

KUALITAS INFORMASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA PERUSAHAAN LQ 45

Maisur ⁽¹⁾, Nyak Umar ⁽²⁾

¹Pendidikan Ekonomi, Universitas Jabal Ghafur, Sigli

²Manajemen, Universitas Jabal Ghafur, Sigli

e-mail: maisur@unigha.ac.id, nyakumar@unigha.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.47647/jsh.v6i2.2142>

ABSTRACT

The quality of information is very important in accounting records. in this case to prove that the quality of information can provide input to company management in taking a stance, especially in terms of corporate social responsibility. The purpose of this research is to look at the quality of information in corporate social responsibility. The sample for this research is all LQ 45 companies. The research results prove that the information presented is relevant and reliable.

Keywords : *Quality of Information, Relevant, Reliabel*

ABSTRAK

Kualitas informasi merupakan hal yang sangat penting dalam pencatatan akuntansi. dalam hal ini untuk membuktikan bahwa kualitas informasi dapat memberikan masukan kepada manajemen perusahaan dalam pengambilan sikap terutama dalam hal *corporate sosial responsibility*. Tujuan dari penelitian ini untuk melihat kualitas informasi dalam tanggung jawab sosial perusahaan. Sampel penelitian ini, seluruh perusahaan LQ 45. Hasil penelitian membuktikan bahwa informasi yang disajikan relevan dan dapat diandalkan.

Kata kunci: Kualitas Informasi, Relevan, Handal

1. Pendahuluan

Corporate social responsibility dapat diartikan sebagai tindakan sukarela yang dilakukan suatu perusahaan untuk mengintegrasikan isu-isu sosial dan lingkungan dalam kegiatannya selaras dengan kepentingan ekonomi dan hubungan dengan seluruh pemangku kepentingan, dengan berpedoman pada penghormatan terhadap individu, masyarakat, dan lingkungan. Untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, mereka menyediakan informasi dalam berbagai cara, seperti laporan tahunan, laporan lingkungan hidup, laporan tanggung jawab sosial,

laporan keberlanjutan, dan berbagai data di situs web mereka (Mutiarra & Parasetya, 2021)

Informasi ini dilakukan karena pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan meningkatkan keandalan perusahaan dan meningkatkan daya saing dan daya tarik perusahaan bagi klien perusahaan dan calon investor. Penyusunan pelaporan tanggung jawab sosial menunjukkan keinginan perusahaan untuk berkomunikasi dengan pemangku kepentingan dan resolusinya untuk mempertanggungjawabkan kegiatan yang dilakukan. Dengan demikian perusahaan akan mendapatkan umpan balik dari

pemangku kepentingan yang dipercaya (Razak & Helmy, 2020)

Informasi yang dihasilkan dalam laporan keuangan merupakan media komunikasi antara perusahaan dengan pemangku kepentingannya. Untuk itu kualitas informasi dapat dilihat dari karakteristik kualitas informasi itu sendiri baik dalam Kerangka Konseptual IFRS maupun Prinsip Pelaporan *Global Reporting Initiative* (GRI). Prinsip Pelaporan GRI mengidentifikasi enam karakteristik kualitas: keseimbangan, keterbandingan, akurasi, ketepatan waktu, kejelasan, dan keandalan (Puteri & Trisnarningsih, 2022). Kualitas informasi *Corporate social responsibility* (CSR) tergantung pada bagaimana informasi tanggung jawab sosial perusahaan diungkapkan (Mufreni & Amanah, 2018). Namun, belum ada standar terpadu untuk mengukur kualitas laporan keberlanjutan. (Puteri & Trisnarningsih, 2022) mendefinisikan tiga metode untuk mengukur kualitas laporan keberlanjutan yang telah digunakan dalam penelitian sebelumnya: pengungkapan luas, pengungkapan indeks berdasarkan keluasan, dan indeks pengungkapan berdasarkan keluasan dan kedalaman.

Pengungkapan CSR terkait pelaporan CSR yang tertuang dalam laporan tahunan merupakan rencana strategis manajemen agar perusahaan mengelola hubungan dan berkomunikasi dengan baik dengan pemangku kepentingan. Untuk memaksimalkan keuntungan pemegang saham, CSR telah sampai pada titik di mana perusahaan terpaksa memberikan laporan keberlanjutan. Karena perusahaan mempunyai kewajiban kepada masyarakat atau mempunyai kontrak sosial dengan daerah, maka pengungkapan kegiatan CSR diperlukan. Pengungkapan CSR memungkinkan perusahaan untuk mendistribusikan informasi berharga kepada pemangku kepentingan, khususnya

pemangku kepentingan keuangan seperti analis saham, pasar modal, dan investor. Informasi tersebut dapat mempengaruhi citra perusahaan di mata investor dan pelaku pasar modal lainnya. Citra yang baik merupakan kabar baik atau sinyal baik bagi pasar sehingga akan meningkatkan harga saham. Dengan demikian, laporan CSR dapat menjadi keunggulan kompetitif untuk meningkatkan nilai perusahaan.

