

PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN, DEWAN KOMISARIS, LEVERAGE, DAN POLITICAL VISIBILITY TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DI INDONESIA

Amaryllia Sari Kartika, Etna Nur Afri Yuyetta¹

Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro

ABSTRACT

This study aims to test the factors that can affect corporate social responsibility disclosure. The dependent variable of this study is corporate social responsibility which is measured using GRI G-4 Standard. The independent variables of this study are environmental performance, the board of commissioner, leverage, and political visibility. Political visibility variable is proxied by company size and industry type. The population of this study are all of the manufacture companies listed in Indonesia Stock Exchange (BEI) in 2016-2018. This study used purposive sampling method. Total samples are 99 companies. The research model was tested using multiple regression.

The result of analysis showed that the environmental performance, the board of commissioner, and company size which is a proxy of political visibility have significant impact on corporate social responsibility disclosure, while leverage and industry type which is a proxy of political visibility did not significantly affect the corporate social responsibility disclosure.

Keywords: environmental performance, the board of commissioner, leverage, political visibility

PENDAHULUAN

Sebagai negara berkembang, kegiatan industri di Indonesia dilakukan untuk membangun perekonomian negara. Sektor yang diandalkan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi salah satunya adalah sektor manufaktur (Lestari dan Isnina, 2017). Dalam mengatasi dampak operasi perusahaan, Indonesia menerapkan kebijakan berkaitan dengan pengelolaan lingkungan. Perintah pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) dalam upaya melindungi dan mengelola lingkungan dimuat dalam Undang-Undang No. 32 Tahun 2009. Pembangunan berkelanjutan tidak dapat dipisahkan dengan pelaksanaan tanggung jawab sosial, faktor ekonomi bukan satu-satunya yang diperhatikan dalam melaksanakan kegiatan perusahaan, terdapat faktor sosial dan lingkungan yang ikut dipertimbangkan (Harahap, 2010). Krisna dan Suhardianto (2016) menjelaskan bahwa pelaksanaan CSR sebagai bentuk investasi perusahaan untuk menjaga citra yang baik bagi masyarakat sekaligus bermanfaat untuk mempertahankan legitimasi sehingga perusahaan memiliki keberlanjutan usaha yang baik.

Penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* seringkali dilakukan. Riset tersebut menunjukkan hasil yang masih sangat beragam dan belum konsisten, sehingga menarik untuk dibahas lebih dalam. Menurut Suhardjanto, 2010 (dalam Prasista, 2016) penelitian yang membahas tentang pengungkapan lingkungan hidup (*environmental disclosure*) telah meningkat selama 4 dekade terakhir, namun masih banyak hal yang perlu dikembangkan lagi dikarenakan dampak dari operasi perusahaan yang berpengaruh pada masyarakat dan kelestarian lingkungan hidup disekitar perusahaan beroperasi. Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Pelaksanaan CSR dilandasi oleh teori legitimasi dan teori agensi. Pengungkapan CSR memiliki peranan penting pada era modern ditengah perkembangan industri dari berbagai sektor. Industri-industri tersebut berkembang pesat berdampingan dengan kehidupan masyarakat, maka

¹ Corresponding author

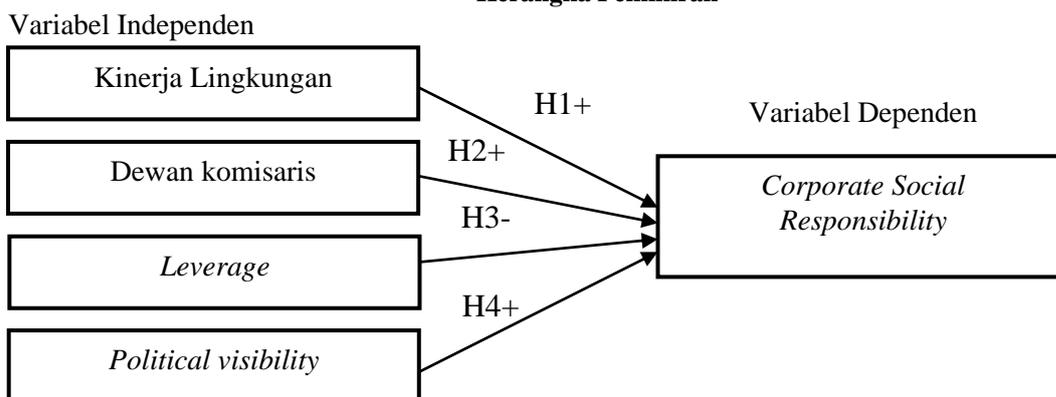
sebagai bentuk perhatian terhadap masyarakat sekaligus lingkungan, perusahaan menyelenggarakan *corporate social responsibility* dalam berbagai bentuk aktivitas sosial. Teori legitimasi menyatakan bahwa pelaksanaan CSR dapat meningkatkan *image* perusahaan di mata masyarakat. Ketika perusahaan memiliki citra yang baik, maka perusahaan akan memperoleh pengakuan (*legitimate*) dari masyarakat sekitar. Dalam penelitian Ghazali dan Chariri (2007) disebutkan bahwa untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat atas operasi yang dilakukan perusahaan, aktivitas berdasarkan lingkungan dan hal yang berkaitan dengan pelaporan informasi atas lingkungan cenderung akan digunakan oleh perusahaan. Citra yang baik dari masyarakat sekitar akan diperoleh perusahaan yang mampu menunjukkan keseriusannya terhadap lingkungan.

