

**PENGARUH PENGUNGKAPAN MEDIA, KINERJA LINGKUNGAN DAN
KEPEMILIKAN SAHAM
PUBLIK TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE**

Nur Abfifa Nugraini
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

Wiwin Wahyuni
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of media disclosure, environmental performance and public ownership on disclosure of corporate social responsibility. The data source used is secondary data sourced from annual reports of manufacturing companies published on the Indonesia Stock Exchange website and company websites. The population used is manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016-2018. The sampling technique used was purposive sampling method. The sample selection criteria are manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2016-2018 period, publishing annual reports in the 2016-2018 period, following PROPER in the 2016-2018 period, and providing the complete information needed by researchers related to variables -research variable. Manufacturing companies that fit the criteria and can be used as research samples are 72. The data collection method is by downloading financial reports and annual reports on the Indonesia Stock Exchange website and searching for the company's website. The data analysis technique used is quantitative analysis method with analysis instruments in the form of descriptive statistical analysis, classical assumption test, multiple linear regression analysis and hypothesis testing. The results of this study indicate that media disclosure and environmental performance have no effect on Corporate Social Responsibility Disclosure, and public ownership has an effect on Corporate Social Responsibility Disclosure.

Keywords: *Media Exposure, Environmental Performance, Public Share Ownership, Corporate Social Responsibility Disclosure*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengungkapan media, kinerja lingkungan dan kepemilikan saham publik terhadap corporate social responsibility disclosure. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang bersumber dari laporan tahunan perusahaan manufaktur yang diterbitkan dalam situs Bursa Efek Indonesia dan website perusahaan. Populasi yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018. Teknik pengambilan sampel penelitian menggunakan metode purposive sampling. Kriteria pemilihan sampel adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2016-2018, mempublikasikan laporan tahunan pada periode tahun 2016-2018, mengikuti PROPER pada periode tahun 2016-2018, dan memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti secara lengkap yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian. Perusahaan manufaktur yang sesuai kriteria dan dapat dijadikan sampel penelitian berjumlah 72. Metode pengumpulan data yaitu dengan mengunduh laporan keuangan dan laporan tahunan di situs Bursa Efek Indonesia dan mencari website perusahaan. Teknik analisis data yang dipakai adalah metode analisis kuantitatif dengan instrumen analisis berupa analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengungkapan Media dan Kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure, dan Kepemilikan Saham Publik berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure.

Kata Kunci: Pengungkapan Media, Kinerja Lingkungan, Kepemilikan Saham Publik, Corporate Social Responsibility disclosure

1. Pendahuluan

Perkembangan dunia usaha dalam kurun waktu belakangan ini dipengaruhi oleh perubahan lingkungan ekonomi. Perubahan ini terjadi karena adanya persaingan bisnis yang ketat antar perusahaan yang menyebabkan perekonomian bertumbuh dengan pesat. Pada awalnya banyak perusahaan yang dalam menjalankan kegiatannya tidak memedulikan lingkungan serta masyarakat di sekitarnya dan hanya memaksimalkan laba tetapi seiring berjalannya waktu perusahaan dituntut untuk harus menunjukkan tanggung jawabnya terhadap lingkungan dan masyarakat karena banyak perusahaan yang tidak mematuhi aturan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan. *Corporate Social Responsibility* merupakan sebuah konsep pertanggungjawaban kepada pemangku kepentingan karena kerusakan yang diakibatkan oleh kegiatan operasional perusahaan serta adanya tuntutan dan harapan dari masyarakat agar perusahaan bersedia menyampaikan laporan yang dapat menunjukkan perannya terhadap permasalahan yang muncul di sekitar perusahaan.

Belakangan ini di Indonesia terdapat berbagai kasus yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* yang diakibatkan dari eksploitasi alam secara ekstrim tanpa mempedulikan kondisi lingkungan. Permasalahan yang timbul ini melibatkan perusahaan manufaktur di Indonesia karena segala kegiatan produksi perusahaan selalu menghasilkan limbah sisa produksi yang dapat mencemari lingkungan dan banyak perusahaan yang sering kali mengabaikan dampak negatif yang ditimbulkan. Oleh karena itu sudah seharusnya perusahaan mengimplementasikan *Corporate Social*

Responsibility untuk mengurangi efek kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh kegiatan operasional perusahaan.