. Dalam teori kontrak sosial, masyarakat menyerahkan sebagian atau seluruh haknya kepada pemerintah dan otoritas lainnya untuk tetap mengikuti tatanan sosial dan meningkatkan kualitas hidup. Untuk itu diperlukan suatu kontrak sosial yang bersifat terstruktur, tersurat maupun tersirat sehingga terdapat kesepakatan yang dapat melindungi kepentingan masing-masing. Teori Legitimasi berfokus pada interaksi antara perusahaan dan masyarakat. Dalam teori ini organisasi merupakan bagian dari masyarakat, sehingga harus memperhatikan norma-norma sosial yang dimilikinya. Teori legitimasi yang mendasarinya adalah kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat di mana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber daya ekonomi—teori legitimasi secara umum membentuk perspektif penting mengenai praktik pengungkapan CSR perusahaan. Melalui satu atau lebih strategi legitimasi, inisiatif utama pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat ditelusuri. Misalnya, pengungkapan CSR perusahaan cenderung menekankan poin-poin positif bagi perilaku organisasi dibandingkan dengan elemen-elemen yang bermusuhan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kualitas informasi tanggung jawab sosial dengan melihat bagaimana cara mengidentifikasi informasi tanggung jawab sosial dan menganalisis kualitas informasi tersebut. Hal ini dilakukan

karena informasi dari laporan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan alat yang digunakan oleh perusahaan.

2. Metode

Populasi penelitian ini adalah perusahaan Lq 45 selama periode 2019-2022 berjumlah 45 perusahaan. Sampel penelitian dilakukan dengan menggunakan purposive sampling yaitu hanya

mengambil perusahaan yang mempublikasikan laporan tanggung jawab sosial/laporan keberlanjutan, untuk menghindari kesenjangan dengan perusahaan yang tidak mempublikasikannya. Kriteria berikutnya adalah perusahaan melaporkan tanggung jawab sosialnya dalam database pengungkapan keberlanjutan.

Tabel 1. Indeks Kualitas Informasi *Corporate social responsibility*

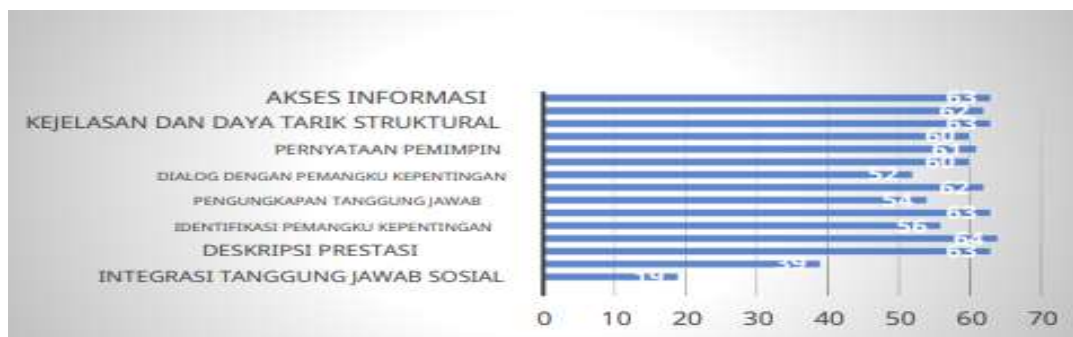
Akses Informasi	Kemudahan Mendapatkan informasi
Frekuensi Pelaporan	Frekuensi pelaporan tanggung jawab sosial (rutin/tidak)
Kejelasan dan daya tarik struktur	Gambar, grafik, tabel, diagram
Komponen Utama	Definisi periode pelaporan, wilayah, target audiens, dan sebagainya
Pernyataan Pemimpin	Sambutan atau pernyataan dari CEO/Direktur/Komisaris
Masukan	Nomor kontak yang tersedia
Dialog dengan pemangku kepentingan	Deskripsi dialog (survei, konsultasi, meja bundar, dll) dan hasilnya
Departemen <i>Corporate social responsibility</i>	Informasi pertanggungjawaban tersedia dan dilaporkan di situs web
Penyikapan dari <i>Corporate social responsibility</i>	Kejelasan pengungkapan dan penyajian kebijakan tanggung jawab sosial perusahaan
Detail Saran	Penyajian target spesifik mengungkapkan apa tujuannya dan memungkinkan evaluasi hasil

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Kualitas Informasi

Sebaran informasi yang berkualitas menunjukkan bahwa integrasi *Corporate social responsibility* dan gambaran pencapaian pembangunan berkelanjutan masing-masing mendapat poin 19 dan 39. Hal ini membuktikan bahwa pelaporan berkelanjutan masih dalam tahap pengembangan, dan tanggung jawab sosial belum sepenuhnya terintegrasi ke dalam strategi perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Mufreni & Amanah, 2018) yang menunjukkan bahwa penerapan tanggung jawab sosial perusahaan masih dalam

tahap awal pengembangan dan mungkin tidak terkait dengan strategi keberlanjutan perusahaan. Masih ada pemahaman bahwa tanggung jawab sosial meliputi program sosial, kegiatan filantropi, dan donasi. Untuk itu, berdasarkan hasil penelitian tersebut, perusahaan perlu mulai merancang strategi yang mengintegrasikan isu sosial dan lingkungan ke dalam aktivitas dan kebijakan perusahaan agar praktik tanggung jawab sosial dapat terlaksana secara substantif; hal ini dilakukan setelah perusahaan menghitung biaya yang akan dikeluarkan. Ditanggung, dan bukan sekadar simbolis.



