



Karakteristik Korporat Dan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Media Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Ainun Mardiah¹, Cindy², Wan Mediasari Damayanti³

^{1,2,3} Universitas Tanjungpura

Abstract

Received: 27 November 2023

Revised: 08 Desember 2023

Accepted: 15 Desember 2023

The balance of the relationship between companies and society can be managed through Corporate Social Responsibility (CSR). This is essential for the smooth operation of a company. CSR helps companies reduce the social and environmental consequences. This study aims to uncover how different variables influence CSR policies in media companies that have met the requirements to be listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) between 2017 and 2022. The observed variables include company size, liquidity ratios, solvency ratios, activity ratios, and profitability ratios. A total of 9 companies were selected as the research sample through purposive sampling method. The researcher used multiple linear regression analysis. The findings indicate that company size, liquidity ratio using Current Ratio (CR), and solvency ratio using Debt To Asset Ratio (DAR) do not have an impact on corporate CSR disclosure. However, activity ratio using the Total Asset Turnover (TATO) indicator and profitability ratio using the Return on Asset (ROA) indicator significantly influence corporate CSR disclosure.

Keywords: *corporate social responsibility, financial performance, firm size, liquidity ratio, activity ratio, solvency ratio, profitability ratio*

(*) Corresponding Author: cindyrc02@gmail.com

How to Cite: Cindy, C., Mardiah, A., & Damayanti, W. M. (2023). Karakteristik Korporat Dan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Media Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10408421>.

PENDAHULUAN

Perusahaan media berperan penting dalam menyebarkan informasi, membentuk opini publik, memengaruhi masyarakat, memberikan informasi yang akurat dan seimbang, serta mempromosikan nilai-nilai yang positif. Karenanya, perusahaan media bertanggung jawab secara sosial dalam menyediakan konten yang bermakna dan berdampak positif pada masyarakat melalui berbagai *platform*, seperti media digital, televisi, radio, dan cetak. Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR (*Corporate Social Responsibility*), memiliki makna esensial lebih-lebih di era globalisasi. Hal ini tercermin dalam UU No. 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas pada Pasal 74, menegaskan bahwa setiap perusahaan harus menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Jika perusahaan tidak mampu memenuhi kewajiban ini, perusahaan akan mendapatkan sanksi berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku. CSR bertujuan untuk mencapai suatu keberlanjutan, menciptakan dampak positif pada publik, serta mengelola risiko sosial lingkungan. Setiap perusahaan akan berupaya membangun reputasi positif di mata masyarakat dengan memperhatikan lingkungan dan tanggung jawab sosial.

Penelitian terdahulu yang relevan mengungkap tentang bagaimana ukuran perusahaan dan kinerja keuangan berdampak pada CSR di industri tersebut. Sebagian penelitian menampilkan perusahaan yang telah mempraktikkan penerapan CSR dapat menciptakan kinerja lebih baik dalam jangka panjang. Perihal ini disebabkan oleh faktor-faktor semacam kenaikan loyalitas konsumen, efisiensi operasional yang baik, serta inovasi produk yang berkepanjangan. Tetapi masih ditemukan pendapat yang berbeda terkait hubungan antara ketiga variabel tersebut, yang menyebabkan sebagian penelitian menampilkan hasil yang ambigu.

Studi tentang pengungkapan informasi CSR menunjukkan adanya hasil yang saling bertentangan. Penelitian yang dilakukan oleh Ruslim, *et al.* (2017), menghasilkan analisis terkait faktor ukuran atau skala perusahaan yang menggambarkan keterkaitan positif antara skala perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR. Sementara penelitian oleh Oktariani & Mimba (2014), menyimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan antara ukuran perusahaan dan sejauh mana pengungkapan CSR. Sementara itu, studi oleh Jenny (2018), mengenai variabel profitabilitas mengungkapkan adanya korelasi positif antara profitabilitas dan pengungkapan CSR, sedangkan hasil studi oleh Mawarni (2017), menunjukkan tidak ditemukannya pengaruh profitabilitas terhadap sejauh mana pengungkapan CSR.

