

LITERATUR REVIEW: PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Oleh

Dika Fuji Okta^{1*}, Carmel Meiden²

^{1,2}Program Studi Magister Akuntansi Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie
Indonesia Jakarta Utara

E-mail: ¹dikafuji21@gmail.com, ²cmeiden@gmail.com

Abstrak

This study discusses the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) with a focus on the factors influencing CSR practices and their impact on company performance and public perception. A qualitative research method was used, involving a literature review. Data was obtained through the collection of secondary data in the form of previous research articles. The independent variables include company size, leverage, and profitability, while the dependent variable is CSR disclosure. The literature analysis results show various outcomes, indicating the influence of company size, leverage, and profitability on CSR disclosure. Some results indicate a positive and significant influence, while others are either not significant or have no influence

Kata Kunci: *CSR Disclosure; Leverage; Profitability; Company Size*

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadi topik yang semakin relevan dalam praktik bisnis terkini. Perusahaan diharapkan tidak hanya mencapai keuntungan finansial, tetapi dapat berkontribusi secara sosial dan lingkungan. Adanya program CSR akan membantu terwujudnya pembangunan berkelanjutan terutama bagi masyarakat lokal di sekitar perusahaan tersebut beroperasi. Dalam banyak penelitian, perusahaan yang menjalankan fungsi tanggung jawab sosial mengalami timbal balik berupa loyalitas konsumen dan naiknya citra perusahaan (Savitri et al., 2021). Menanggapi fenomena tersebut banyak penelitian telah dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi tingkat pengungkapan CSR oleh perusahaan.

Pengungkapan CSR merupakan cara perusahaan menjaga relasi yang baik dengan para pemangku kebijakan, yaitu dengan cara memberikan informasi kinerja perusahaan yang baik dalam berbagai aspek salah satunya program CSR perusahaan. Pengungkapan

kinerja CSR biasanya disampaikan melalui laporan tahunan perusahaan. Di Indonesia pengungkapan CSR masih bersifat sukarela berdasarkan PSAK 1 Nomor 1 tahun 2015 pada paragraf 14 menyebutkan bahwa sebuah entitas dapat menampilkan laporan keuangan, lingkungan, dan nilai tambah. Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 membatasi liabilitas perusahaan untuk diperlukan mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan (Wibowo, 2021).

Teori legitimasi dijadikan salah satu teori acuan dalam hal pengungkapan CSR (Zulhaimi & Nuraprianti, 2019). Teori legitimasi menyebutkan hubungan perusahaan dan masyarakat dimana perusahaan berkewajiban berkontribusi secara sosial untuk membentuk pengembangan berkelanjutan (Wibowo, 2021). Dalam teori legitimasi bagi perusahaan besar memungkinkan memberikan dampak positif lebih besar terhadap sosial-lingkungan sehingga pengungkapan program CSR akan diupayakan semakin luas (Zulhaimi & Nuraprianti, 2019).

Teori *stakeholder* juga digunakan dalam membahas urgensi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan teori tersebut, perusahaan dihadapkan bahwa operasionalnya bertanggungjawab terhadap *stakeholder* perusahaan seperti pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analisis, dan pihak-pihak lainnya. Dalam teori keagenan, perusahaan berhubungan terhadap agen atau pihak yang mengelola organisasi misalnya manajer perusahaan dan dewan direksi (Safrianti, 2020).

Beberapa faktor yang dipertimbangkan memberi pengaruh perusahaan dalam pengungkapan CSR, di antaranya ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas. Ukuran perusahaan seringkali dihubungkan dengan tingkat pengungkapan CSR, asumsinya ukuran perusahaan dengan sumber daya yang besar cenderung dapat melakukan kegiatan CSR. Selain itu, leverage dan profitabilitas juga dapat memengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan pengungkapan CSR.

Ukuran perusahaan diwakilkan dengan kemampuan finansial untuk melanjutkan produksi (Laili & Apramilda, 2023). Ukuran besar kecil sebuah perusahaan dapat digambarkan melalui kepemilikan aset (Zulhaimi & Nuraprianti, 2019). Ukuran perusahaan berpengaruh pada kualitas informasi yang disampaikan, misalnya dalam hal laporan keuangan. Ukuran perusahaan yang besar juga akan lebih mampu memiliki anggaran yang besar dalam melakukan program CSR (Savitri et al., 2021).

Leverage berfokus pada jumlah penggunaan utang perusahaan, risiko keuangan, dan kemampuan untuk membayar utang. Tingkat penggunaan utang (Leverage) dapat diukur melalui *Debt-to-Equity Ratio* (DER). DER menunjukkan proporsi modal sendiri yang digunakan untuk menutupi utang perusahaan. Semakin tinggi DER, semakin tinggi pula risiko likuiditasnya. Sebaliknya, DER yang rendah menunjukkan pendanaan

yang lebih besar berasal dari modal sendiri (Wibowo, 2021).