Pelaksanaan tanggung jawab sosial semakin diperhatikan oleh masyarakat. Terdapat potensi masalah yang akan timbul apabila perusahaan tidak melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Masalah tersebut terkait dengan munculnya konflik agensi. Teori agensi menjelaskan mengenai adanya hubungan kontrak yang perlu diperhatikan guna meminimalisir terjadinya konflik. Terjadinya konflik agensi dapat diminimalisir dengan pengawasan yang efektif dari dewan komisaris. Pengawasan dilakukan terhadap kebijakan direksi, agar informasi perusahaan diungkapkan secara transparan. Salah satunya adalah pengungkapan mengenai CSR. Pengungkapan CSR akan dilakukan lebih luas dibawah pengawasan dewan komisaris sehingga masyarakat mendapatkan informasi yang cukup terkait pengelolaan lingkungan sekitar.

Berkaitan dengan hubungan perusahaan dengan kreditur, tingkat *leverage* pun dapat mempengaruhi perilaku manajemen perusahaan. Hal ini juga dijelaskan dalam teori agensi. perhatian dari *debtholders* terhadap tingginya *leverage* dapat dihindarkan. Tingkat *leverage* yang tinggi dapat mengakibatkan manajemen melakukan pengurangan informasi dalam pengungkapan *corporate social responsibility* untuk memaksimalkan pendapatan sehingga perhatian dari *debtholders* terhadap tingginya *leverage* dapat dihindarkan.

Teori agensi juga menjelaskan mengenai pengaruh *political visibility* terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan tidak dapat terhindar dari biaya-biaya terkait aspek politik. *Political visibility* disebut sebagai tambahan biaya bagi organisasi berkaitan dengan adanya sensitivitas politik. *Political visibility* yang tinggi membuat perusahaan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosialnya dalam rangka menghadapi adanya tuntutan dari masyarakat dan lingkungan sekitar. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh kinerja lingkungan, dewan komisaris, *leverage*, dan *political visibility* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Pada gambar 1 menunjukkan kerangka pemikiran mengenai hubungan di antara variabel dalam riset yang dilakukan.

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan CSR

Teori legitimasi adalah teori yang mendasari hubungan berkaitan dengan kinerja lingkungan dan CSR. Adanya batasan berdasarkan norma dan nilai sosial dalam melaksanakan aktivitas perusahaan sehingga perhatian pada lingkungan menjadi penting (Ghazali dan Chariri,

2007). Dengan memperhatikan *environmental performance* perusahaan percaya bahwa pelaku pasar akan memaknai hal tersebut sebagai *good news* (Verrecchia, 1983 dalam Suratno, *et al.* 2006). Hal ini dapat membentuk *image* perusahaan yang baik dimata masyarakat.

Dalam riset yang dilakukan oleh Al-Tuwaijri, *et al.* (2004) dan Suratno, *et al.* (2006) memperoleh hasil bahwa terdapat hubungan positif signifikan dari pengaruh kinerja lingkungan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sejalan dengan penelitian sebelumnya, penelitian Rakhiemah dan Agustia (2012) juga menemukan pengaruh positif signifikan dimiliki oleh kinerja lingkungan pada pengungkapan CSR. Pernyataan tersebut semakin menegaskan pengaruh kinerja lingkungan pada *Corporate Social Responsibility*. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan CSR

Teori agensi mengungkapkan bahwa terdapat hubungan antara *shareholder* dan pemangku kepentingan lainnya dengan manajemen perusahaan. Wakil dari *shareholder* dan *stakeholder* perusahaan merupakan wewenang dewan komisaris. Tugasnya adalah melakukan pengawasan dan pengarahan atas kebijakan direksi di perusahaan. Pengawasan atas kinerja direksi dalam mengelola perusahaan dapat semakin kuat jika jumlah dewan komisaris besar. Sembiring (2006) menjelaskan mengenai pengendalian dan pengawasan CEO dapat semakin efektif apabila jumlah anggota dewan komisaris semakin banyak.

Penelitian Khadifa (2014) tidak menemukan adanya pengaruh jumlah dewan komisaris pada pengungkapan CSR, namun riset oleh Pradnyani dan Sisdyani (2015) menerangkan tentang pengaruh antara variabel adalah positif signifikan. Hal itu menggambarkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* dapat diungkapkan secara luas jika jumlah dewan komisaris semakin besar. Berdasarkan penjelasan diatas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan CSR

Hubungan *leverage* dan *corporate social responsibility* dijelaskan dalam teori agensi. Teori agensi menerangkan bahwa perusahaan akan berupaya untuk menjaga hubungan kontraknya dengan kreditor. Ketika perusahaan memiliki tingkat *leverage* yang tinggi, maka dapat menimbulkan keraguan bagi *debtholders*. Persentase tingginya *leverage* dapat menggambarkan seberapa besar ketergantungan suatu perusahaan pada hutang yang bisa menimbulkan risiko atas kelangsungan usaha perusahaan. Ramdhaningsih (2013) mengungkapkan bila posisi hutang yang tinggi diartikan sebagai kemunduran karena akan berdampak pada eksistensi dan meningkatkan risiko terjadinya *distress* pada perusahaan yang akan mendorong penurunan pada kegiatan *corporate social responsibility*.

