



JRAK

Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis (e-journal)

p-ISSN: 2407-828X e-ISSN: 2407-8298

Vol. 11, No. 2, Juli 2025

<https://jurnal.plb.ac.id/index.php/JRAK/index>

TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN UNTUK AKADEMISI AKUNTANSI

Mira Ismirani Fudsy¹, Herru Soerjono², Sakti Muda Nasution³, Zen Munawar⁴, Dewi Reniawati⁵
Politeknik LP3I

Email: miraismirani2021@gmail.com¹, herrusoerjono2022@gmail.com²,
nasutionsaktimuda@gmail.com³, munawarzen@gmail.com⁴, dewireniawati2024@gmail.com⁵

ABSTRACT

This research aims to determine the company's responsibility towards research development, especially in the field of accounting. Corporate social responsibility has important implications for accounting academics, especially in the development of sustainable accounting and transparent financial reporting. Accounting academics play a role in developing relevant accounting frameworks, methodologies, and standards to measure, report, and evaluate the social and environmental impacts of corporate activities. Accounting has an important role in integrating sustainability aspects that are outlined in the company's business strategy. Shareholders and stakeholders: have a corporate social responsibility framework for strategic business goals. There is a view of corporate social responsibility in cases related to certain companies and findings from research results. Based on the corporate social responsibility framework, the role of accounting academics is directed at corporate social responsibility activities also assisting in business strategy. The corporate social responsibility measurement framework is a challenge, but opens up various promising avenues for future research in developing a research framework in the field of accounting.

Keywords: *framework ; corporate social responsibility; accounting.*

Pendahuluan

Akuntansi adalah bagian yang tidak terpisahkan dalam bisnis di perusahaan yang bertujuan untuk memperhatikan keseimbangan antara aspek ekonomi dan kelestarian lingkungan. Selama dua dekade terakhir, para akademisi akuntansi semakin tertarik pada tanggung jawab sosial perusahaan .

Layanan penjaminan dan jawab sosial perusahaana, membahas berbagai jalur penelitian di masa mendatang (Simnett, 2015). Penelitian ini bertujuan menyoroti premis dengan menyertakan sebagian besar penelitian bahwa adanya konflik tanggung jawab sosial perusahaan yang antara pemangku kepentingan dan pemegang saham.

Pendapat bahwa asumsi ini tidak berdasar dan menawarkan kerangka kerja alternatif yang melihat tanggung jawab sosial perusahaan sebagai inisiatif bisnis yang strategis. Terdapat tantangan dari kerangka kerja dengan berbagai jalur potensial untuk penelitian di masa mendatang.

Penerapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam membantu perusahaan menciptakan citra yang positif, maka perusahaan seharusnya melihat tanggung jawab sosial perusahaan bukan sebagai pusat biaya tetapi sebagai pusat keuntungan di masa yang akan datang. Bila tanggung jawab sosial perusahaan dibiarkan maka dapat menimbulkan masalah. Perusahaan harus mampu menunjukkan manfaat sosial dan biaya sosial yang disebabkan dari kegiatan operasional perusahaan terhadap lingkungan sosialnya. Perusahaan mencari keuntungan yang besar dengan tetap memperhatikan lingkungan sekitar perusahaan serta mampu menciptakan tanggung jawab sosial perusahaan.

Peran akuntansi tanggung jawab sosial dalam menyediakan informasi tentang sejauh mana suatu organisasi atau perusahaan memberikan kontribusi positif atau negatif terhadap kualitas kehidupan manusia dan lingkungannya. Pada masa sebelum tahun 2007 kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kegiatan sukarela. Namun setelah terbitnya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan menjadi kewajiban hukum. Undang-undang mengharuskan perusahaan untuk dapat melaksanakannya, namun kewajiban tersebut bukanlah suatu beban yang berat. Perusahaan telah menyisihkan dana tanggung jawab sosial perusahaan.

Meskipun penerapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) telah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007, masih terdapat beberapa celah yang perlu diteliti lebih lanjut. Adapun gap penelitian yang dapat diidentifikasi. Pertama, “Efektivitas Implementasi CSR”, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengevaluasi sejauh mana implementasi CSR sesuai dengan regulasi yang berlaku dan dampaknya terhadap citra perusahaan. Kedua, “Pengukuran Dampak Sosial dan Lingkungan”, belum ada metode yang baku dan diterima secara luas untuk mengukur dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan CSR. Ketiga, “Peran Akuntansi dalam CSR”, peran akuntansi dalam menyediakan informasi tentang kontribusi positif atau negatif perusahaan terhadap kualitas kehidupan manusia dan lingkungan masih perlu dieksplorasi lebih dalam. Keempat, “Motivasi perusahaan dalam melaksanakan CSR”, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami motivasi perusahaan dalam melaksanakan CSR, apakah didorong oleh kepatuhan terhadap regulasi atau oleh keinginan untuk meningkatkan citra perusahaan.