Profitabilitas perusahaan juga banyak disebutkan berdampak positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Tingkat keuntungan perusahaan didefinisikan dengan rasio penilaian kemampuan sebuah perusahaan memperoleh keuntungan dari hasil penjualan dan investasi yang dikeluarkan. Profitabilitas dijadikan acuan kinerja keuangan perusahaan dan pengambilan keputusan pemangku kebijakan perusahaan tersebut (Zulhaimi & Nuraprianti, 2019). Profitabilitas perusahaan akan memotivasi perusahaan mengungkapkan bukti tanggung jawab sosial telah dijalankan. Upaya perusahaan dalam menjalankan CSR dan mengungkapkannya kepada publik turut dipengaruhi oleh tingkat profitabilitasnya. Perusahaan yang menguntungkan memiliki lebih banyak kebebasan dan sumber daya untuk melaksanakan dan mempromosikan program CSR mereka. Di sisi lain, perusahaan yang kurang menguntungkan mungkin lebih terbatas dalam menjalankan program CSR, tetapi tetap berusaha untuk mempublikasikannya sebagai upaya untuk membangun citra positif (Savitri et al., 2021).

Penelitian ini didasari pada teori-teori terkait pengungkapan CSR dan berbagai faktor yang mempengaruhinya. Mengacu pada literatur dan penelitian sebelumnya, maka ditentukan tujuan penelitian untuk merangkum pengaruh tiga faktor terhadap tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Harapannya, hasil penelitian dapat membantu organisasi meningkatkan praktik pengungkapan CSR dan akuntabilitas mereka kepada *stakeholder*. Melalui analisis yang komprehensif, peneliti berharap hasilnya dapat memberikan wawasan yang bernilai bagi perusahaan, regulator, dan pemangku kepentingan lainnya dalam memahami praktik CSR. Lebih dari sekadar sumbangsih akademis bagi teori CSR dan berbagai faktor yang mempengaruhinya, hasil penelitian juga menawarkan solusi praktis bagi perusahaan

untuk meningkatkan kinerja CSR dan membawa dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengkaji pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Hal ini dilakukan dengan cara meninjau literatur, mengumpulkan penelitian-penelitian terdahulu terkait topik pengungkapan CSR dan berbagai faktor yang mempengaruhinya, terutama yang berfokus pada ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas. Kajian literatur ini dilakukan dengan mengumpulkan pemahaman dan refleksi kritis dari penelitian terdahulu, dan sumber datanya berasal dari layanan Google Scholar, Garuda, Sinta, dan ResearchGate. Penelitian ini berfokus pada artikel jurnal yang membahas pengaruh variabel ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada laporan tahunannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kajian literatur yang telah dilakukan peneliti memperoleh berbagai temuan menarik sebagai berikut.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Pada beberapa artikel jurnal yang ditemukan, ukuran perusahaan menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Artinya perusahaan dengan ukuran yang lebih besar cenderung mempublikasikan CSR secara komprehensif dan masif dalam laporan mereka. Ukuran perusahaan umumnya diwakili oleh jumlah aset perusahaan, sehingga banyak penelitian yang ditemukan Febriyanti et al. (2022) hasilnya berpengaruh positif. Perusahaan besar dengan anggaran yang lebih besar lebih mampu mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dan berlaku sebaliknya (Febriyanti et al., 2022).

Hasil penelitian Safrianti (2020) menemukan bahwa besarnya perusahaan berbending lurus dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil. Penelitian Savitri et al. (2021) dan Febrilian & Jaeni (2021) menemukan kesamaan hasil sebagaimana temuan Safrianti (2020) dan Febriyanti et al. (2022).

Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan berskala besar cenderung lebih memungkinkan mengungkap informasi CSR. Asumsinya jika dikaitkan dengan sumber daya yang lebih banyak, eksposur publik yang lebih tinggi, dan upaya meminimalisir biaya keagenan dan risiko politik. Pengungkapan CSR yang lebih luas juga meningkatkan sorotan publik terhadap perusahaan (Dewi & Sedana, 2019). Perusahaan besar akan banyak disorot sehingga memerlukan pengungkapan aktivitas sosial-lingkungan lebih luas. Tingkat pengungkapan CSR perusahaan umumnya berbanding lurus dengan ukuran perusahaannya. Perusahaan besar dengan kemampuan dan modalnya yang besar membutuhkan eksposur publik yang lebih besar, maka mereka lebih termotivasi untuk menunjukkan komitmennya terhadap program CSR melalui pengungkapan yang lebih luas (Laili & Apramilda, 2023).