Gambar 1. Sebaran Informasi Corporate Social Responsibility yang Berkualitas

Tabel 2. Informasi Tanggung Jawab Sosial yang Relevan dan Andal

Site	Jumlah Perusahaan	Relevan	Dapat Diandalkan	Indek Total
Pertambangan	7	13.4	9.6	23
Keuangan	9	19.0	10.8	29.8
Energy	3	12.9	7.6	20.5
Perdagangan	5	7.4	8.9	16.3
Inustri Dasar dan Kimia	2	10.3	9.8	20.1
Aneka Industri	4	8.4	7.8	16.2
Industri Barang Konsumsi	5	9.6	6.9	16.5
Pertanian	3	7.9	8.3	16.2
Infrastruktur	3	10.2	8.6	18.8
Property	2	11.9	10.8	22,7

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan bergerak di bidang pertambangan (7 perusahaan), keuangan (8 perusahaan), perdagangan (5 perusahaan) dan industri dasar dan Kimia (5 perusahaan). Hasil indeks kualitas informasi yang disajikan pada tabel 2 dan gambar 1 menunjukkan bahwa perusahaan sektor keuangan sebesar 29,8 dari 30 poin yang tersedia yaitu sekitar 99 persen informasi terkait tanggung jawab sosial dapat dikatakan baik. kualitas tinggi. Dilihat dari jenis industrinya, perusahaan perbankan merupakan perusahaan dengan tipe low profile. Perusahaan dengan tipe low profile adalah perusahaan yang memiliki visibilitas konsumen, tingkat risiko politik, dan tingkat persaingan yang rendah. Sehingga tidak begitu disorot oleh masyarakat mengenai hal tersebut kegiatan di dalam perusahaan. Perusahaan yang

bergerak di bidang keuangan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya mempunyai dampak yang rendah terhadap lingkungan. Namun perusahaan keuangan mempunyai kesadaran dan aktif dalam menjalankan tanggung jawab sosial, memberikan dukungan terhadap proyek-proyek yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial dan berperan dalam bidang pendidikan. Perusahaan keuangan menunjukkan bahwa informasi tanggung jawab sosial mempunyai peran penting untuk meningkatkan citra perusahaan di mata investor meskipun belum ada kebijakan yang mewajibkan perusahaan keuangan untuk melaporkan informasi tersebut. Dengan menginformasikan tanggung jawab sosial perusahaan dapat mengurangi biaya keagenan.

4. Simpulan dan Saran

Penelitian ini menggunakan dua karakteristik utama dalam menentukan kualitas informasi tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu relevan dan dapat diandalkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas informasi sosial dapat dianalisis dengan dua cara, yaitu melalui analisis tekstual dan menghitung indeks kualitas. Perusahaan yang bergerak di sektor keuangan memiliki informasi tanggung jawab sosial yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan pertambangan, kimia, dan pertanian, sehingga berdampak langsung terhadap lingkungan. Lebih lanjut, kualitas distribusi informasi menunjukkan bahwa integrasi tanggung jawab sosial dan gambaran pencapaian pembangunan berkelanjutan mempunyai nilai yang rendah. Untuk itu, perusahaan perlu mulai merancang strategi yang mengintegrasikan isu sosial dan lingkungan ke dalam aktivitas dan kebijakan perusahaan agar praktik tanggung jawab sosial dapat terlaksana secara substantif. Penelitian ini mempunyai keterbatasan sehingga disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk juga melihat frekuensi pelaporan informasi tanggung jawab sosial perusahaan.

Daftar Pustaka

- Mufreni, A. N., & Amanah, D. (2018). Pengaruh Kapitalisasi Pasar dan Likuiditas Saham terhadap Harga Saham pada PT. Astra Internasional Tbk. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 1(1), 29–35. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem/article/view/305/217>
- Mutiara, D. K., & Parasetya, T. (2021). PENGARUH KUALITAS INFORMASI PELAPORAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN (Studi

Empiris Perusahaan yang Termasuk dalam Indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2015-2019). *Diponegoro Journal of Accounting*, 10(4), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>

- Puteri, M. K., & Trisnarningsih, S. (2022). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan corporate social responsibility (csr) terhadap kualitas laba. *JIMAT: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 13(2), 485–493.

- Razak, B., & Helmy, H. (2020). Pengaruh Dewan Direksi Wanita, Dewan Komisaris Wanita Dan Kualitas Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 2(4), 3434–3451. <https://doi.org/10.24036/jea.v2i4.294>