Penelitian mengenai *Corporate Social Responsibility disclosure* sudah banyak dilakukan dan memperoleh hasil yang beragam sehingga peneliti terdorong untuk meneliti kembali *Corporate Social Responsibility disclosure* dengan menggunakan standar *Global Reporting Initiative 2016*. Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengungkapan media, kinerja lingkungan dan kepemilikan saham publik terhadap *Corporate Social Responsibility disclosure* agar perusahaan lebih memperhatikan lingkungan sosial dan dapat memberikan representasi pada investor tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan melalui laporan keuangan.

2. Telaah Literatur dan Pengembangan Hipotesis

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Teori Legitimasi

“Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan melakukan kegiatan operasional dalam lingkungan eksternal yang berubah secara konstan dan perusahaan selalu berusaha meyakinkan bahwa perilaku mereka sesuai dengan batas-batas dan norma yang ada pada masyarakat luas” (Michelon, dkk., 2010 dalam Darma, dkk., 2019:3). Perusahaan dalam melaksanakan aktivitas dan kinerjanya wajib mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* sebaik mungkin agar mendapat dukungan dari masyarakat karena jika tidak maka legitimasi tidak dapat diperoleh. Tujuan pengungkapan ini yaitu supaya pihak-pihak yang memiliki kepentingan memahami bahwa entitas telah berkontribusi terhadap

lingkungan hidup dan sosial untuk meningkatkan legitimasi perusahaan serta memberikan ketertarikan pada pihak investor untuk berinvestasi karena merasa terjamin memasukkan dananya tersebut.

2.1.2. Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* menganggap akuntabilitas organisasi disebabkan oleh organisasi, yang memperluas di luar kinerja ekonomi atau keuangan mereka (Az'mi, 2015). Lebih lanjut Hendrawan (2018:2) menyatakan "Teori ini merupakan kesuksesan dan hidup-matinya suatu perusahaan sangat tergantung pada kemampuannya menyeimbangkan beragam kepentingan dari para stakeholder atau pemangku kepentingan". Perusahaan seharusnya memperhatikan stakeholder karena segala aktivitas dan kebijakan yang dilakukan perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi oleh stakeholder. Mengungkapkan kegiatan Corporate Social Responsibility merupakan bentuk komunikasi antara manajemen dengan stakeholder untuk memenuhi keinginan para stakeholder. Perusahaan berharap dengan melaksanakan Corporate Social Responsibility disclosure maka stakeholder bisa menilai seberapa besar tanggung jawab perusahaan mengurangi efek yang muncul terhadap keberlanjutan lingkungan sehingga perusahaan dapat terus mempertahankan eksistensinya. Jika perusahaan mengabaikan stakeholder, maka tujuan perusahaan tidak akan tercapai serta legitimasi stakeholder dapat tereliminasi.

2.1.3. Pengungkapan Media

"Pengungkapan media adalah bagaimana perusahaan memanfaatkan media yang tersedia untuk mengkomunikasikan identitas serta informasi mengenai kegiatan yang dilakukan perusahaan. Suatu perusahaan

dapat mengkomunikasikan kegiatan perusahaannya dengan memanfaatkan berbagai media yang ada, salah satu kegiatan yang dapat dikomunikasikan adalah CSR." (Respati, 2015:24). Dalam mengungkapkan aktivitas *Corporate Social Responsibility* perusahaan harus memberikan informasi dengan berbagai alat komunikasi kepada para pemangku kepentingan termasuk masyarakat. Mengkomunikasikan *Corporate Social Responsibility* melalui media diperlukan untuk memberikan informasi kepada investor dan menaikkan nama baik perusahaan agar lebih baik dimata publik. Berbagai studi menunjukkan terdapat beberapa media yang biasanya dipilih perusahaan untuk mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*, salah satunya adalah media internet (*website*) (Respati, 2015).