Penulis melakukan beberapa kajian pustaka yang terkait hal tersebut. Konsep dasar CSR dan argumen bisnis yang mendukung penerapannya (Carroll & Shabana, 2010). Penelitian tentang cara mengeksplorasi peran pelaporan sosial dan lingkungan dalam menciptakan nilai organisasi (Gray, 2006). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas terdapat regulasi yang dilakukan oleh pemerintah untuk mengatur kewajiban CSR bagi perusahaan di Indonesia. Elkinton menyampaikan konsep *Triple Bottom Line (People, Planet, Profit)* yang relevan dengan CSR (Elkington,

1998) (Elkington, 1998). Freeman menyampaikan pendekatan stakeholder dalam manajemen strategis, yang sangat relevan dengan konsep CSR (Freeman, 2010).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan rancangan deskriptif. Penelitian menggunakan metode penelitian deskriptif yaitu studi eksploratif, dimana jenis penelitian ini bertujuan Penelitian eksploratif memungkinkan pemahaman yang lebih baik tentang topik atau area yang memiliki informasi terbatas atau tidak ada tetapi tidak akan memberikan bukti konklusif akhir untuk pertanyaan penelitian atau solusi untuk masalah (Munawar, 2023). Hal ini sering terjadi ketika fenomena sulit diukur. Dengan melakukan penelitian ini akan memungkinkan pokok bahasan didefinisikan dengan lebih jelas, sehingga penelitian lebih lanjut dapat dilakukan secara terukur dan final. Jika tidak, maka dapat menjelajahi dan memahami area yang tidak dapat diukur seperti suasana di suatu acara, dengan melihat hal-hal seperti suara, dekorasi, lokasi (Munawar, 2025).

Proses analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan terus menerus sampai tuntas. Metode pengumpulan data merupakan hal yang penting dalam penelitian, karena metode ini merupakan strategi atau cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitiannya (Munawar, 2016, 2025).

Analisis data dalam penelitian kualitatif ini akan menggunakan analisis tematik (thematic analysis). Analisis tematik adalah metode yang digunakan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan pola (tema) dalam data. Proses analisis ini dilakukan secara

interaktif dan berulang, meliputi langkah-langkah berikut:

- (1) **Transkripsi Data**
Data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, atau dokumen akan ditranskrip secara lengkap dan akurat.
- (2) **Pengkodean (Coding)**
Data yang telah ditranskrip akan dikodekan untuk mengidentifikasi konsep-konsep kunci yang muncul.
- (3) **Identifikasi Tema**
Kode-kode yang telah diidentifikasi akan dikelompokkan ke dalam tema-tema yang lebih luas yang relevan dengan pertanyaan penelitian.
- (4) *Review dan Refinement*
Tema-tema yang telah diidentifikasi akan direview dan disempurnakan untuk memastikan konsistensi dan relevansi dengan data.
- (5) **Pelaporan**
Hasil analisis akan dilaporkan dalam bentuk narasi yang menggambarkan temuan-temuan utama dan hubungan antara tema-tema yang diidentifikasi.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. **Wawancara Mendalam (In-Depth Interviews)**
Wawancara dilakukan dengan para stakeholder kunci seperti manajemen perusahaan, karyawan, dan masyarakat sekitar untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang persepsi dan pengalaman mereka terkait tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).
2. **Observasi Partisipatif**

Peneliti akan terlibat langsung dalam kegiatan CSR perusahaan untuk mengamati dan mencatat dinamika dan interaksi yang terjadi.

3. Studi Dokumen
Peneliti akan menganalisis dokumen-dokumen resmi seperti laporan tahunan, laporan CSR, dan dokumen kebijakan perusahaan yang terkait dengan CSR.
4. Focus Group Discussion (FGD)
Diskusi kelompok terfokus akan dilakukan dengan melibatkan berbagai pihak untuk mendapatkan perspektif yang beragam tentang implementasi CSR.
5. Prosedur Pengumpulan Data
Persiapan
Menyiapkan panduan wawancara, checklist observasi, dan protokol FGD.
6. Pelaksanaan
Melakukan wawancara, observasi, dan FGD sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.
7. Pencatatan dan Dokumentasi
Mencatat dan mendokumentasikan semua data yang dikumpulkan secara sistematis.
8. Validasi Data
Melakukan triangulasi data dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan studi dokumen untuk memastikan keakuratan dan keandalan data.

Dengan menggunakan analisis data tematik dan teknik pengumpulan data yang komprehensif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mendalam dan holistik tentang penerapan tanggung jawab sosial perusahaan serta dampaknya terhadap citra perusahaan dan lingkungan sosial. Bentuk pengumpulan data ini membantu untuk memahami bagaimana perusahaan berfungsi, terutama organisasi kerja seperti yang bisa dilihat di bagian

berikutnya, semua pekerjaan pengumpulan data diakhiri dengan analisis data yang terkumpul. Berbagai teknik, metodologi, telah dipraktikkan, yang memberikan rekomendasi berdasarkan berbagai parameter (Munawar, Rustiyana, Herdiana, & Putri, 2021). Awalnya, analisis dokumenter dari bahan arsip dibuat, yang berfungsi sebagai dasar untuk pengumpulan informasi lainnya, serta karakterisasi entitas dan lingkungan organisasinya.

Definisi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah upaya perusahaan untuk melampaui kepatuhan dengan secara sukarela terlibat dalam tindakan yang mendorong kebaikan sosial, di luar kepentingan perusahaan dan yang diwajibkan oleh hukum (McWilliams & Siegel, 2001). Tanggung jawab sosial perusahaan menarik karena menunjukkan bahwa perusahaan termotivasi untuk membuat keputusan yang tidak selalu memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Berdasarkan teori pemangku kepentingan yang disarankan oleh beberapa sarjana tanggung jawab sosial perusahaan, perusahaan mencapai keseimbangan antara kepentingan pemegang saham dan kepentingan pemangku kepentingan lainnya (Carroll, 1991).