Dalam sebuah studi, menemukan hubungan positif antara CSR dan ROA (*return on assets*), meskipun pengaruh tersebut tergolong kecil. Studi ini membuktikan potensi CSR dalam memengaruhi efisiensi kinerja keuangan perusahaan. Pengungkapan CSR telah menjadi fokus utama bagi para peneliti di bidang akuntansi, tercatat juga di Indonesia. Karenanya, diperlukan identifikasi mengenai pengungkapan CSR agar dapat dilakukan analisis pada studi sebelumnya dan potensi riset berikutnya terkait pengungkapan CSR. Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Ali *et al.* (2017), 76 artikel telah dianalisis melalui studi empiris yang membahas faktor-faktor yang memengaruhi pengungkapan CSR di negara-negara maju dan berkembang. Selanjutnya, penelitian oleh Trinanda *et al.* (2018), menyimpulkan bahwa variabel kinerja perusahaan memengaruhi tingkat pengungkapan CSR secara bersama-sama. Namun, penelitian oleh Yuliarni & Kurniawati pada tahun 2018, mengungkapkan bahwa *return on assets* (ROA), *current ratio* (CR), dan *debt to asset ratio* (DAR) tidak berpengaruh pada CSR. Sehubungan dengan masalah yang dirumuskan, tujuan studi ini adalah untuk melihat pengaruh CSR terhadap ukuran perusahaan dan kinerja keuangan dengan menggunakan indikator CR, ROA, DAR, dan TATO pada perusahaan yang beroperasi di sektor media dan tercatat di BEI dalam rentang 2017-2022.

METODE PENELITIAN

Studi ini dimulai dengan mengumpulkan informasi dari perusahaan media yang tercatat di BEI sebagai langkah pertama. Peneliti selanjutnya memakai metode *purposive sampling* untuk memilih data yang akan digunakan. Analisis menggunakan metode analisis regresi linier berganda pada data yang terpilih dari perusahaan tersebut. Untuk setiap variabel, tahapan perhitungannya adalah:

1. Corporate Social Responsibility

Cara yang digunakan untuk menghitung tingkat pengungkapan CSR perusahaan adalah dengan menggunakan Standar *global reporting initiative* (GRI) yang memiliki 91 item pengungkapan.

2. Ukuran Perusahaan

Logaritma natural aset digunakan sebagai metode untuk mengukur ukuran perusahaan.

$$SIZE = LN \times Total Aset$$

3. Likuiditas

Rasio saat ini (*current ratio*) digunakan sebagai cara untuk menilai sejauh mana tingkat likuiditas perusahaan.

$$Current Ratio (CR) = \frac{Aset Terkini}{Kewajiban Terkini}$$

4. Solvabilitas

Solvabilitas diukur dengan menggunakan rasio terhadap utang dan terhadap aset.

$$Debt to Asset Ratio (DAR) = \frac{Total Utang}{Total Aset}$$

5. Aktivitas

Aktivitas diukur dengan menggunakan rasio terhadap penjualan dan total aset.

$$Total Aset Turnover Ratio (TATO) = \frac{Penjualan}{Total Aset}$$

6. Profitabilitas

Rasio keuntungan terhadap aset digunakan sebagai metode untuk mengukur profitabilitas perusahaan.

$$Return on Asset(ROA) = \frac{Laba Bersih}{Total Aset}$$

Pada studi ini, populasi yang dipilih meliputi perusahaan yang beroperasi di industri Media dan terdaftar di BEI terhitung sejak 2017 hingga 2022. Proses pemilihan perusahaan didasarkan pada topik penelitian yang relevan dengan CSR yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Metode *purposive sampling* yang digunakan berarti bahwa data sampel yang dipilih akan diamati dengan sengaja berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Sampel-sampel yang tidak sesuai kriteria yang ditentukan akan dikecualikan dari pengamatan pada studi ini.

Perubahan yang Diamati

Variabel Independen

Variabel independen melibatkan beberapa faktor, antara lain CR, DAR, TATO, ROA, dan Ukuran Perusahaan.

Variabel Dependen

Variabel dependen merujuk pada pengungkapan CSR yang dilakukan berdasarkan pedoman *global reporting initiative* (GRI) G4.