2.1.4. Kinerja Lingkungan

"Kinerja lingkungan adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik yang dapat diukur dari sistem manajemen lingkungan." (Hendrawan, 2018:22). Untuk meningkatkan peran perusahaan sebagai penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan agar dapat mengendalikan dampak lingkungan maka Kementerian Negara Lingkungan Hidup Republik Indonesia meluncurkan Program Penilaian Peringkat Kinerja atau yang disingkat PROPER. Hubungan kinerja lingkungan dan teori legitimasi adalah perusahaan wajib memiliki kinerja lingkungan yang kompeten untuk mewujudkan perusahaan yang ramah dan perhatian terhadap lingkungan, sehingga legitimasi perusahaan dapat meningkat di hadapan publik.

2.1.5. Kepemilikan Saham Publik

“Kepemilikan saham publik adalah jumlah saham yang dimiliki oleh publik selain manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan.” (Kusuma, 2017:6). Jika kepemilikan saham publik perusahaan *go public* tinggi maka perusahaan akan mengungkapkan kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang lebih besar agar para investor semakin percaya kepada perusahaan. Perusahaan mendapatkan tekanan dari investor yang ingin mendapatkan berita sebanyak-banyaknya tentang perusahaan tempat mereka menanam modal karena perusahaan dianggap mampu menjalankan aktivitas dan membagikan keuntungan yang sepadan pada masyarakat. Dalam memberikan informasi, perusahaan diharapkan tidak hanya mengungkapkan laporan keuangan saja, tetapi juga mengungkapkan kegiatan *Corporate Social Responsibility* untuk mengkaji pencapaian manajemen dengan harapan dapat memperkecil risiko investasi.

2.1.6. Corporate Social Responsibility Disclosure

“Tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility) adalah kewajiban organisasi untuk mengambil bagian dalam kegiatan yang bertujuan melindungi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan sehingga timbul suatu brand awareness yang dapat memberikan keuntungan terhadap perusahaan.” (Novianti, 2019:33). Pengungkapan atau *disclosure* dalam laporan tahunan artinya dalam menyajikan laporan harus memberikan penjelasan informasi mengenai hasil kegiatan usaha untuk mengoperasikan pasar modal secara efisien. Dalam mengungkapkan kegiatan

Corporate Social Responsibility perusahaan harus semakin transparan dan sesuai dengan kepentingan pengguna laporan keuangan agar pemegang saham mengetahui jika perusahaan telah melaksanakan aktivitas *Corporate Social Responsibility* sehingga bisnis perusahaan mengalami peningkatan.

2.2. Pengembangan Hipotesis

2.2.1. Pengaruh Pengungkapan Media terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure

Sumber daya informasi lingkungan pada sebuah perusahaan adalah media. Media diperlukan untuk mempublikasikan dan mensosialisasikan kebutuhan para pemangku kepentingan sesuai dengan batas dan norma masyarakat sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial (Andriany, 2017). Mengkomunikasikan kegiatan *Corporate Social Responsibility* melalui media akan membuat nama baik sebuah perusahaan di mata publik meningkat. Secara umum perusahaan dalam mengungkapkan kegiatan *Corporate Social Responsibility* dapat menggunakan beraneka macam media, salah satunya adalah *website* (internet). Media ini dipilih agar masyarakat secara tidak langsung dapat dengan mudah mengakses kegiatan *Corporate Social Responsibility*.

H₁: Pengungkapan Media berpengaruh signifikan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure.

2.2.2. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure

Kinerja lingkungan adalah mekanisme bagi perusahaan secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan ke dalam operasinya dan interaksinya dengan pemangku kepentingan, yang melebihi tanggung

jawab entitas di bidang hukum (Haholongan, 2016). Kinerja lingkungan diadakan untuk mengetahui seberapa besar perusahaan patuh terhadap peraturan yang berlaku. Perusahaan yang mempunyai kinerja lingkungan baik berarti memenuhi aturan sehingga akan memaparkan kegiatan *Corporate Social Responsibility* lebih banyak lagi untuk mendapatkan, mempertahankan dan/atau meningkatkan legitimasi dari pemangku kepentingan.