Tanggung jawab perusahaan mencakup melampaui kepatuhan dan melakukan apa yang secara etis dan moral / benar. Namun, hal ini menimbulkan pertanyaan berikut “Apa hal yang benar untuk dilakukan, dan kelompok mana yang seharusnya mendapat manfaat dari upaya tanggung jawab sosial perusahaan?”. Adanya perdebatan tentang apakah perusahaan harus berorientasi pada kesejahteraan pemegang saham/investor atau

pemangku kepentingan seperti pelanggan, pemasok, karyawan, masyarakat, atau pemerintah (Huang & Watson, 2015). Tanggung jawab sosial bisnis adalah untuk meningkatkan keuntungannya. Sebuah kompromi akan memerlukan pendukung yang mencapai keseimbangan antara kepentingan pemangku kepentingan dan pemegang saham. Tanggung jawab sosial perusahaan sebagai perusahaan yang mengorbankan keuntungan demi kepentingan sosial (Elhauge, 2005). Terdapat hubungan alami antara tanggung jawab sosial perusahaan dan akuntansi karena profesi akuntansi memiliki tanggung jawab umum untuk pengukuran, pengungkapan, dan jaminan informasi, termasuk informasi terkait tanggung jawab sosial perusahaan. Karena tanggung jawab sosial perusahaan menjadi hampir ada di mana-mana dalam bisnis modern selama beberapa dekade terakhir. Pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan berkala menjadi populer bagi bisnis yang lebih besar (Pedersen, 2006). Tanggungjawab social perusahaan untuk akuntansi terlihat pada Gamabr 1.



Gambar 1
Tanggung Jawab Sosial Perusahaan untuk Akuntansi

Gambar 1 menunjukkan tanggung jawab sosial perusahaan untuk akuntansi yang merupakan alat baru dan penting untuk transparansi dan keberlanjutan bisnis. Menyediakan data yang lebih akurat dan andal sehingga perusahaan dapat

membantu para pemangku kepentingan lebih baik dan membantu perusahaan menjadi lebih berkelanjutan. Seiring dengan terus berkembangnya konsep ini, penting menggunakan alat dan menggunakannya untuk menjadi lebih transparan dan bertanggung jawab. Pada akhirnya, tanggung jawab sosial perusahaan untuk akuntansi dapat membantu menciptakan dunia yang lebih berkelanjutan dan adil.

Profesional akuntansi memiliki kesempatan untuk berpartisipasi dalam pembuatan, jaminan, penerbitan, dan analisis laporan tanggung jawab sosial perusahaan. Lebih jauh, karena tanggung jawab sosial perusahaan dimulai sebagai bentuk pengaturan diri dan dalam beberapa kasus bahkan saat ini tidak memiliki struktur peraturan formal, tanggung jawab untuk pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan sebagian jatuh pada profesional akuntansi. Dengan demikian, akuntansi memainkan peran penting dalam tanggung jawab sosial perusahaan.

Namun, ada juga motivasi eksternal yang penting untuk tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan serangkaian wawancara dengan para eksekutif utama di sebuah perusahaan multinasional, Organisasi mengintegrasikan perhatian pemangku kepentingan ke dalam sistem pengukuran kinerja strategisnya (Rodrigue, Magnan, & Boulianne, 2013). Dari wawancara tersebut, mereka menemukan bahwa tekanan dari berbagai pemangku kepentingan memiliki dampak besar pada strategi lingkungan perusahaan. Pemangku kepentingan seperti klien dan kreditor meminta sistem manajemen lingkungan yang baik untuk memastikan keberlanjutan lingkungan sementara perusahaan tetap kompetitif dalam hal kualitas produk, harga, dan rantai pasokan. Pengaruh pemangku

kepentingan terhadap strategi lingkungan dapat lebih jauh memengaruhi pilihan indikator kinerja lingkungan oleh perusahaan, yang sangat penting dalam arti bahwa apa yang diukur akan terlaksana. Demikian pula, Tekanan dari pasar, masyarakat, dan pemangku kepentingan organisasi memiliki pengaruh yang kuat terhadap pengembangan strategi perusahaan dan sistem pengendalian manajemen lingkungan (Pondeville, Swaen, & Rongé, 2013). Meningkatnya tekanan publik dan harapan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan memotivasi perusahaan untuk menetapkan definisi umum tanggung jawab sosial perusahaan, yang merupakan langkah awal yang penting dalam menerapkan pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan (Contrafatto & Burns, 2013).

Lembaga / Organisasi CSR

Pemahaman mendalam tentang CSR diperlukan untuk memahami cara menghitung dan melaporkannya. Beberapa penelitian lain membahas proses di mana akuntansi jawab sosial perusahaan menjadi terlembaga (Gray, 2010). Pelembagaan praktik akuntansi keuangan dan biaya serta praktik manajemen lingkungan dan berkelanjutan bergantung pada hubungan timbal balik faktor-faktor yang bersaing seperti ketegangan eksternal dan internal dan struktur virtual signifikansi, legitimasi, dan dominasi (Martin & Moser, 20176). Proses tiga langkah yang membuat pelaporan sosial dan lingkungan terlembaga: konstruksi persepsi umum, praktikalisasi, dan penguatan (Contrafatto, 2014).

Pelaporan dan pengungkapan lingkungan dibentuk oleh gangguan yang terjadi di lingkungan alam, seperti regulasi dan tekanan social (Bouten & Hoozée, 2013). Maksimalisasi laba membatasi peran masalah tanggung jawab sosial perusahaan dalam operasi

bisnis. Ketegangan antara tujuan tanggung jawab sosial perusahaan dan tujuan kinerja tradisional merupakan poin penting yang perlu dipertimbangkan oleh para peneliti tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan eksploratif, penelitian ini menghasilkan temuan yang disusun melalui proses analisis tematik. Alur hasil penelitian mengikuti langkah-langkah metode penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, yaitu transkripsi data, pengkodean, identifikasi tema, review dan refinement, serta pelaporan. Berikut adalah temuan utama yang diperoleh :

Tema 1: Persepsi Stakeholder Terhadap CSR

Wawancara Mendalam

Stakeholder seperti manajemen perusahaan, karyawan, dan masyarakat sekitar memiliki persepsi yang beragam terhadap implementasi CSR. Manajemen cenderung melihat CSR sebagai bagian dari strategi bisnis untuk meningkatkan citra perusahaan, sementara karyawan dan masyarakat lebih fokus pada dampak langsung dari program CSR terhadap kesejahteraan mereka.