Penelitian oleh Ramdhaningsih (2013) menemukan pengaruh yang negatif diantara besarnya tingkat *leverage* dengan *corporate social responsibility* yang diungkapkan. Sejalan dengan riset yang diselesaikan oleh Nur dan Priantinah (2012) yang menemukan pengaruh negatif atas *leverage* dengan *corporate social responsibility* yang diungkapkan sebuah perusahaan. Berdasarkan uraian penjelasan diatas, maka diajukan sebuah hipotesis sebagai berikut :

H3: Leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Political Visibility terhadap Pengungkapan CSR

Hubungan antara *political visibility* yang berkaitan dengan pelaporan *corporate social responsibility* dijelaskan pada teori agensi. *Political visibility* merupakan biaya yang dikeluarkan berhubungan dengan aspek politik dalam *corporate social responsibility*. Pelaporan mengenai tanggung jawab sosial akan cenderung diperluas oleh perusahaan, hal itu dilakukan sebagai tanggapan perusahaan terhadap sensitivitas politis yang timbul. Dalam menganalisis pengaruh *political visibility* terhadap CSR menggunakan proksi ukuran perusahaan dan tipe industri. Pengaruh dari ukuran perusahaan pada pelaporan tanggung jawab sosial dilandasi oleh teori legitimasi. Ukuran perusahaan (*size*) yakni pengukuran untuk dapat mengetahui besar atau kecil

suatu organisasi yang akan berpengaruh pada seberapa besar tuntutan masyarakat terhadap perusahaan. Suhendah dan Haryanto (2014) menerangkan bahwa besar atau kecilnya visibilitas politik suatu perusahaan dapat diketahui berdasarkan ukuran perusahaan (*size*). Dengan demikian, ukuran perusahaan digunakan sebagai proksi untuk menentukan pengaruh dari *political visibility* terhadap tanggung jawab sosial yang diungkapkan.

Perusahaan dengan ukuran yang besar cenderung berusaha memaksimalkan aktivitas dan pengungkapan CSR. Hal ini dilakukan untuk memberikan informasi secara transparan sehingga perusahaan dapat mengatasi sensitivitas politik yang muncul. Dengan begitu, perusahaan akan memperoleh legitimasi atau pengakuan dari masyarakat sehingga kelangsungan usaha terjamin. Riset mengenai adanya keterkaitan yang signifikan antara CSR dan *political visibility* diproksikan dengan ukuran perusahaan yaitu dilakukan oleh Gray, *et al.* (2000). Berbeda dengan penelitian sebelumnya, Anggraini (2006) gagal membuktikan adanya pengaruh signifikan antara variabel tersebut. Berdasarkan uraian di atas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4a: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Teori legitimasi menjadi dasar hubungan antara tipe industri yang digunakan sebagai proksi dari *political visibility* terhadap pengaruhnya dalam pengungkapan tanggung jawab sosial. Roberts (1992) menyebutkan tipe industri *high-profile* suatu perusahaan merupakan gambaran bahwa tingkat risiko politis, visibilitas konsumen, dan persaingan yang tinggi. Tipe perusahaan dengan pengungkapan CSR memiliki hubungan sistematis dengan adanya dampak operasi perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan (Sembiring, 2006). Oleh karena itu, tipe industri digunakan sebagai proksi dari *political visibility*.

Organisasi yang tergolong dalam tipe industri *high-profile* kemungkinan besar akan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya secara luas. Pengungkapan tersebut bertujuan agar kesan yang baik dimata masyarakat dapat terjaga. Apabila perusahaan memiliki citra yang baik, maka akan mendapatkan dukungan dari masyarakat. Riset dari Sembiring (2006) dan Anggraini (2006) telah menyimpulkan bahwa tipe industri berpengaruh positif pada CSR perusahaan. Akan tetapi, riset dari Karina (2013) mendapati bahwa tipe industri terhadap tanggung jawab sosial perusahaan tidak berpengaruh.

H4b: Tipe industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Corporate social responsibility merupakan variabel dependen dalam penelitian ini yang diukur dengan menggunakan *content analysis*. Analisis dokumen dilakukan dengan memperhatikan hal-hal mengenai tanggung jawab sosial perusahaan yang diungkapkan berdasarkan standar GRI-G4 dengan total 91 item.