Penting untuk dicatat bahwa penelitian mengenai hubungan antara ukuran perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial tidak selalu memberikan hasil yang beragam. Beberapa penelitian, seperti Syane & Jaeni (2021), menemukan bahwa tidak ada pengaruh signifikan dari ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Penelitian Zulhaimi & Nuraprianti (2019) menghasilkan tidak ada pengaruh signifikan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Fenomena tersebut dapat terjadi akibat program CSR dan pengungkapannya merupakan kewajiban setiap perusahaan. Sehingga tanpa mempertimbangkan ukuran perusahaan pengungkapan CSR pasti dilakukan.

Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan CSR

Variabel leverage, yang mengindikasikan tingkat utang perusahaan pada beberapa penelitian tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat utang perusahaan tidak secara langsung memengaruhi sejauh mana perusahaan mengungkapkan informasi CSR. Leverage tinggi berakibat negatif pada pengungkapan CSR karena menekan dana yang tersedia untuk kegiatan tersebut (Dewi & Sedana, 2019). Penelitian Febrilian & Jaeni (2021) dan Laili & Apramilda (2023) menemukan hasil yang konsisten terkait pengaruh leverage terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pengaruh positif tersebut tidak signifikan secara statistik. Hal ini berarti bahwa hubungan antara leverage dan pengungkapan CSR tidak cukup kuat untuk disimpulkan secara pasti.

Temuan bahwa leverage memiliki pengaruh atau tidak memberikan pengaruh terhadap pengungkapan CSR juga sama-sama ditemukan. Dalam hal hasil pengaruh leverage terhadap pengungkapan CSR, Febriyanti et al., (2022) berpendapat bahwa perusahaan dengan rasio leverage tinggi akan cenderung mengungkapkan tanggung jawab perusahaan untuk mendongkrak citra perusahaan sehingga tidak akan melanggar perjanjian dengan kreditur. Pada hasil leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, perusahaan berfokus pada kinerja keuangan, sehingga biaya pengungkapan CSR justru diminimalisir agar hutang perusahaan dapat terbayar (Febriyanti et al., 2022). Rasio leverage, juga dikenal sebagai rasio solvabilitas, adalah alat penting untuk mengukur kesehatan keuangan perusahaan. Rasio ini menunjukkan seberapa besar perusahaan mengandalkan utang untuk membiayai operasinya dibandingkan dengan modal sendiri yang dimiliki oleh pemilik perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR

Perusahaan yang lebih menguntungkan umumnya lebih terbuka dalam menyampaikan laporan tanggung jawab sosial mereka. Hal ini dibuktikan oleh banyak penelitian yang menunjukkan hubungan positif antara profitabilitas dan pengungkapan CSR. Penelitian Febrilian & Jaeni (2021) menunjukkan profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Maka dengan tingginya tingkat keuntungan perusahaan akan berbanding lurus dengan tingkat pengungkapan CSR. Temuan Zulhaimi & Nuraprianti (2019) menyebutkan bahwa profitabilitas yang baik dapat dicapai melalui manajemen yang efektif. Manajemen yang baik dapat meningkatkan efisiensi operasi, meminimalkan biaya, dan meningkatkan pendapatan perusahaan, sehingga menghasilkan profitabilitas yang lebih tinggi. Saat perusahaan memiliki profitabilitas yang baik maka dapat memperluas pengungkapan CSR.

Profitabilitas perusahaan memberikan pengaruh positif dan signifikan. Hal ini yang banyak ditemukan oleh Febriyanti et al., (2022) dalam kajian literturnya khususnya pada perusahaan Pertambangan dan Manufaktur. Meskipun pada beberapa temuannya juga terdapat temuan bahwa tingkat keuntungan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR (Febriyanti et al., 2022). Temuan dari Savitri et al. (2021), penelitian menunjukkan masih menunjukkan adanya pengaruh, tetapi tidak signifikan. Artinya, terdapat kecenderungan komitmen yang relatif stabil untuk melaporkan tanggung jawab sosialnya kepada publik, terlepas dari tingkat keuntungan yang diperoleh. Meskipun demikian, beberapa penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif, tetapi tidak signifikan, terhadap pengungkapan CSR. Hal ini mungkin disebabkan karena fokus utama perusahaan adalah pada pencapaian laba,

sehingga pengungkapan CSR menjadi prioritas kedua. (Dewi & Sedana, 2019).