PEMBAHASAN

Hasil analisis regresi linear berganda ditunjukkan dalam tabel berikut:

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.267	25.655		.166	.869
	X1 (SIZE)	1.005	.827	.158	1.216	.230
	X2(CR)	.001	.001	.200	1.419	.162
	X3(DAR)	.088	.073	.174	1.197	.237
	X4 (ROA)	-.145	.051	-.386	-2.836	.007
	X5(TATO)	-.121	.031	-.518	-3.951	.000

a. Dependent Variable: Y (CSR)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.590 ^a	.348	.281	7.200339177

a. Predictors: (Constant), X5(TATO), X1 (SIZE), X2(CR), X4 (ROA), X3(DAR)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1330.793	5	266.159	5.134	.001 ^b
	Residual	2488.554	48	51.845		
	Total	3819.347	53			

a. Dependent Variable: Y (CSR)

b. Predictors: (Constant), X5(TATO), X1 (SIZE), X2(CR), X4 (ROA), X3(DAR)

Berdasarkan data yang terdapat dalam tabel di atas, diterangkan bahwa Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*) menunjukkan angka sejumlah 0,348. Nilai ini menggambarkan bahwa sebanyak 34,8% variasi dalam ketepatan waktu pelaporan keuangan bisa diterangkan oleh variabel independen yang digunakan di dalam studi ini. Sementara itu, sisanya sejumlah 65,2% dipengaruhi variabel lain diluar metode penelitian ini. Hasil analisis uji F menunjukkan nilai sebesar 5,134 > 0,05. Kesimpulannya, Ukuran Perusahaan, CR, ROA, DAR, dan TATO tidak memiliki pengaruh terhadap CSR.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

H1 menyebutkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang positif pada CSR, dengan koefisien regresi sebesar 0.001. Namun, hasil uji t mengungkapkan angka signifikansi sebesar 1,216 > 0,05. Oleh karena itu, temuan penelitian menunjukkan bahwa H1 tidak diterima. Dengan demikian, kesimpulan

dari hasil tersebut adalah bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada cara perusahaan mengungkapkan CSR mereka. Meskipun demikian, skala perusahaan secara tidak langsung memiliki sedikit dampak terhadap pengungkapan CSR, contohnya setiap perusahaan memiliki kebijakan serta strategi yang berbeda terkait tanggung jawab sosial serta area. Sebagian perusahaan kecil juga dapat memiliki komitmen yang kuat terhadap CSR serta bisa melaksanakan pengungkapan yang transparan. Oleh sebab itu, sementara ukuran perusahaan dapat membagikan keuntungan dalam perihal sumber energi serta tuntutan pemangku kepentingan, pengungkapan CSR tetaplah dipengaruhi oleh kebijakan serta nilai-nilai perusahaan secara keseluruhan. Namun, berdasarkan perhitungan ukuran perusahaan dari data laporan keuangan, nilai masing-masing perusahaan diketahui mengalami peningkatan yang tidak signifikan. Hal ini berdampak pada pengungkapan informasi CSR suatu perusahaan. Penemuan ini bertentangan dengan temuan oleh Sunarsih *et al.* (2018), yang mengungkapkan bahwa skala perusahaan berpengaruh pada pengungkapan CSR.

Pengaruh Rasio Likuiditas terhadap Pengungkapan CSR

H2 menyatakan adanya keterkaitan positif dan signifikan antara rasio likuiditas yang diukur dengan CR dan pengungkapan CSR dengan koefisien regresi 0,001. Selain itu, hasil uji t, menunjukkan nilai signifikansi $1,149 > 0,05$, tetapi merujuk pada hasil temuan tersebut, tidak ditemukan hubungan positif antara likuiditas dan pengungkapan CSR. Karenanya, hipotesis H2 dianggap tidak valid atau ditolak.

Dari konteks ini, dapat disarikan bahwa tingkat CR tidak berdampak pada sejauh mana perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaannya (CSR). Secara umum, CR tidak memiliki hubungan langsung dengan pengungkapan CSR. CR lebih memilih hubungan dengan tingkat likuiditas perusahaan dan kapasitasnya untuk memenuhi kewajiban jangka pendek. Sementara itu, pengungkapan CSR lebih terkait dengan aspek sosial, lingkungan, serta ekonomi yang lebih luas dalam operasi bisnis perusahaan. Oleh karena itu CR yang tinggi ataupun rendah tidak akan mempengaruhi pengungkapan CSR.