H₂: Kinerja Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

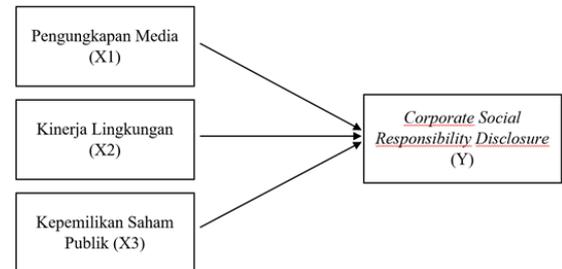
2.2.3. Pengaruh Kepemilikan Saham Publik terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Perusahaan *go public* yang ada di Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah perusahaan yang kepemilikan sahamnya dimiliki oleh publik, artinya perusahaan harus memberikan informasi berupa laporan keuangan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* seluas-luasnya kepada masyarakat khususnya para investor agar publik percaya dan mau melakukan investasi pada perusahaan (Rahayu, 2015). Sebuah perusahaan dengan komposisi saham publik yang tinggi menandakan bahwa perusahaan tersebut berkualitas baik karena dianggap mampu menjalankan kegiatannya dan memberikan keuntungan yang sepadan pada masyarakat sehingga cenderung semakin luas informasi kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang akan di publikasikan kepada para investor. Adanya tekanan dan tuntutan dari pemegang saham yang ingin mengetahui informasi juga merupakan faktor dalam mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*.

H₃: Kepemilikan Saham Publik berpengaruh signifikan terhadap

Corporate Social Responsibility Disclosure.

2.3. Model Analisis



Gambar 1

Kerangka Pemikiran

Sumber: Penulis (2020)

3. Metode Penelitian

3.1. Pendekatan Penelitian

Berdasarkan jenis pengkajian yang dilakukan, pengkajian ini memakai metode kuantitatif dengan analisis data berupa pendekatan deskriptif dan asosiatif. Kuantitatif artinya mengukur variabel penelitian yang berupa angka dengan melakukan uji teori dan menganalisis data melalui prosedur statistik. Deskriptif artinya menjelaskan secara akurat, sistematis dan aktual mengenai hubungan kasual variabel-variabel yang diteliti, sehingga mendapatkan bukti empiris dari hasil penelitian. Asosiatif artinya meneliti dampak dan hubungan antar variabel-variabel penelitian. Sumber data menggunakan data sekunder dan bersumber dari laporan tahunan perusahaan manufaktur yang diterbitkan dalam website perusahaan atau website BEI.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel adalah semua perusahaan manufaktur yang tercantum di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018 yang berjumlah 24 perusahaan dengan 72 sampel. Teknik pemilihan sampel memanfaatkan metode purposive

sampling karena objek penelitian memerlukan standar tertentu, kriteria pemilihan sampel yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2016-2018. Perusahaan manufaktur dipilih karena berkewajiban memberikan informasi pada publik yang dijabarkan melalui laporan keuangan dan website perusahaan, sehingga memungkinkan memperoleh data-data tersebut.
2. Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan tahunan pada periode tahun 2016-2018 karena pada tahun 2016 standar yang digunakan untuk mengukur Corporate Social Responsibility mengalami perubahan, yang awalnya menggunakan standar GRI-G4 menjadi standar GRI 2016.
3. Perusahaan manufaktur yang mengikuti PROPER pada periode tahun 2016-2018 karena PROPER mengukur tingkat ketaatan perusahaan berdasarkan peraturan yang berlaku.
4. Mengungkapkan informasi yang dibutuhkan peneliti secara lengkap berkaitan dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

3.3. Definisi Operasional Variabel

3.3.1. Pengungkapan Media

Pengukuran pengungkapan media menggunakan variabel *dummy*, dimana variabel tersebut tidak memiliki satuan ukur sehingga harus diubah terlebih dahulu dalam bentuk kuantitatif atau angka. Penilaian variabel *dummy* adalah diberikan nilai 1 jika perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* di *website* dan diberikan nilai 0 jika perusahaan tidak melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di *website*.