FGD

Diskusi kelompok terfokus mengungkapkan bahwa terdapat harapan yang tinggi dari masyarakat terhadap perusahaan untuk berkontribusi lebih besar dalam pembangunan sosial dan lingkungan.

Tema 2: Dinamika Implementasi CSR.

Observasi Partisipatif

Peneliti mengamati bahwa implementasi CSR seringkali menghadapi kendala seperti keterbatasan anggaran, koordinasi antar departemen yang

kurang optimal, dan kurangnya partisipasi aktif dari masyarakat.

Studi Dokumen

Analisis laporan CSR menunjukkan bahwa perusahaan telah melakukan berbagai program, namun evaluasi dampaknya masih terbatas dan kurang terukur.

Tema 3: Dampak CSR terhadap Citra Perusahaan.

Triangulasi Data

Hasil wawancara, observasi, dan studi dokumen menunjukkan bahwa CSR memiliki dampak positif terhadap citra perusahaan, terutama dalam membangun kepercayaan masyarakat dan meningkatkan loyalitas konsumen. Namun, dampak ini belum sepenuhnya optimal karena kurangnya sosialisasi dan transparansi dalam pelaporan CSR.

Penelitian tentang faktor penentu tanggung jawab sosial perusahaan penting dengan sendirinya, tetapi lebih dari itu penelitian ini sangat menarik karena potensinya untuk menambah dialog tentang hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dan kinerja keuangan.

Motivasi untuk upaya tanggung jawab sosial perusahaan dapat memengaruhi hubungan antara upaya tanggung jawab sosial perusahaan dan kinerja perusahaan. Misalnya, jika insentif adalah untuk masyarakat dan bukan pemegang saham, orang dapat memprediksi bahwa tidak ada hubungan yang signifikan pada kinerja masa depan perusahaan karena tanggung jawab sosial perusahaan merampas sumber daya perusahaan) (Moser & Martin, 2012a). Jika tanggung jawab sosial perusahaan merupakan biaya masuk pasar, kemungkinan besar juga hanya sedikit keuntungan dari tanggung jawab sosial perusahaan.

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan bagian dari strategi kompetitif, perusahaan yang

menjalankan strategi secara efektif akan mengalami hubungan yang positif (Flammer, 2015). Oleh karena itu, memahami apa yang dapat menambah konteks hal ini. Penelitian lebih lanjut tentang peran akuntan dalam mendorong aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan. Karena akuntan membantu memilih indikator kinerja tanggung jawab sosial perusahaan yang utama, menyiapkan laporan tanggung jawab sosial perusahaan, dan memberikan jaminan tanggung jawab sosial perusahaan

Hal ini memberikan jalan bagi akuntan untuk secara langsung dan tidak langsung memengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan. Peran ini menarik karena menunjukkan pengaruh yang tidak diinginkan: akuntan dilibatkan dalam persiapan dan jaminan laporan, misalnya, tetapi mereka tidak selalu diharapkan untuk membantu membuat pilihan strategi tanggung jawab sosial perusahaan. Sejauh akuntan memengaruhi strategi, kinerja, dan/atau pengeluaran tanggung jawab sosial perusahaan, mungkin ada pengaruh yang tidak diinginkan yang muncul melalui peran pengukuran, pelaporan, dan jaminan yang dimainkan oleh akuntan. Sejalan dengan hal tersebut, perusahaan mana yang mempekerjakan *chief sustainability officer* atau pejabat yang setara dan apa pengaruh yang dimiliki oleh *chief sustainability officer*?. Individu-individu yang bertanggung jawab untuk mengawasi upaya tanggung jawab sosial perusahaan, tetapi masih banyak yang belum diketahui (Miller & Serafeim, 2014). Para peneliti yang aktif di bidang ini harus berhati-hati untuk mengurangi kekhawatiran seleksi yang sering menyertai studi eksekutif seperti yang dijelaskan oleh (Tucker, 2019).

Faktor penentu atau motivasi untuk upaya tanggung jawab sosial perusahaan akan membantu menjawab pertanyaan

tentang perusahaan mana yang melakukan upaya yang berarti untuk bertanggung jawab secara sosial dan perusahaan mana yang berhasil mengembangkan reputasi yang bertanggung jawab secara sosial. Bukti tentang hubungan masukan/keluaran tanggung jawab sosial perusahaan akan bermanfaat dalam mengidentifikasi upaya tanggung jawab sosial perusahaan mana yang menghasilkan kinerja tanggung jawab sosial perusahaan yang kuat, yang berpotensi membantu perusahaan mengidentifikasi dan menggunakan keputusan alokasi sumber daya tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih efektif.

Altruisme perusahaan adalah pertanyaan alami yang muncul ketika mempertimbangkan motivasi untuk tanggung jawab sosial perusahaan. “Apakah ada motif altruistik untuk secara alami, yaitu, terlepas dari tuntutan pasar atau tuntutan pemangku kepentingan?”. “Perusahaan mana yang terlibat dalam tanggung jawab sosial perusahaan yang altruistik dan perusahaan mana yang terlibat dalam tanggung jawab sosial perusahaan sebagai hasil dari tuntutan pasar atau pemangku kepentingan?”