Variabel independen dalam penelitian yakni kinerja lingkungan, dewan komisaris, *leverage*, dan *political visibility*. Hasil dari kinerja lingkungan suatu perusahaan dapat diketahui melalui sistem dalam perusahaan tersebut berkaitan dengan pengelolaan lingkungan. Pengukuran kinerja lingkungan dapat dilihat melalui peringkat perusahaan dalam PROPER. Ukuran dewan komisaris dapat diketahui berdasarkan jumlah anggota dewan komisaris secara keseluruhan dalam suatu perusahaan. *Leverage* diukur dengan menganalisis seberapa penting penggunaan hutang sebuah perusahaan menggunakan besarnya persentase aset yang dimiliki perusahaan. Berkaitan dengan variabel *political visibility*, variabel ini diproksikan dengan ukuran perusahaan dan tipe industri. Dalam riset yang dilakukan, ukuran perusahaan diukur berdasarkan *log of total asset* yaitu *logaritma natural* (Ln) dari jumlah aset perusahaan secara keseluruhan. Pengukuran tipe industri dilakukan dengan menganalisis perusahaan sesuai kategori tipe industrinya menggunakan *dummy*, yakni memberikan skor 1 untuk sektor industri *high-profile* dan skor 0 untuk sektor industri *low-profile* pada setiap perusahaan.

Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebagai populasi penelitian, sementara sampel yang digunakan yaitu perusahaan manufaktur periode 1/01/2016 hingga 31/12/2018 yang terdaftar secara konsisten di BEI. Pemilihan sampel ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Tabel 1 merupakan rincian proses seleksi sampel dalam penelitian.

Tabel 1
Proses Seleksi Sampel dengan Kriteria

No.	Kriteria	Jumlah Sampel
1	Perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2016-2018	142
2	Perusahaan yang tidak terdaftar dalam PROPER 2016-2018	(88)
3	Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan dengan mata uang asing	(9)
4	Perusahaan yang tidak memiliki kelengkapan data pada periode 2016-2018	(12)
Jumlah sampel dalam penelitian		33
Jumlah data dalam tiga periode (33 x 3)		99

Metode Analisis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode analisis regresi berganda. *Software* dalam melakukan pengujian mengenai pengaruh atau hubungan antar variabel terikat dengan variabel bebas menggunakan SPSS versi 23. Pengujian mengenai pengaruh kinerja lingkungan, dewan komisaris, *leverage*, dan *political visibility* terhadap pelaporan *corporate social responsibility* dilakukan berdasarkan model persamaan regresi sebagai berikut:

$$CSR = \alpha + \beta_1 EP + \beta_2 DK - \beta_3 LEV + \beta_4 SIZE + \beta_5 TYPE + \varepsilon$$

Keterangan:

CSR = Pengungkapan CSR

α = Konstanta

β = Koefisien Variabel

EP = *Environmental Performance* (Kinerja Lingkungan)

DK = Dewan Komisaris

LEV = *Leverage*

SIZE = Ukuran Perusahaan

TYPE = Tipe Industri

ε = *Error Term*

HASIL PENELITIAN DAN INTERPRETASI

Tabel 2
Hasil Statistik Deskriptif

	Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
CSR	99	.04	.76	.1725	.01012	.10069
EP	99	2	4	3.16	.051	.509
DK	99	2	8	4.90	.170	1.687
LEV	99	.08	.92	.4294	.02012	.20014
SIZE	99	13.28	18.39	15.4176	.14888	1.48138
TYPE	99	0	1	.42	.050	.497
Valid N (listwise)	99					

Sumber : Hasil Output SPSS 23, data sekunder yang diolah 2020

Keterangan:

CSR = Pengungkapan CSR

EP = *Environmental Performance* (Kinerja Lingkungan)

DK = Dewan komisaris

LEV = *Leverage*

SIZE = Ukuran perusahaan

TYPE = Tipe industri

Tabel 2 memuat statistik deskriptif dari penelitian atas data yang digunakan sebagai sampel. Jumlah data dalam penelitian ini sebanyak 99 data. Variabel pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) bisa diketahui nilainya dengan menggunakan *content analysis* berdasarkan standar GRI-G4. Berdasarkan tabel 2, perusahaan manufaktur yang menjadi sampel penelitian memiliki nilai minimum sebesar 0,04 diperoleh dari PT Pania Indonesia Resources Tbk, dan nilai maksimum sebesar 0,76 yang didapatkan pada laporan keuangan PT Multi Bintang Indonesia Tbk. Nilai rata-rata CSR periode t sebesar 0,1725 selama periode 2016-2018. Item dalam kategori sosial merupakan item yang paling banyak diungkapkan, sedangkan item dalam kategori ekonomi adalah item yang paling sedikit diungkapkan dalam laporan tanggung jawab sosial.

Variabel kinerja lingkungan diukur dari prestasi perusahaan dalam program PROPER. Perusahaan manufaktur dalam penelitian ini mempunyai rata-rata EP periode t sebesar 3,16 selama periode 2016-2018 dengan deviasi standar 0,509. Variabel EP memiliki nilai deviasi standar yang lebih besar dari *mean*, hal ini berarti variabel kinerja lingkungan memiliki sebaran data yang luas. Nilai maksimum EP yaitu sebesar 4 yang berarti bahwa perusahaan telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan dalam proses produksi atau jasa. Nilai minimum EP sebesar 2 menunjukkan bahwa perusahaan telah berupaya melakukan pengelolaan lingkungan tetapi belum sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Variabel dewan komisaris diukur berdasarkan jumlah anggota dewan komisaris dalam perusahaan. Dari analisis frekuensi yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa proporsi dewan komisaris dengan anggota sebanyak 3 dan 5 orang merupakan jumlah yang paling banyak diterapkan pada perusahaan manufaktur dalam penelitian. Sedangkan, proporsi dewan komisaris dengan anggota sebanyak 2 orang adalah jumlah yang paling sedikit diterapkan pada perusahaan manufaktur dalam penelitian.