3.3.2. Kinerja Lingkungan

Pengukuran kinerja lingkungan yaitu menggunakan PROPER. PROPER dinilai berdasarkan lima warna yang di urutkan dan setiap peringkat warna tersebut akan diberi skor dari angka 5 sampai 1.

Table 1.

Penilaian Kinerja Lingkungan PROPER

Kinerja Warna PROPER	Passing Grade	Skor
EMAS	Sangat Taat	5
HIJAU	Taat	4
BIRU	Sudah Taat	3
MERAH	Belum Taat	2
HITAM	Tidak Ada Upaya	1

Sumber: www.menlhk.go.id

3.3.3. Kepemilikan Saham Publik

Pengukuran kepemilikan saham publik dilihat dari banyaknya lembar saham publik dibandingkan dengan jumlah saham beredar dalam laporan keuangan sebuah perusahaan.

Kepemilikan saham publik = $\frac{\text{Jumlah Kepemilikan Lembar Saham Publik}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$

3.3.4. Corporate Social Responsibility Disclosure

Standar *Corporate Social Responsibility disclosure* Indonesia adalah *Global Reporting Initiative* (Standar GRI). Pengukuran *Corporate Social Responsibility disclosure* menggunakan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI). Untuk menghitung total indikator GRI pada perusahaan menggunakan variabel *dummy* dan untuk memperoleh hasil keseluruhan, maka nilai setiap indikator dijumlahkan.

Corporate Social Responsibility Indeks = $\frac{\text{Jumlah Dummy Variabel}}{\text{Jumlah Item Pengungkapan}}$

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini melalui studi kepustakaan dan studi dokumentasi. Studi kepustakaan yaitu mengumpulkan data-data dengan mencatat, serta mengutip literatur yang berkaitan dengan pembahasan sebagai acuan dan dasar teori yang relevan dan mendukung dalam menjawab hipotesis. Studi dokumentasi yaitu mengumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian serta menentukan kriteria, dilihat melalui laporan tahunan perusahaan yang diterbitkan oleh Bursa Efek Indonesia.

3.5. Teknik Analisis

Teknik analisis data yang dipakai adalah metode analisis kuantitatif berupa analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Untuk pengujian asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi. Untuk pengujian hipotesis menggunakan uji simultan (uji F), uji koefisien determinasi (R squared), dan uji parsial (uji t).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh Pengungkapan Media, Kinerja Lingkungan dan Kepemilikan Saham Publik terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. Objek dalam penelitian menggunakan data sekunder, yaitu perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia dan mempublikasikan laporan tahunan periode 2016-2018. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 187 perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode purposive sampling.

Sehingga berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, maka total sampel penelitian yang didapatkan adalah sebanyak 72 sampel.

Table 2

Rincian Populasi dan Sampel Penelitian

No.	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018	187
2	Perusahaan Manufaktur yang tidak terdaftar di BEI secara berturut-turut tahun 2016-2018	(42)
3	Perusahaan Manufaktur yang tidak mengikuti PROPER tahun 2016-2018	(82)
4	Perusahaan Manufaktur yang tidak memiliki informasi yang berkaitan dengan penelitian	(39)
Jumlah Perusahaan Manufaktur Periode Penelitian		24 3 tahun
Jumlah Sampel Penelitian		72

4.2. Pengujian Hipotesis

4.2.1. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Table 8

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

	Model	Su	d	Me	F	Si
	del	m	f	an		g.
		of		Squ		
		Squ		are		
		ares				
1	Regre	.298	3	0.9	4.6	.0
	ssion	1.43	6	9	86	05
	Resid	9	8	0.2		^a
	ual	1.73	7	1		
	Total	7	1			

a. Predictors: (Constant), KSP, PM, KL

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data diolah (2020)

Hasil uji hipotesis simultan (Uji F) nilai signifikansi sebesar 0,005, angka tersebut lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Artinya pengungkapan media, kinerja

lingkungan dan kepemilikan saham publik berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility disclosure*.