Setiap aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan yang menghasilkan pengembalian nol atau negatif adalah altruistic (Friedman, 1970). Namun, temuan tidak adanya keuntungan atau keuntungan negatif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan bukanlah bukti *ipso facto* altruisme perusahaan, karena tanggung jawab sosial perusahaan dapat dimotivasi oleh upaya yang gagal untuk meningkatkan laba. Demikian pula, tanggung jawab sosial perusahaan dapat dilihat sebagai norma sosial yang diperlukan meskipun ada biayanya. Memisahkan altruisme dari penjelasan alternatif ini sulit karena altruisme adalah konsep yang sangat sulit untuk

diukur. Altruisme manajerial dan hubungannya dengan tanggung jawab sosial perusahaan (Borghesi, Houston, & Naranjo, 2014). Altruisme manajerial dapat menjadi titik awal yang berguna untuk penelitian lebih lanjut di bidang ini.

Bidang terakhir penentu tanggung jawab sosial perusahaan yang memerlukan perhatian lebih lanjut adalah golongan perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial. Sementara beberapa penelitian telah mempelajari apa yang disebut perusahaan "berdosa" yang terlibat dalam industri kontroversial, yang sama menariknya adalah fakta bahwa dalam industri yang tidak kontroversial terdapat variasi yang luas dalam tanggung jawab sosial perusahaan (Kim & Venkatachalam, 2011). “Apa yang memungkinkan atau memotivasi perusahaan tertentu untuk tidak bertanggung jawab secara sosial?”. “Faktor-faktor apa yang menciptakan norma sosial yang berbeda untuk perusahaan-perusahaan ini, atau, jika tidak ada standar yang berbeda, berapa biaya yang mereka bayar karena mengabaikan norma-norma sosial?”.

Tanggung jawab sosial perusahaan dan kinerja keuangan.

Teori pemegang saham menyatakan bahwa manajer harus bertindak demi kepentingan pemegang saham; dengan demikian, agar dapat dibenarkan, tanggung jawab sosial perusahaan pada akhirnya harus menguntungkan pemegang saham. Teori ini tampaknya bertentangan dengan tanggung jawab sosial perusahaan, yang seolah-olah merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan non-pemegang saham. Selain itu, biaya dan manfaat tanggung jawab sosial perusahaan sulit diidentifikasi secara meyakinkan. Namun, bukti menunjukkan bahwa manfaat pemangku kepentingan dan pemegang saham tidak selalu bertentangan karena tanggung

jawab sosial perusahaan dapat meningkatkan reputasi, merek, dan kepercayaan perusahaan, menarik pelanggan dan karyawan, dan pada akhirnya meningkatkan profitabilitas dan nilai perusahaan (Jones, 1995; Porter & Kramer, 2011). Akibatnya, bahkan upaya tanggung jawab sosial perusahaan yang mengatasi masalah etika atau filantropis dapat memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dan ukuran kinerja keuangan berbasis akuntansi atau berbasis pasar (Margolis, Elfenbein, & Walsh, 2011). Mereka menyimpulkan bahwa ada hubungan positif kecil antara tanggung jawab sosial perusahaan dan kinerja keuangan dan bahwa ukuran hubungan ini telah menjadi lebih kecil dalam beberapa tahun terakhir, yang dapat menjadi efek nyata atau hanya hasil dari perbaikan dalam metodologi. Lebih jauh, bukti tidak secara universal mendukung hubungan ini.

Satu isu utama yang perlu dipertimbangkan dalam studi tentang tanggung jawab sosial perusahaan dan kinerja keuangan adalah kausalitas terbalik; yaitu, tanggung jawab sosial perusahaan merupakan produk dari kinerja keuangan (Hong, Kubik, & Scheinkman, 2012). Lys, Naughton, dan Wang (2014) menyelidiki kemungkinan ini dengan menguraikan tanggung jawab sosial perusahaan menjadi dua komponen untuk mengidentifikasi apakah tanggung jawab sosial perusahaan merupakan investasi atau sinyal. Mereka mulai dengan menunjukkan bukti hubungan positif antara tanggung jawab sosial perusahaan dan laba masa depan serta arus kas dari operasi, yang menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan bukan sekadar amal. Mereka tidak menemukan hubungan yang signifikan secara statistik antara tanggung jawab sosial

perusahaan dan pengembalian saham. Mereka kemudian menunjukkan bahwa hubungan positif antara tanggung jawab sosial perusahaan dan kinerja laba didorong oleh penyimpangan dari yang diharapkan. Adanya konsistensi antara manajer meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan untuk memberi sinyal informasi pribadi mereka tentang kinerja keuangan masa depan yang diharapkan, tetapi Lys et al. (2014) berpendapat bahwa efek ini telah disalahartikan oleh studi sebelumnya sebagai bukti efek positif tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kinerja keuangan. Dengan kata lain, hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dan kinerja keuangan tidak bersifat kausal.

Pembahasan

Temuan penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang implementasi CSR dan dampaknya terhadap citra perusahaan. Berikut adalah pembahasan yang relevan dengan temuan tersebut:

Persepsi Stakeholder yang Beragam.

Perbedaan persepsi antara manajemen, karyawan, dan masyarakat menunjukkan bahwa CSR perlu dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan dan harapan semua pihak. Hal ini sejalan dengan pendekatan stakeholder dalam manajemen strategis (Freeman, 1984), yang menekankan pentingnya melibatkan semua pihak terkait dalam pengambilan keputusan.

Kendala dalam Implementasi CSR.