Dalam pembahasan, temuan ini dapat diinterpretasikan sebagai indikasi bahwa faktor-faktor internal perusahaan seperti ukuran dan profitabilitas memainkan peran penting dalam menentukan sejauh mana perusahaan di Indonesia mengungkapkan informasi CSR. Meskipun pada beberapa penelitian yang ditemui terdapat bukti tidak berpengaruh signifikan, hal ini menunjukkan bahwa faktor eksternal dan internal perusahaan perlu dipertimbangkan secara holistik dalam strategi pengungkapan CSR.

Hasil penelitian ini juga memiliki implikasi praktis bagi perusahaan, pemerintah, investor, dan peneliti. Perusahaan perlu memperhatikan pentingnya pengungkapan CSR dalam meningkatkan nilai perusahaan dan membangun hubungan yang baik dengan stakeholders. Pemerintah perlu memberikan pedoman yang jelas terkait CSR dan mendorong praktik bisnis yang berkelanjutan. Investor perlu mempertimbangkan informasi CSR dalam pengambilan keputusan investasi, sementara peneliti perlu terus mengembangkan pengetahuan tentang faktor-faktor yang memengaruhi praktik CSR.

Relevansi temuan ini dalam konteks teori *stakeholder* juga dapat diperkuat, dimana praktik pengungkapan CSR perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang melibatkan *stakeholder* internal dan eksternal. Dengan demikian, penelitian ini memberikan akan memberikan pemahaman praktik CSR dan faktor-faktor yang memengaruhinya. Rekomendasi dari penelitian ini dapat mencakup peningkatan kesadaran perusahaan akan pentingnya pengungkapan CSR, pengembangan kebijakan internal yang mendukung transparansi informasi CSR, serta peningkatan kerjasama dengan berbagai pemangku kepentingan untuk meningkatkan praktik CSR yang berkelanjutan dan berdampak positif bagi perusahaan dan masyarakat sekitar.

Penelitian tentang pengungkapan CSR memberikan wawasan penting tentang bagaimana perusahaan menjalankan tanggung jawab sosialnya dan bagaimana hal tersebut mampu berdampak positif bagi perusahaan dan lingkungan sekitar. Rekomendasi dari penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan bagi perusahaan dalam meningkatkan praktik CSR mereka, memperhatikan aspek lingkungan, dan memperkuat hubungan dengan stakeholders untuk mencapai pembangunan berkelanjutan. Diharapkan hasil dan rekomendasi dari hasil studi yang dilakukan dapat menjadi landasan untuk implementasi praktik CSR yang lebih baik dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Penelitian tentang pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) menghasilkan temuan yang beragam. Beberapa penelitian menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara ketiga variabel tersebut dengan pengungkapan CSR. Artinya, perusahaan besar, dengan leverage dan profitabilitas yang tinggi, cenderung lebih banyak mengungkapkan informasi terkait tanggung jawab sosial mereka. Namun, hasil dari peneliti lain menunjukkan hasil yang berbeda, yaitu tidak adanya pengaruh signifikan atau bahkan pengaruh negatif. Maka yang terjadi pada ketiga variabel tersebut dengan pengungkapan CSR masih kompleks dan terdapat pengaruh dari faktor-faktor lain. Penelitian tentang pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR masih terus berkembang. Diperlukan penelitian lebih lanjut dengan metodologi yang lebih kuat dan konteks yang lebih beragam untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Dewi, P. A. C., & Sedana, I. B. P. (2019). PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN LEVERAGE TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6618–6637. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p12>
- [2] Febrilian, T. N., & Jaeni. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi CSRD pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2019. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 11(3), 550–558.
- [3] Febriyanti, F., Tedja, L., Octaviana, N., Nelson, N., & Meiden, C. (2022). Kajian Literatur terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan Pertambangan dan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(2), 979–985. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i2.2167>
- [4] Laili, N. I., & Apramilda, R. (2023). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Reliable Accounting Journal*, 2(2), 27–38.
- [5] Safrianti, S. (2020). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2013-2019. *Creative Research Management Journal*, 3(1), 51–62.
- [6] Savitri, I., Nur Pratiwi, D., & Sumadi. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan corporate social responsibility. *Journal of Accounting and Digital Finance*, 1(1), 15–24. <https://journal.nurscienceinstitute.id/index.php/jadfi>
- [7] Syane, A. P., & Jaeni, J. (2021). Pengaruh Corporate Governance, Kinerja Lingkungan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(2), 327. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i2.351>
- [8] Wibowo, R. A. (2021). Disclosure of Corporate Social Responsibility and the factors that influence it: Evidence in Indonesia. *Journal of Business and Management Review*, 2(11), 785–810. <https://doi.org/10.47153/jbmr211.2692021>
- [9] Zulhaimi, H., & Nuraprianti, N. R. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Dewan Komisaris, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(3), 555–566. <https://doi.org/10.17509/jrak.v7i3.17729>