Hal ini mendukung teori legitimasi yang menjelaskan bahwa perusahaan akan berusaha menciptakan keselarasan antara lingkungan eksternal, norma perilaku masyarakat, dan kegiatan perusahaan. Banyak perusahaan yang telah menyadari pentingnya aspek lingkungan dan sosial. Temuan ini mendukung temuan sebelumnya oleh Sunarsug *et al.* (2018), yang mengungkapkan tidak ada pengaruh yang signifikan antara CR dan CSR.

Pengaruh Rasio Solvabilitas terhadap Pengungkapan CSR

H3 menyatakan bahwa penggunaan DAR dalam mengukur rasio likuiditas memiliki dampak yang signifikan dan positif terhadap tingkat pengungkapan CSR, dengan koefisien regresi sejumlah 0,001 dan hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar 1,197, yang melebihi 0,05. Dalam hasil analisis tidak ditemukan adanya pengaruh positif rasio utang terhadap total aset perusahaan dengan pengungkapan CSR, maka H3 dinyatakan tidak valid atau ditolak. Meskipun rasio likuiditas dengan menggunakan DAR tidak secara langsung menentukan tingkat CSR perusahaan, faktor-faktor keuangan yang terkait dengan rasio DAR dapat memengaruhi kebijakan dan praktik CSR perusahaan. Dari hasil pengujian yang sudah dilaksanakan, tidak terdapat pengaruh signifikan dan positif

antara DAR dan CSR. Terdapat beberapa alasan mengapa DAR tidak memiliki pengaruh langsung terhadap SCR, seperti pemisahan antara bidang keuangan dan CSR, prioritas strategis perusahaan, pengaruh pihak eksternal yang termasuk para pemangku kepentingan, serta pertimbangan rasio utang dan dampaknya terhadap strategi CSR. Temuan ini serupa dengan studi sebelumnya oleh Novita Sari (2015), yang juga menyimpulkan tidak adanya pengaruh secara signifikan antara DAR dan pengungkapan CSR.

Pengaruh Rasio Aktivitas terhadap Pengungkapan

H4 menyebutkan bahwa ada korelasi positif yang signifikan antara rasio likuiditas, yang dihitung dengan TATO dan pengungkapan CSR, dengan koefisien regresi sebesar 0,001. Uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar -3,951 yang lebih kecil dari 0,005. Temuan penelitian ini mengindikasikan adanya korelasi positif antara total perputaran aset perusahaan dan pengungkapan CSR sehingga hipotesis keempat (H4) dapat diterima.

Berdasarkan temuan dari penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa TATO berdampak pada sejauh mana perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Namun, hubungan di antara TATO dan pengungkapan CSR tidak bersifat langsung. TATO lebih berkaitan dengan kinerja keuangan perusahaan dan kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan penggunaan aset untuk menghasilkan pendapatan. Dalam konteks yang berbeda, pengungkapan CSR menitikberatkan pada kewajiban perusahaan dalam hal sosial dan lingkungan, serta bagaimana perusahaan dapat memberikan kontribusi pada keberlanjutan dan masyarakat secara luas. Meskipun demikian, beberapa laporan mengindikasikan bahwa perusahaan yang mempunyai tingkat TATO yang tinggi, umumnya menunjukkan tingkat pengungkapan CSR yang lebih baik. Temuan ini mendukung temuan studi sebelumnya oleh Sunarsih *et al.* (2018), yang mengungkapkan bahwa TATO mempunyai dampak positif pada pengungkapan CSR.

Pengaruh Rasio Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR

H5 menyebutkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara rasio profitabilitas yang dihitung dengan ROA dan tingkat pengungkapan CSR. Temuan menunjukkan bahwa koefisien regresi sejumlah 0,001. Uji t menunjukkan angka signifikansi sebesar $-2,836 < 0,05$. Merujuk temuan ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat pengembalian aset memengaruhi tingkat pengungkapan CSR. Karenanya, hipotesis kelima (H5) dapat diterima.