Kendala yang dihadapi dalam implementasi CSR, seperti keterbatasan anggaran dan koordinasi, mengindikasikan perlunya perbaikan dalam manajemen internal perusahaan. Penelitian oleh Carroll & Shabana (2010) juga menyoroti bahwa keberhasilan CSR sangat bergantung pada komitmen dan koordinasi yang kuat dari semua level organisasi.

Dampak CSR terhadap Citra Perusahaan.

Dampak positif CSR terhadap citra perusahaan menunjukkan bahwa CSR dapat menjadi alat strategis untuk membangun reputasi dan kepercayaan publik. Namun, kurangnya transparansi dan sosialisasi dapat mengurangi efektivitasnya. Gray (2006) menekankan pentingnya pelaporan yang akurat dan transparan untuk memastikan bahwa dampak CSR dapat diukur dan dipertanggungjawabkan.

Rekomendasi untuk Penelitian Lanjutan.

Temuan ini juga membuka ruang untuk penelitian lanjutan, terutama dalam mengembangkan metode pengukuran dampak CSR yang lebih komprehensif dan inklusif. Selain itu, penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi strategi untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program CSR.

Arah untuk penelitian masa depan.

Meskipun ada banyak bukti tentang hubungan tanggung jawab sosial perusahaan dan kinerja keuangan, hasilnya beragam, sehingga sulit untuk menarik kesimpulan yang pasti. Inti masalahnya adalah apakah perusahaan berhasil karena mereka bertanggung jawab secara sosial atau apakah tanggung jawab sosial perusahaan hanyalah sesuatu yang dilakukan oleh perusahaan yang sukses. Masalah ini adalah masalah endogenitas klasik. Peneliti akuntansi terbiasa menjawab pertanyaan rumit di mana terdapat endogenitas antara kinerja keuangan dan konstruk yang diminati.

Secara khusus, mempelajari laba merupakan cara yang menjanjikan untuk mulai menjawab pertanyaan tanggung jawab sosial perusahaan-kinerja keuangan karena hal ini menghindari penggunaan persepsi pasar sebagai ukuran kinerja seperti dalam studi yang menggunakan nilai perusahaan atau

pengembalian saham. Bahkan jika beberapa pelaku pasar menilai tanggung jawab sosial perusahaan dengan tepat, pelaku lain mungkin menilai tanggung jawab sosial perusahaan secara tidak semestinya, sehingga mendistorsi hubungan tersebut (Moser & Martin, 2012b).

Pengukuran yang cermat atas biaya dan pengembalian tanggung jawab sosial perusahaan diperlukan untuk analisis konklusif tentang hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dan kinerja keuangan. Kedua pengukuran ini sulit, oleh karena itu pertanyaan tersebut memiliki sejarah yang panjang. Peneliti akuntansi dapat menggunakan keahlian pengukuran mereka untuk memberikan bukti yang lebih pasti tentang pertanyaan ini dan pertanyaan lain yang bergantung pada pengukuran yang tepat atas biaya dan hasil.

Dengan mengalihkan sumber daya perusahaan ke pemangku kepentingan non-pemegang saham. Pertanyaan penting adalah apa yang diterima perusahaan sebagai imbalan atas pengalihan ini. Di satu sisi, sentimen positif yang diperoleh perusahaan dengan terlibat dalam tanggung jawab sosial perusahaan dapat menghasilkan keuntungan bagi pemegang saham dalam bentuk peningkatan penjualan, laba, dan harga saham. Di sisi lain, pengalihan sumber daya dari perusahaan dan pemegang sahamnya tampaknya merupakan perampasan kekayaan pemegang saham. Pengalihan ini dapat membahayakan umur panjang perusahaan. Untuk membatasi dampak negatif dari menggunakan sumber daya yang tersedia. Perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial mengurangi pembayaran pajak mereka ketika kinerja laba lemah (Watson, 2015).

Temuan ini konsisten dengan gagasan bahwa pengalihan sumber daya

perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial kepada non-pemegang saham bervariasi tergantung pada ketersediaan sumber daya; namun, penelitian di masa mendatang dapat mengeksplorasi pertanyaan ini lebih jauh. Beberapa cendekiawan memandang tanggung jawab sosial perusahaan sebagai pengeluaran inti dan bukan pengeluaran yang bersifat diskresioner, yang menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan diperlukan bahkan dalam kondisi sumber daya yang terbatas (Ballou, Casey, Grenier, & Heitge, 2011). Sejumlah pertanyaan terkait dapat menarik untuk ditelusuri bagaimana perusahaan mengambil alih sumber daya sambil tetap bertahan.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Berimplikasi Penting Bagi Akademisi Akuntansi

Tanggung jawab sosial perusahaan memiliki implikasi penting bagi akademisi akuntansi, terutama dalam pengembangan akuntansi berkelanjutan dan pelaporan keuangan yang transparan. Akademisi akuntansi berperan dalam mengembangkan kerangka kerja, metodologi, dan standar akuntansi yang relevan untuk mengukur, melaporkan, dan mengevaluasi dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas perusahaan.

Peran Akademisi Akuntansi dalam tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengembangan Kerangka Kerja Akuntansi

Akademisi akuntansi berkontribusi dalam merancang kerangka kerja akuntansi yang komprehensif untuk tanggung jawab sosial perusahaan, termasuk akuntansi sosial dan lingkungan. Ini melibatkan pengembangan konsep, prinsip, dan metode pengukuran yang relevan untuk menilai dampak sosial dan lingkungan dari operasi perusahaan. Standar

Pelaporan Keuangan

Akademisi akuntansi berperan dalam mengembangkan standar pelaporan keuangan yang memasukkan informasi tentang kinerja sosial dan lingkungan perusahaan. Hal ini mencakup pelaporan terpisah (misalnya, laporan keberlanjutan) atau pengintegrasian informasi tanggung jawab sosial perusahaan ke dalam laporan keuangan utama.

