis dan Richardson, 2012). Aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan tidak jarang menimbulkan biaya yang tidak sedikit. Pada penelitian ini, CSR yang dilakukan oleh perusahaan diproksikan dengan menggunakan biaya CSR, yang terdiri dari biaya kesejahteraan karyawan dan biaya komunitas. Biaya CSR merupakan biaya-biaya perusahaan yang dikeluarkan demi melakukan aktivitas CSR.

Untuk menghitung biaya CSR maka akan menggunakan dua biaya tersebut yang dikompositkan menjadi biaya CSR. Berikut rumus komposit yang digunakan (Dwi & Handayani, 2018):

$$\text{Biaya CSR} = \frac{(\text{Percentile rank biaya kesejahteraan karyawan} + \text{percentile rank biaya komunitas})}{2}$$

Metode Analisis Data

Untuk membuktikan adanya pengaruh antara variabel independen yaitu Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap variabel dependen yaitu CSR, maka dipergunakanlah analisis regresi linier berganda. Analisis ini dilakukan dengan melakukan serangkaian pengujian yang terdiri dari uji asumsi klasik, uji kelayakan model, dan pengujian hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah hasil pengujian regresi linier berganda atas variabel independen Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan variabel dependen CSR :

Tabel 1. Hasil pengujian regresi linier berganda

	Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error			Tolerance	VIF
(Constant)	-3.311	0.232	-14.264	0.000		
ROA	0.662	0.333	1.989	0.049	0.709	1.410
TA	0.301	0.019	15.485	0.000	0.709	1.410
F Sig = 0,000	Adj R Square = 0,736					
K-S = 0,07	Run Test (sig) = 0,734					

Sumber: data yang diolah (2021)

Uji Asumsi Klasik

Pengujian untuk normalitas data menggunakan kolmogoron=smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,07. Nilai ini melebihi taraf signifikansi 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa residual data terdistribusi normal. Pengujian asumsi klasik berikutnya untuk melihat adanya keterkaitan antara variabel independen satu dengan yang lainnya menggunakan uji multikolinearitas. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan VIF. Dikatakan bebas dari multikolinearitas jika nilai tolerance > 0,1 dan VIF < 10. Dari hasil pengujian menunjukkan nilai Tolerance dan VIF yang nilainya lebih dari 0,1 yaitu sebesar 0,709 dan VIF kurang dari 10 yaitu 1,410, sehingga dapat dikatakan bahwa mode bebas dari multikolinearitas.

Pengujian asumsi klasik berikutnya berkaitan dengan waktu pemerolehan data. Bagi data runtut waktu, dimungkinkan terjadinya kesalahan pengganggu anantara satu periode dengan periode lain, sehingga perlu dilakukan uji autokorelasi. Pada penelitian ini, uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan run test. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi run test adalah sebesar 0,734, yang mana nilai ini melebihi taraf signifikansi 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi terbebas dari autokorelasi.

Uji Kelayakan model regresi dapat dilihat melalui uji f dan koefisien determinasi. Hasil uji F menunjukkan signifikansi sebesar 0,000 yang

menunjukkan adanya pengaruh bersama antara variabel independen terhadap variabel dependen, sehingga dapat dikatakan model penelitian dapat diterima. Koefisien determinasi yang ditunjukkan oleh nilai adjusted r square menunjukkan nilai 0,736 yang dapat diartikan bahwa varians variable profitabilitas dan ukuran perusahaan dapat menjelaskan varians CSR sebesar 73,6%.

PEMBAHASAN

Pengaruh Profitabilitas terhadap CSR

Profitabilitas perusahaan yang diukur dengan menggunakan ROA menunjukkan seberapa baik perusahaan menghasilkan laba atas asset yang dimiliki. Hasil pengujian antara ROA dengan CSR menunjukkan adanya pengaruh positif yang ditunjukkan dengan nilai pada tabel 1 untuk koefisien ROA sebesar 0,662 dengan signifikansi 0,049. Hasil penelitian ini sesuai dengan temuan penelitian (Zulhaimi & Nuraprianti, 2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya kesesuaian antara hasil pengujian dengan teori yang diajukan yaitu teori legitimasi, dimana berdasarkan teori ini dikatakan bahwa semakin besar keuntungan yang diterima oleh perusahaan, akan semakin tinggi pula CSR yang dilakukan oleh perusahaan yang dibuktikan dengan semakin tingginya biaya CSR yang dikeluarkan oleh perusahaan. Dengan semakin baik kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, maka masyarakat akan semakin beranggapan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap masyarakat, dan bertindak sesuai dengan norma yang berlaku. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa hipotesis yang diajukan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR diterima.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap CSR

Besar kecilnya sebuah perusahaan biasanya diukur melalui seberapa besar asset yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin besar asset yang dimiliki oleh perusahaan, akan mengakibatkan adanya penambahan tanggungjawab perusahaan. Penambahan tanggung jawab perusahaan ini tercermin dalam kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Sesuai dengan teori legitimasi, semakin besar ukuran perusahaan, maka akan semakin tinggi aktivitas CSR yang dilakukan, yang mengakibatkan biaya CSR semakin meningkat.

Hasil pengujian menunjukkan adanya pengaruh positif antara Ukuran perusahaan dengan CSR, yang dibuktikan dengan nilai koefisien sebesar 0,301 dan signifikansi 0,000. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa hipotesis yang diajukan diterima. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang sebelumnya telah dilakukan oleh (Rachman & Nopiyanti, 2015), (Tampubolon & Siregar, 2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR.

Berdasarkan pada teori legitimasi, sebuah perusahaan yang memiliki aset yang besar akan menimbulkan penilaian yang lebih dari masyarakat. Penilaian tersebut akan mengakibatkan efek keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang, sehingga perusahaan yang semakin besar diharapkan akan melakukan aktivitas CSR yang lebih besar pula.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan manufaktur yang memiliki kinerja keuangan yang baik, dalam hal ini dinilai dengan profitabilitas, serta memiliki aset yang besar, akan melakukan kegiatan CSR yang semakin besar pula. Hal ini dapat dilakukan sebagai bentuk tanggungjawab perusahaan atas operasi perusahaan yang telah menimbulkan dampak bagi lingkungan dan sekitarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ebiringa, O. T., Yadirichukwu, E., Chigbu, E. E. & Ogochukwu, O. J., 2013. Effect of Firm Size and Profitability on Corporate Social Disclosures: The Nigerian Oil and Gas sector in Focus. *British Journal of Economics, Management & Trade*, Volume 3 no. 4.
- Ghozali, I., 2020. *25 Grand Theory*. Semarang: Yoga Pratama.
- Jogiyanto, 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman..* Yogyakarta: BPFE.
- K., 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Grasindo.
- Kurniawan, K. A. & Yuniarta, G. A., 2020. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Risk Minimization Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Profesi*, Volume 11 No. 1.
- Rachman, H. A. & Nopiyanti, A., 2015. PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR). *EQUITY*, Volume 18 No. 2.
- Rosyada, A. & Astrina, F., 2018. PENGARUH PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNGJAWAB SOSIAL PADA PERUSAHAAN ASURANSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. *Akuntabilitas : Jurnal Penelitian dan Pengembangan Akuntansi*, Volume 12 No. 1.
- Sartono, R. A., 2010. *Manajemen Keuangan : Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Tampubolon, E. G. & Siregar, D. A., 2019. PENGARUH PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR

YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. *JURNAL MANEKSI*,
Volume 8 No. 2.

Zulhaimi, H. & Nuraprianti, N. R., 2019. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Dewan Komisaris, dan Ukuran Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, Volume 7, pp. 555-566.