4.2.2. Koefisien Determinasi (R Square)

Table 9

Koefisien Determinasi (R Square)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.414 ^a	.171	.135	.145484

a. Predictors: (Constant), KSP, PM, KL

Sumber: Data diolah (2020)

Hasil koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,171, artinya *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada perusahaan manufaktur yang tercantum di Bursa Efek Indonesia dipengaruhi oleh pengungkapan media, kinerja lingkungan dan kepemilikan Saham Publik sebesar 17,1%, sedangkan sisanya sebesar 82,9% atau 0,829 dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian

4.2.3. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Table 10

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	.040	.130			.304	.762
	PM	.060	.030	.194	1.606	.116	.258
	KL	.106	.036	.343	2.946	.003	.004
	KSP	.009	.044	.020	.209	.835	.404
		.313	.104		3.000	.002	.031
		.033	.044		.747	.456	.654

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 17

Hasil uji hipotesis parsial (uji t) pada pengungkapan media nilai signifikansi sebesar 0,095, angka tersebut lebih besar dari 0,05 atau 5%. Artinya Pengungkapan Media tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* sehingga H₀ diterima dan H₁ ditolak.

Hasil uji hipotesis parsial (uji t) pada kinerja lingkungan nilai signifikansi sebesar 0,835, angka tersebut lebih besar dari 0,05 atau 5%. Artinya Kinerja Lingkungan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* sehingga H₀ diterima dan H₂ ditolak.

Hasil uji hipotesis parsial (uji t) pada kepemilikan saham publik nilai signifikansi sebesar 0,004, angka tersebut lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Artinya Kepemilikan Saham Publik berpengaruh dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* sehingga H₀ ditolak dan H₂ diterima.

4.3. Pembahasan

4.3.1. Pengaruh Pengungkapan Media terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Hasil penelitian menjelaskan pengungkapan media tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility disclosure* karena *website* lebih berfungsi sebagai sarana komunikasi bukan sebagai pendorong pengungkapan informasi lingkungan sehingga belum sesuai standar antar perusahaan (Andriany, 2017). Hasil penelitian ini bertentangan dengan teori legitimasi. Hal ini dikarenakan kebanyakan entitas yang memberitahukan aktivitas *Corporate Social Responsibility* dalam situs portal perusahaan, tidak mengungkapkan aktivitasnya secara berkelanjutan. Lain halnya dengan pengungkapan tahunan di

mana aktivitas *Corporate Social Responsibility* yang dilaporkan tiap entitas per tahunnya. Oleh karena informasi di dalam situs portal perusahaan sangat sedikit, sehingga pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dianggap tidak begitu istimewa oleh penanam saham.

4.3.2. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Hasil penelitian menjelaskan kinerja lingkungan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility disclosure*. Hasil ini dapat diartikan bahwa perusahaan dalam mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* tidak dipengaruhi oleh PROPER yang diikuti perusahaan karena perusahaan sampel yang mengikuti PROPER banyak yang tidak mempublikasikan kegiatan *Corporate Social Responsibility* pada laporan tahunan. Hal tersebut menandakan bahwa baik atau buruknya kinerja lingkungan perusahaan tidak berpengaruh signifikan bagi perusahaan untuk melakukan *Corporate Social Responsibility disclosure* karena pihak manajemen merasa bahwa pengungkapan tersebut tidak mempengaruhi posisi dan kompensasi yang diterimanya sehingga dianggap tidak sejalan dengan teori legitimasi (Haholongan, 2016). Jadi, kinerja lingkungan yang berkualitas belum tentu menaikkan *Corporate Social Responsibility disclosure* sebuah perusahaan.