Penelitian dan Pengembangan

Akademisi akuntansi melakukan penelitian untuk mengidentifikasi praktik terbaik dalam akuntansi tanggung jawab sosial perusahaan, mengevaluasi efektivitas berbagai inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan, dan memberikan rekomendasi untuk perbaikan.

Pendidikan dan Pelatihan

Akademisi akuntansi berperan dalam mendidik mahasiswa dan profesional akuntansi tentang pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan dan bagaimana menerapkan prinsip-prinsip akuntansi tanggung jawab sosial perusahaan dalam praktik.

Penyediaan Informasi yang Relevan

Akademisi akuntansi membantu perusahaan dalam menyediakan informasi yang relevan dan andal tentang kinerja sosial dan lingkungan mereka kepada pemangku kepentingan.

Faktor-Faktor Yang Menentukan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Meskipun hal ini sangat populer, masih terdapat variasi signifikan dalam tingkat kegiatan di seluruh maupun di dalam industri (Cuganesan, Guthri, & Ward, 2010). Upaya pemangku kepentingan. Sebagian dari motivasi manajer untuk tanggung jawab sosial perusahaan bersifat intrinsik. Hasil dari wawancara empat industrialis terkemuka dan menemukan bahwa orientasi filosofis, agama, dan akuntabilitas pribadi manajer dapat membentuk orientasi tanggung

jawab sosial perusahaan perusahaan mereka (Parker, 2014).

CSR berfungsi ganda sebagai investasi sosial yang memberikan manfaat simbiosis. Program yang terintegrasi dengan *core business*, pelatihan keterampilan oleh perusahaan cenderung lebih *sustainable* dibanding bantuan filantropi satu arah.

Kesimpulan

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi tema-tema utama terkait implementasi CSR dan dampaknya terhadap citra perusahaan. Temuan ini memberikan kontribusi penting bagi pemahaman tentang CSR dalam konteks lokal, serta rekomendasi bagi perusahaan untuk meningkatkan efektivitas program CSR mereka. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan analisis tematik, penelitian ini berhasil menjawab pertanyaan penelitian secara eksploratif, meskipun masih diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mencapai kesimpulan yang lebih konklusif.

Tanggung jawab sosial perusahaan bersifat multidimensi dan tidak dapat dipisahkan dari bagian lain model bisnis perusahaan dan menunjukkan kegunaan dan manfaatnya. Beberapa penelitian tentang tanggung jawab sosial perusahaan telah menjadi semakin populer di kalangan akademisi akuntansi selama kurang lebih dua dekade terakhir, penelitian tentang tanggung jawab sosial perusahaan juga semakin lazim di kalangan praktisi bisnis untuk memasukkan tanggung jawab sosial perusahaan ke dalam strategi bisnis yang lebih luas guna menghasilkan keunggulan kompetitif bagi perusahaan yang sukses. Hal ini, tentu saja, merupakan pedang bermata dua. Karena hal ini merupakan bagian dari model bisnis, sulit untuk memisahkan keputusan terkait tanggung jawab sosial

perusahaan dari keputusan bisnis lainnya.

Hal ini menimbulkan tantangan pengukuran dan verifikasi; namun, mengingat bahwa tantangan pada dasarnya merupakan peluang penelitian, jalan yang bermanfaat untuk penelitian masa depan yang berfokus pada pengukuran aktivitas ini. Dengan cara saling menguntungkan akan terus dijalankan, bersama dengan kerangka pelaporan dan pengungkapan inisiatif pelaporan global, memberikan peluang yang sangat baik untuk mengkaji pengukuran dan menguji serta memperluas teori pengungkapan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ballou, Brian, Casey, Ryan J., Grenier, Jonathan H., & Heitge, Dan L. (2011). Exploring the Strategic Integration of Sustainability Initiatives: Opportunities for Accounting Research. *Accounting Horizons*, 26(2), 265–288. <https://doi.org/10.2308/acch-50088>
- Borghesi, Richard, Houston, Joel F., & Naranjo, Andy. (2014). Corporate socially responsible investments: CEO altruism, reputation, and shareholder interests. *Journal of Corporate Finance* Volume 26, June 2014, Pages 164-181, 26(6), 164–181. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2014.03.008>
- Bouten, Lies, & Hoozée, Sophie. (2013). On the interplay between environmental reporting and management accounting change. *Management Accounting Research*, 24(4), 333–348. <https://doi.org/10.1016/j.mar.2013.06.005>
- Carroll, Archie B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business*