Variabel *leverage* diukur dengan cara membagi total hutang dengan total aktiva. Rata-rata LEV pada perusahaan yang menjadi sampel penelitian periode t sebesar 0,4294 selama periode

2016-2018 dengan deviasi standar 0,20014. Deviasi standar memiliki nilai yang lebih kecil dari *mean* yang berarti variabel *leverage* memiliki sebaran data yang sempit. Nilai maksimum LEV yaitu sebesar 0,92 dan nilai minimum LEV sebesar 0,08. Nilai tingkat *leverage* tertinggi adalah PT Panasia Indo Resources Tbk dan nilai tingkat *leverage* terendah adalah PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Tbk.

Penelitian ini menggunakan variabel *political visibility* yang diproksikan dengan ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan *log of total asset*. Perusahaan manufaktur dalam penelitian periode t memiliki rata-rata SIZE sebesar Rp 13.982.562,49 dan nilai deviasi standar sebesar 1.48138. Nilai minimum SIZE sebesar Rp586.941,00 dan nilai maksimum SIZE sebesar Rp96.537.796,00. Perusahaan yang memiliki nilai ukuran perusahaan rendah yaitu PT Panasia Indo Resources Tbk dan perusahaan yang memiliki nilai ukuran perusahaan tinggi yaitu PT Indofood Sukses Makmur Tbk.

Variabel *political visibility* dalam penelitian ini juga diproksikan menggunakan tipe industri. Perusahaan manufaktur dalam penelitian periode t memiliki rata-rata TYPE sebesar 0.42 dan deviasi standar sebesar 0.497. Nilai deviasi standar lebih besar dari nilai rata-rata, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tipe industri memiliki sebaran data yang luas. Sebanyak 42 perusahaan manufaktur yang ada dalam penelitian tergolong dalam tipe *high profile*. Dan perusahaan manufaktur yang termasuk kategori *low profile* yaitu sebanyak 57 perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dengan tipe *low profile* lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan tipe *high profile*.

Tabel 3
Hasil Statistik F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.114	5	.023	12.037	.000 ^b
	Residual	.155	82	.002		
	Total	.269	87			

a. Dependent Variable: CSRI

b. Predictors: (Constant), TYPE, EP, SIZE, LEV, DK

Sumber : Hasil Output SPSS 23, data sekunder yang diolah 2020

Hasil pengujian uji F pada tabel 3 menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih kecil dari nilai α (alfa) 1%, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kinerja lingkungan, dewan komisaris, *leverage*, dan *political visibility* yang diproksikan dengan ukuran perusahaan dan tipe industri memiliki pengaruh yang positif secara bersama-sama atau simutan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil uji statistik F menunjukkan bahwa H0 berhasil ditolak dan H1 diterima.

Tabel 4
Hasil Uji R-Square
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.651 ^a	.423	.388	.04350

a. Predictors: (Constant), TYPE, EP, SIZE, LEV, DK

b. Dependent Variable: CSRI

Sumber : Hasil Output SPSS 23, data sekunder yang diolah 2020

Tabel 4 menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,388. Hal ini berarti bahwa variabilitas dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu sebesar 39%.

Tabel 5
Hasil Uji Statistik t

		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized		Standardized				
		Coefficients		Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.167	.059		-2.828	.006		
	EP	.022	.011	.176	1.959	.054	.874	1.144
	DK	.006	.003	.184	1.945	.055	.789	1.267
	LEV	-.043	.026	-.153	-1.628	.107	.795	1.258
	SIZE	.017	.004	.446	4.664	.000	.771	1.297
	TYPE	-.035	.010	-.311	-3.333	.001	.807	1.239

a. Dependent Variable: CSR

Sumber : Hasil Output SPSS 23, data sekunder yang diolah 2020

Keterangan:

CSR = Pengungkapan CSR

EP = *Environmental Performance* (Kinerja Lingkungan)

DK = Dewan Komisaris

LEV = *Leverage*

SIZE = Ukuran Perusahaan

TYPE = Tipe Industri

Pada tabel 5 menunjukkan bahwa variabel EP, DK, SIZE, dan TYPE memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel CSR, sedangkan variabel LEV tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel CSR.

Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel 6
Hasil Pengujian Hipotesis

Persamaan	Variabel	Beta	T	Sig.
Model 1	(Constant)		-2,828	0,006
	EP	0,176	1,959	0,054*
	DK	0,184	1,945	0,055*
	LEV	-0,153	-1,628	0,107
	SIZE	0,446	4,664	0,000***
	TYPE	-0,311	-3,333	0,001**

Sumber : Hasil Output SPSS 23, data sekunder yang diolah 2020

Keterangan:

*** : Signifikansi 1%

** : Signifikansi 5%

* : Signifikansi 10%

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 6, berikut merupakan penjelasan mengenai hasil analisis terkait pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen:

1. Hipotesis satu (H1) menyatakan bahwa kinerja lingkungan (EP) berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Pengujian regresi berganda pada tabel 6 menunjukkan bahwa variabel kinerja lingkungan memiliki nilai beta 0,176 dan nilai t hitung sebesar 1,959 dengan signifikansi sebesar 0,054. Nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi $\alpha=10\%$ sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mendukung hipotesis satu (H1) karena pengaruh dari kinerja lingkungan adalah positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Hipotesis dua (H2) menyatakan bahwa dewan komisaris (DK) berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil pengujian ada tabel 6 menunjukkan bahwa variabel dewan komisaris (DK) memiliki nilai beta sebesar 0,184 dan nilai t hitung sebesar 1,945 dengan signifikansi sebesar 0,055. Nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi $\alpha=10\%$ sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menerima hipotesis dua (H2) karena pengaruh dari dewan komisaris adalah positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Hipotesis tiga (H3) menyatakan bahwa *leverage* (LEV) berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil pengujian ada tabel 6 menunjukkan bahwa variabel *leverage* (LEV) memiliki nilai beta sebesar -0,153 dan nilai t hitung sebesar -1,628 dengan signifikansi sebesar 0,107. Nilai signifikansi lebih besar dari tingkat signifikansi $\alpha=10\%$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh dari *leverage* adalah negatif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sehingga hipotesis tiga ditolak.
4. Hipotesis empat (H4) menyatakan bahwa *political visibility* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Variabel *political visibility* diprosikan oleh variabel ukuran perusahaan dan tipe industri.
 - a. Hipotesis empat a (H4a) menyatakan bahwa *political visibility* diprosikan oleh ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Pengujian regresi berganda pada tabel 6 menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan (SIZE) memiliki nilai beta 0,446 dan nilai t hitung sebesar 4,664 dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi $\alpha=1\%$ sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mendukung hipotesis empat a (H4a) karena pengaruh dari ukuran perusahaan adalah positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
 - b. Hipotesis empat b (H4b) menyatakan bahwa *political visibility* diprosikan oleh tipe industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Pengujian regresi berganda pada tabel 6 menunjukkan bahwa variabel tipe industri (TYPE) memiliki arah negatif dengan nilai beta -0,311 dan nilai t hitung sebesar -3,333, serta signifikansi sebesar 0,001. Nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi $\alpha=5\%$, namun hipotesis tidak dapat diterima karena variabel tipe industri memiliki nilai beta dengan arah yang negatif. Dengan demikian, hipotesis empat b (H4b) ditolak karena pengaruh dari tipe industri adalah negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Interpretasi Hasil

1. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility*

Kinerja lingkungan berpengaruh terhadap CSR. Kinerja lingkungan menunjukkan bentuk tanggung jawab atas lingkungan disekitar operasional perusahaan terhadap pihak

eksternal. Semakin bagus tingkat kinerja lingkungan suatu perusahaan maka cakupan pengungkapan CSRnya akan semakin luas. Apabila perusahaan melakukan pengungkapan CSR secara rinci maka masyarakat akan menerima kegiatan operasi perusahaan. Hal tersebut terjadi karena perusahaan tidak melanggar norma-norma masyarakat yang ada di sekitarnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai beta dan signifikan memiliki arah yang positif sehingga ketika kinerja lingkungan meningkat, pengungkapan CSR juga akan meningkat. Hal ini memberikan dukungan terhadap teori legitimasi yang menerangkan bahwa perusahaan berusaha meyakinkan masyarakat agar keberlanjutan usaha terjamin dengan meningkatkan kinerja lingkungan melalui pengungkapan *corporate social responsibility*.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Permana (2012) dan juga Suhendah dan Haryanto (2014). Dalam penelitian Permana (2012) dijelaskan bahwa perusahaan yang terdaftar dalam PROPER akan berada di tingkatan yang lebih tinggi atas tanggung jawab sosial karena menjadi sorotan banyak pihak. Hal itu akan memberikan pengaruh pada laporan tahunan yang menjadi bukti atas tanggung jawab perusahaan pada lingkungan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Khadifa (2014). Penelitian Khadifa (2014) telah membuktikan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh secara signifikan terhadap CSR. Dalam penelitiannya, dijelaskan bahwa rata-rata bahkan sebagian besar perusahaan yang menjadi sampel tergolong kedalam kriteria PROPER berwarna biru. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan telah mengimplementasikan kegiatan operasional perusahaan menggunakan basis lingkungan pada tingkat menengah.