4.3.3. Pengaruh Kepemilikan Saham Publik terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Hasil penelitian menjelaskan kepemilikan saham publik berpengaruh dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility disclosure* karena

berdasarkan statistik deskriptif, nilai *mean* yang didapat sebesar 0,27533 atau 27,533% yang berarti di atas rata-rata. Ketika kepemilikan saham publik dalam sebuah perusahaan tinggi, maka perusahaan akan mendapatkan tekanan yang lebih besar dari investor untuk melakukan *Corporate Social Responsibility disclosure* karena para investor khawatir jika perusahaan tidak melakukan, maka biaya yang ditimbulkan akan semakin besar (Kusuma, 2017). Untuk menjaga kepercayaan para investor dan mendapatkan legitimasi dari masyarakat maka perusahaan berusaha semaksimal mungkin untuk mengungkapkan segala informasi kegiatan *Corporate Social Responsibility* dalam perusahaan.

5. Simpulan, Saran dan Keterbatasan Penelitian

5.1. Simpulan

Berpegang pada hasil uji hipotesis dan telah yang telah dilakukan, bisa diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengungkapan Media tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.
2. Kinerja Lingkungan tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.
3. Kepemilikan Saham Publik berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

5.2. Saran

1. Pengkajian ini menggunakan perusahaan manufaktur. Saran kepada penelitian yang berikutnya sebaiknya peneliti mengkaji sektor selain bidang manufaktur, seperti perusahaan pertambangan dan lain-lain yang tercantum di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk penelitian selanjutnya alangkah baiknya rentang waktu pengamatan diperpanjang agar sampel penelitian

menjadi lebih banyak dan memperoleh hasil yang lebih akurat.

3. Nilai R^2 penelitian ini 0,171 atau 17,1%, sehingga diharapkan untuk pengkajian akan datang dapat memperbanyak variabel lain.
4. Penelitian ini menggunakan media *website* dalam pengungkapan media dan diketahui hasilnya tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Untuk pengkajian berikutnya hendaknya menambahkan media lain untuk variasi hasil penelitian.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Pengkajian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang mengungkapkan informasi *Corporate Social Responsibility* sebagai objek pengkajian, akan tetapi tidak semua perusahaan mempunyai laporan keberlanjutan yang memuat informasi secara detail mengenai *Corporate Social Responsibility*, sehingga data yang di dapat kurang maksimal. Selain itu, banyak perusahaan yang tidak mengungkapkan informasi di dalam web perusahaan yang menyebabkan sampel penelitian yang di dapat jumlahnya sedikit.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriany, D., Yuliandari, W. S., & Zultilisna, D. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *eProceedings of Management*, 4(3), 2723-2733.
- Az'mi, Yanis Ulul. (2015). Determinan Pengungkapan Modal Intelektual Pada Perusahaan Yang Tergabung

Dalam Indeks LQ-45 Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014. Tesis. Universitas Airlangga.

- Darma, B. D., Arza, F. I., & Halmawati, H. (2019). Pengaruh Pengungkapan Media, Kinerja Lingkungan Dan Kepemilikan Asing Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(1), 78-89.
- Ghazali, H. I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang*.
- Haholongan, R. (2016). Kinerja lingkungan dan kinerja ekonomi perusahaan manufaktur go public. *Jurnal ekonomi dan bisnis*, 19(3), 413-424.
- Hendrawan, A. N., Suraida, I., Dadan Soekardan, S. E., & MSI, A. (2018). Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure (Studi pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016). Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.
- Kusuma, H. N. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Luas Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Di Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2014-2015. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 5(2), 1-15.

Novianti, V., Atang Hermawan, S. E., MSIE, A., & Ridwan, M. (2019). *Pengaruh Penerapan Green Accounting, Kepemilikan Saham Publik, Pengungkapan Media Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017)*. Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.

Rahayu, P. (2015). *Pengaruh Kepemilikan Saham Publik, Profitabilitas dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013*. Doctoral dissertation, Universitas Negeri Semarang.

Respati, R. D., & Hadiprajitno, P. B. (2015). *Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Tipe Industri dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014)*. Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

<https://www.idx.co.id>

<https://www.menlhk.go.id>