ROA perusahaan yang tinggi mengungkapkan bahwa perusahaan mengalami kondisi keuangan yang stabil dan juga menghadapi tekanan eksternal tambahan untuk meningkatkan CSR. CSR merupakan cara untuk memenuhi ekspektasi dan keinginan para pemangku kepentingan yang berkeinginan mendapatkan informasi lebih terperinci tentang kegiatan perusahaan. Namun, jika ROA perusahaan buruk, hal ini dapat berdampak pada tingkat pengungkapan CSR karena perusahaan umumnya akan lebih fokus pada pemulihan stabilitas keuangan sebelum melaksanakan CSR (Sari & Sari, 2015). Temuan ini mendukung temuan sebelumnya oleh Yuliarni & Kurniawati (2018), yang menyimpulkan bahwa tingkat profitabilitas yang dihitung dengan ROA tidak menunjukkan pengaruh pada pengungkapan CSR.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan dan kinerja keuangan terhadap pengungkapan informasi CSR pada perusahaan yang bergerak di industri media yang tercatat di BEI pada tahun 2017-2022. Dengan merujuk penjelasan pada bagian sebelumnya, peneliti menarik beberapa kesimpulan, diantaranya:

1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan CSR di perusahaan media yang tercatat di BEI.
2. Rasio likuiditas yang diukur dengan memakai CR tidak berpengaruh positif dan signifikan pada tingkat pengungkapan CSR di perusahaan media yang tercatat di BEI.
3. Rasio solvabilitas yang diukur dengan menggunakan DAR tidak berpengaruh positif dan signifikan pada pengungkapan CSR di perusahaan media yang terdaftar di BEI.
4. Rasio aktivitas yang diukur dengan menggunakan TATO menunjukkan pengaruh positif yang signifikan pada tingkat pengungkapan CSR di perusahaan media yang tercatat di BEI.
5. Rasio profitabilitas yang diukur dengan ROA menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR di perusahaan media yang tercatat di BEI.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, W., & Frynas, J G., & Mahmood, Z. (2017). *Determinants of Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure in Developed and Developing Countries: A Literature Review. Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. Vol 24(4), 273–294.
- Dewi, N S., & Suaryana, A. (2015). *Pengaruh Profitabilitas dan Kepemilikan Asing terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Vol 13(1).
- Dewinta, I R., & Setiawan, P. E. (2016). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, leverage dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Tax Avoidance. Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*.
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). *Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behavior. Pacific Sociological Review*, 18(1), 122–136.
- Erwanti, Y., & Haryanto, H. (2017). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dewan Komisaris, Komite Audit dan Kualitas Audit terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial. Diponegoro Journal of Accounting*. Vol 6(4), 295–308.
- Guthrie, J., & Parker, L D. (1990). *Corporate Social Disclosure Practice: A Comparative International Analysis. Advances in Public Interest Accounting*. 159–175.
- Hanafi, . M., & Halim, A. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Husnan, S. (2013). *Manajemen Keuangan, Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Pendek)*. BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta.
- Jenny. (2018). *Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek*

- Indonesia Periode 2014-2016. Jurnal Akuntansi & Keuangan. Vol 9(2), 1–13.*
- Kasmir. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Mawarni, A. (2017). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI)*. Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Nugroho, F A., & Rahardjo, S N. (2014). *Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Karakteristik Good Corporate Governance terhadap Kinerja Perusahaan. Diponegoro Journal of Accounting. Vol 3(2): 477–486.*
- Oktariani, N W., & Mimba, N P S H. (2014). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Tanggung Jawab Lingkungan pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. Vol 6(3): 402–418.*
- Pemerintah Indonesia. (2017). Undang-Undang Perseroan Terbatas tentang Perseroan Terbatas, Pub. L. No. 40. PT Bhuana Ilmu Populer. Indonesia.
- Ruslim, H., & Wijaya, A., & Ekadjaja, A., & Yanti, M. (2017). *The Influence of Company Size, Profitability, Leverage, And Foreign Ownership on Corporate Social Responsibility Disclosure among Manufacturing Companies. International Journal of Advanced Engineering and Management Research. Vol 2(4).*
- Sari, W N., & Puspita, R. (2015). *Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, Return On Asset (ROA) dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013. Jurnal Akuntansi Dan Keuangan. Vol 4(1): 1–20.*
- Trinanda, S M., & Yahdi, M., & Rizal, N. & (2018). *Analisis Pengaruh size dan Solvabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Jurnal Stiedwidyalumajang.*
- Yuliarni, R., & Kurniawati, I. (2018). *Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index Periode 2008-2012. Jurnal Rekayasa Keuangan Syariah dan Audit.*