2. Pengaruh Dewan Komisaris terhadap *Corporate Social Responsibility*

Dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang kuat dalam menekan manajemen untuk melakukan pengungkapan CSR. Semakin besar jumlah dewan komisaris maka tingkat pengawasan terhadap CEO akan semakin efektif. Dalam penelitian ini, dewan komisaris memiliki pengaruh yang positif terhadap pengungkapan CSR. Semakin besar jumlah dewan komisaris suatu perusahaan maka pengungkapan CSR akan semakin luas. Hal ini mendukung teori agensi yang menyatakan bahwa dewan komisaris memiliki peran yang kuat dalam memberikan pengaruh terhadap aktivitas manajemen khususnya mengenai pengungkapan CSR.

Penelitian Khadifa (2014) tidak sejalan dengan penelitian ini karena ukuran dewan komisaris tidak terbukti berpengaruh pada pengungkapan *corporate social responsibility*. Dalam Khadifa (2014) menjelaskan mengenai efektifitas pengambilan keputusan yang berkurang apabila perusahaan memiliki anggota dewan komisaris yang berlebihan. Perusahaan dengan dewan komisaris yang memiliki banyak anggota justru melakukan pengungkapan CSR yang sedikit.

Penelitian sejalan dengan pernyataan Evandini (2014) mengenai dewan komisaris yang berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Penelitian Evandini (2014) menjelaskan bahwa pengawasan kepada direksi merupakan salah satu peran dewan komisaris yang dapat mengurangi masalah agensi sehingga jumlah dewan komisaris yang besar akan meningkatkan pengawasan yang mengakibatkan kegiatan sekaligus pengungkapan CSR meningkat.

3. Pengujian *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Besarnya *leverage* tidak dapat memberikan pengaruh pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Persentase *leverage* menjelaskan bagaimana kondisi dan risiko yang dihadapi perusahaan saja sehingga tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR dalam laporan perusahaan. Hal tersebut bertolak belakang dengan penjelasan dalam teori agensi, bahwa perusahaan dengan tingkat *leverage* besar berusaha mengurangi perhatian *debtholders* dengan mengurangi pengungkapan CSR.

Hasil penelitian ini berbeda dari penelitian Evandini (2014) yang menyatakan *leverage* berpengaruh secara negatif pada pengungkapan *corporate social responsibility*. Variabel *leverage* menunjukkan banyaknya jumlah hutang perusahaan akan menyebabkan

pengungkapan tanggung jawab sosial lebih sedikit. Hal tersebut dilakukan untuk menekan kondisi keuangan perusahaan. Hasil riset yang sama dibuktikan juga oleh Anggraini (2006) dan Permana (2012) yang memberikan pernyataan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Persentase *leverage* perusahaan yang semakin besar tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tersebut.

4. Pengujian Political Visibility terhadap *Corporate Social Responsibility*

Pengujian mengenai hubungan variabel *political visibility* terhadap pengungkapan CSR menggunakan dua variabel lain sebagai proksi dari variabel *political visibility*. Proksi yang pertama adalah ukuran perusahaan dan proksi kedua yaitu tipe industri. Penjelasan mengenai pengujian kedua variabel yang menjadi proksi dari *political visibility* adalah sebagai berikut:

a. Pengujian Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*

Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Ukuran perusahaan dapat menggambarkan seberapa besar tingkat *political visibility* suatu perusahaan. Apabila tingkat *political visibility* perusahaan tinggi maka tuntutan dari masyarakat mengenai transparansi terkait pengungkapan tanggung jawab sosial akan semakin tinggi. Dalam riset ini menghasilkan bukti adanya pengaruh positif dari ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Hal tersebut menjadi bukti bahwa semakin tinggi *political visibility* maka tanggung jawab sosial yang dilaporkan akan semakin luas. Riset ini didukung oleh penjelasan dalam *legitimacy theory* yang menyatakan bahwa tingkat *political visibility* tinggi dapat meningkatkan tuntutan transparansi dari masyarakat sehingga perusahaan akan berupaya untuk meningkatkan laporan mengenai tanggung jawab sosial.

Riset ini mendukung hasil riset yang dilakukan oleh Permana (2012), Evandini (2014), Khadifa (2014), dan Salehi (2019). Perusahaan besar akan mendapatkan perhatian dari masyarakat luas dan menimbulkan masalah agensi yang cenderung besar oleh karena itu tanggung jawab sosial yang diungkapkan akan lebih luas.

b. Pengujian Tipe Industri terhadap *Corporate Social Responsibility*

Tipe industri tidak terbukti berpengaruh positif pada tanggung jawab sosial yang diungkapkan oleh perusahaan. Riset memaparkan pengaruh tipe industri adalah negatif pada pelaporan CSR. Jadi, tipe industri sebagai proksi dari *political visibility* terbukti tidak berpengaruh secara positif pada tanggung jawab sosial yang diungkapkan perusahaan. Hal ini bertolak belakang dengan teori legitimasi yang menyatakan jika tipe *high profile* yang dimiliki oleh perusahaan akan memberikan pengaruh pada pengungkapan mengenai tanggung jawab sosial menjadi lebih maksimal dibandingkan dengan perusahaan *low profile*.

Riset ini tidak memiliki hasil yang sama dengan Anggraini (2006). Dalam penelitian Anggraini (2006) menjelaskan bahwa industri *high-profile* akan menghadapi visibilitas konsumen dan persaingan politis yang tinggi sehingga perusahaan akan cenderung mengungkapkan CSR lebih luas dibandingkan dengan perusahaan *low-profile*.

Penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan Karina (2013) serta Suhendah dan Haryanto (2014). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tipe industri sebagai proksi untuk variabel *political visibility* tidak berpengaruh pada tanggung jawab sosial yang diungkapkan.

KESIMPULAN DAN KETERBATASAN

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR. Dari lima faktor yang telah dianalisis (kinerja lingkungan, dewan komisaris, *leverage*, ukuran perusahaan, dan *political visibility*) dapat disimpulkan bahwa tiga faktor terbukti dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Faktor tersebut adalah kinerja lingkungan, dewan komisaris, dan ukuran perusahaan. Hal ini berarti bahwa perusahaan

dengan kinerja lingkungan yang baik, pengawasan efektif dari dewan komisaris, dan ukuran perusahaan yang besar cenderung memiliki pengungkapan *corporate social responsibility* yang luas. Sedangkan variabel *leverage* dan tipe industri terbukti tidak memberikan pengaruh pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian, luas atau tidaknya pengungkapan *corporate social responsibility* tidak dipengaruhi oleh tingkat *leverage* dan golongan tipe industri perusahaan.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki kelemahan sehingga menimbulkan keterbatasan. *Pertama*, penilaian tingkat CSR tidak melibatkan pihak lain dan dilakukan secara individu sehingga subjektivitas cenderung tinggi. *Kedua*, koefisien determinasi dalam penelitian adalah 39%. Meskipun dalam penelitian CSR angka tersebut tergolong tinggi, namun masih terdapat 61% hal lain yang perlu ditemukan kembali sehingga dapat menjelaskan variabel terikat secara luas.

Untuk mengatasi keterbatasan pada penelitian ini, maka penelitian selanjutnya disarankan agar melibatkan pihak lain dalam melakukan penilaian mengenai CSR sehingga subjektivitas dapat diminimalkan dan meningkatkan objektivitas. Kemudian, untuk meningkatkan koefisien determinasi maka penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas faktor lain yang diduga memberikan pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Tuwaijri, S. A., et al. (2004). *The relations among environmental disclosure, environmental performance, and economic performance: A simultaneous equations approach*. Accounting, Organizations and Society.
- Anggraini, F. R. R. (2006). *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta)*. Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang, 23–26.
- Chariri, A., dan Ghozali, I. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Dharmawan Krisna, A., dan Suhardianto, N. (2016). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial*. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 18(2), 119–127.
- Evandini, C. (2014). *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di BEI*.
- Gray, R., dan Bebbington, J. (2000). *Environmental Accounting, Managerialism And Sustainability: Is The Planet Safe In The Hands Of Business And Accounting? Advances In Environmental Accounting And Management*.
- Harahap, A. S. (2010). *Pengaturan Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia*. *Lex Jurnalica Volume 7 Nomor 3*, 182-190.
- Karina, L. A. D. (2013). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR*, 2(3), 482–493.
- Khadifa, R. (2014). *Pengaruh Kinerja Lingkungan, Size, Profitabilitas, Ukuran Dewan Komisaris, Profile, Leverage, Dan Konsentrasi Kepemilikan Perusahaan Terhadap Csr Disclosure Di Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Tahun 2010-2012*. 3, 493–502.
- Lestari, E. P., dan Isnina. (2017). *Analisis Kinerja Industri Manufaktur Di Indonesia*. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*.
- Nur, M., dan Priantinah, D. (2012). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan corporate Social Responsibility Di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori High Profile Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia)*. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 1(2).
- Permana, V. A. (2012). *Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI)*. 1(1), 525–536.

- Pradnyani, I., dan Sisdyani, E. (2015). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Dewan Komisaris Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. E-Jurnal Akuntansi, 11(2), 384–397.
- Prasista, D. F. (2016). *Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Political Visibility, Kinerja Keuangan, Dan Board Gender Terhadap Environmental Disclosure*. Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, 151, 10–17.
- Rakhiemah, A. N., dan Agustia, D. (2012). *Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure dan Kinerja Finansial Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Indonesia*. Universitas Airlangga, 1–31.
- Ramdhaniingsih, A. (2013). *Pengaruh Indikator Good Corporate Governance Dan Profitabilitas Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. E-Jurnal Akuntansi, 3(2), 368–386.
- Roberts, R. W. (1992). *Determinants of corporate social responsibility disclosure: An application of stakeholder theory*. Accounting, Organizations and Society.
- Salehi, et al. (2019). *Empirical study on the effective factors of social responsibility disclosure of Iranian companies*. Journal of Asian Business and Economic Studies, 26(1), 34–55.
- Sembiring, E. (2006). *Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta*. MAKSI.
- Suhendah, R., dan Haryanto, M. (2014). *Investigasi Pengaruh Environmental Performance Dan Political Visibility Terhadap CSR Disclosure*. (40), 978–979.
- Suratno, I. B., et al. (2006). *Pengaruh Environmental Performance Terhadap Environmental Disclosure dan Economic Performance*. Simposium Nasional 9 Padang.