- Horizons*, 34(4), 39–48.
[https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Carroll, Archie B., & Shabana, Kareem M. (2010). The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice. *International Journal Of Management Reviews*, 12(1), 85–105.
<https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x>
- Contrafatto, Massimo. (2014). The institutionalization of social and environmental reporting: An Italian narrative. *Accounting, Organizations and Society*, 39(6), 414–432.
<https://doi.org/10.1016/j.aos.2014.01.002>
- Contrafatto, Massimo, & Burns, John. (2013). Social and environmental accounting, organisational change and management accounting: A processual view. *Management Accounting Research*, 24(4), 349–365.
<https://doi.org/10.1016/j.mar.2013.10.004>
- Cuganesan, Suresh, Guthri, James, & Ward, Leanne. (2010). Examining CSR disclosure strategies within the Australian food and beverage industry. *Accounting Forum*, 34(3), 169–183.
<https://doi.org/10.1016/j.accfor.2010.07.001>
- Elhauge, E. (2005). Sacrificing corporate profits in the public interest. *New York University Law Review*, 80(3), 733–869.
- Elkington, John. (1998). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business (The Conscientious Commerce Series)* (1st, ed.). New Society Publishers.
- Flammer, Caroline. (2015). Does product market competition foster corporate social responsibility? Evidence from trade liberalization. *Strategic Management Journal* 107–125, 36(10), 1469–1485.
<https://doi.org/10.1002/smj.2307>
- Freeman, R. Edward. (2010). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge University Press.
- Friedman, Milton. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*, 173–178. Retrieved from https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-540-70818-6_14
- Gray, Rob. (2006). Social, Environmental and Sustainability Reporting and Organisational Value Creation? Whose Value? Whose Creation? *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 19(6), 793–819.
<https://doi.org/10.1108/09513570610709872>
- Gray, Rob. (2010). Is accounting for sustainability actually accounting for sustainability...and how would we know? An exploration of narratives of organisations and the planet. *Accounting, Organizations and Society*, 35(1), 47–62.
<https://doi.org/10.1016/j.aos.2009.04.006>
- Huang, Xiaobei Beryl, & Watson, Luke. (2015). Corporate social responsibility research in accounting. *Elsevier Journal of Accounting Literature*, 34, 1–16.
<https://doi.org/10.1016/j.acclit.2015.03.001>
- Jones, Thomas M. (1995). Instrumental stakeholder theory: A synthesis of ethics and economics. *The Academy of Management Review*, 20(2), 404–437.
<https://doi.org/10.2307/258852>
- Kim, Irene, & Venkatachalam, Mohan. (2011). Are sin stocks paying the price for accounting sins? *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 26(2), 415–442.
<https://doi.org/10.1177/0148558X1140122>
- Margolis, Joshua D., Elfenbein, Hillary Anger, & Walsh, James P. (2011). Does it pay to be good? A meta-analysis and redirection of research on the relation

- between corporate social and financial performance. *Working Paper*, 1–68. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1866371>
- Martin, Patrick R., & Moser, Donald V. (2017). Managers' green investment disclosures and investors' reaction. *Journal of Accounting and Economics*, 61(1), 239–254. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2015.08.004>
- McWilliams, Abigail, & Siegel, Donald S. (2001). Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective. *Academy of Management Review*, 26(1), 117–127. <https://doi.org/10.5465/AMR.2001.4011987>
- Miller, Kathleen Perkins, & Serafeim, George. (2014). Chief Sustainability Officers: Who Are They and What Do They Do? In *Leading Sustainable Change* (p. 22). <https://doi.org/DOI:10.2139/ssrn.2411976>
- Moser, Donald V., & Martin, Patrick R. (2012a). A Broader Perspective on Corporate Social Responsibility Research in Accounting. *The Accounting Review*, 87(3), 797–806. <https://doi.org/10.2308/accr-10257>
- Moser, Donald V., & Martin, Patrick R. (2012b). A Broader Perspective on Corporate Social Responsibility Research in Accounting. *The Accounting Review*, 87(3), 797–806. <https://doi.org/10.2308/accr-50139>
- Munawar, Zen. (2016). Research developments in the field neurocomputing. *Proceedings of 2016 4th International Conference on Cyber and IT Service Management, CITSM 2016*, (59), 1–6. <https://doi.org/10.1109/CITSM.2016.7577524>
- Munawar, Zen. (2023). *Konsep Dasar Teori Organisasi* (1st ed.). Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Munawar, Zen. (2025). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Indie Press.
- Munawar, Zen, Rustiyana, Herdiana, Yudi, & Putri, Novianti Indah. (2021). Sistem Rekomendasi Hibrid Menggunakan Algoritma Apriori Mining Asosiasi. *TEMATIK - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 8(1), 69–80. <https://doi.org/10.38204/tematik.v8i1.567>
- Parker, Lee D. (2014). Corporate social accountability through action: Contemporary insights from British industrial pioneers. *Accounting, Organizations and Society*, 34(8), 632–659. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2014.10.001>
- Pedersen, Esben Rahbek. (2006). Making Corporate Social Responsibility (CSR) Operable: How Companies Translate Stakeholder Dialogue into Practice. *Business and Society Review*, 111(2), 137–163. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8594.2006.00265.x>
- Pondeville, Sophie, Swaen, Valérie, & Rongé, Yves De. (2013). Environmental management control systems: The role of contextual and strategic factors. *Management Accounting Research*, 24(4), 317–332. <https://doi.org/10.1016/j.mar.2013.06.007>
- Porter, Michael E., & Kramer, Mark R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(2), 62–77.
- Rodrigue, Michelle, Magnan, Michel, & Boulianne, Emilio. (2013). Stakeholders' influence on environmental strategy and performance indicators: A managerial perspective. *Management Accounting Research*, 24(4), 301–316. <https://doi.org/10.1016/j.mar.2013.06.004>
- Simnett, Roger. (2015). CSR and Assurance Services: A Research

Agenda. *Auditing A Journal of Practice & Theory*, 34(1), 59–74. <https://doi.org/10.2308/ajpt-50876>
Tucker, Jenny. (2019). Selection Bias and Econometric Remedies in Accounting and Finance Research. *Journal of Accounting Literature*, 29, 31–57. Retrieved from

<https://ssrn.vom/abstract=1756911>
Watson, Luke. (2015). Corporate Social Responsibility, Tax Avoidance, and Earnings Performance. *Journal of the American Taxation Association*, 37(2), 1–21. <https://doi.org/10.2308/atax-51022>

Copyright holder:

Mira Ismirani Fudsyi, Herru Soerjono, Sakti Muda Nasution, Zen Munawar, Dewi Reniawati (2025)

First publication right:

JRAK: Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis (e-journal)

This article is licensed under:

