

Penyampaian Media dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR di Indonesia

Oleh: **Dwirini Dwirini^{1*}**, **Rini Subekti²**

¹²(Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Terbuka)

Email: *¹dwirini14@gmail.com, ²bektirini@ecampus.ut.ac.id

Diterima: 9 September 2024

| Revisi: 20 November 2024

| Diterbitkan: 31 Desember 2024

Abstrak—Studi ini menemukan bahwa banyak perusahaan di Indonesia telah menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk menjangkau dan memberikan manfaat bagi masyarakat. Perusahaan yang tidak melakukan CSR berisiko menunjukkan citra yang buruk secara sosial dan lingkungan. Karena pelanggaran mereka terhadap peraturan, perusahaan juga akan berurusan dengan hukum. Berdasarkan standar peraturan pengungkapan yang berlaku, pengungkapan tanggungjawab sosial (CSR) adalah penyediaan informasi yang dibutuhkan oleh perusahaan yang sudah melaksanakan tanggung jawab sosialnya, yang bermanfaat bagi operasi bisnis dan kegiatan produksi mereka. Studi ini menyelidiki 30 perusahaan yang bergerak di aneka industri dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 5 tahun berturut-turut dari 2018 hingga 2022. Metode pengambilan *sampel purposive* digunakan. *Software SmartPLS 4* digunakan untuk menganalisis data *partial least square* (PLS). Menurut penelitian ini, penyampaian media dan *return on sales ratio* meningkatkan pengungkapan CSR. Variabel lainnya ukuran perusahaan (*size*), *Debt to EBITDA*, dan fitur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Kata Kunci: CSR; Penyampaian Media; Ukuran Perusahaan; *Return On Sales Ratio*; *Debt To EBITDA Ratio* dan Fitur Perusahaan.

Media Disclosure and Indonesian Company Features Regarding CSR Disclosure

Abstract—The phenomenon that this research focuses on is that in Indonesia many companies carry out CSR to reach and provide benefits to society. Companies that do not implement CSR are at risk of having a bad image socially and environmentally. Companies will also face the law because they do not comply with laws and regulations. CSR disclosure is the presentation of information required by companies that have fulfilled their social responsibilities, which is optimally beneficial for their business operations and production activities based on applicable disclosure regulatory standards. This research was conducted on companies operating in various industrial sectors and listed on the Indonesia Stock Exchange for 5 consecutive years in the 2018-2022 period, totaling 30 companies. Sampling used the purposive sampling method. The data analysis technique used is partial least squares (PLS) using SmartPLS 4 software. The results obtained in this research indicate that media delivery and return on sales ratio positively affect CSR disclosure. Meanwhile, company size (*size*), *Debt to EBITDA*, and Company Features do not have a significant effect on CSR disclosure.

Keywords: CSR, Media Delivery, Company Size, Return On Sales Ratio, Debt To EBITDA Ratio And Company Features.

PENDAHULUAN

Manajemen perusahaan harus membuat pilihan tentang menerapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL), juga dikenal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), untuk meningkatkan persepsi publik tentang *trademark*. Program TJSL akan menimbulkan efek percaya diri perusahaan untuk berkembang dan menjamin kelancaran seluruh proses maupun aktivitas produksi perusahaan serta pemasaran hasil-hasil produksi perusahaan. Dari segi akuntansi, dalam pos pengeluaran biaya untuk program CSR merupakan investasi perusahaan untuk meningkatkan modal sosial perusahaan.

Berdasarkan peraturan UU PT dan PP 47/2012 tentang TJSL Perseroan Terbatas menyatakan bahwa besaran dana TJSL adalah tidak spesifik, sesuai dengan kebijakan perusahaan. Pos Biaya TJSL wajib tetap dikeluarkan, diperhitungkan dan dianggarkan oleh perusahaan sesuai dengan kepatuhan dan kewajiban. Setiap perusahaan wajib menyisihkan dana perusahaannya untuk program CSR. Setiap daerah juga mengeluarkan aturan seberapa besar dana CSR yang harus dikeluarkan, batas maksimal 4% dari total keuntungan dalam setahun.

Dalam memperlancar kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan tiap tahun, harus menyisihkan *Return On Sales* (ROS). Tingkat keuntungan (ROS) yang diperoleh dari setiap dana penjualan bisnis adalah margin operasional, atau margin pendapatan operasional. Pengukuran keuntungan perusahaan menggunakan rumus ROS sangat penting dalam menghitung efisiensi kas operasional

perusahaan terhadap penjualannya dan memberikan wawasan tentang potensi investasi kembali, pembagian dividen, potensi layanan terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam aspek operasional perusahaan.

Pemerintah, badan sumber daya masyarakat, dan masyarakat lokal bertanggung jawab untuk bekerja sama satu sama lain. Ini disebut sebagai tanggung jawab sosial perusahaan. Hubungan kerjasama ini tidak pasif atau statis; itu adalah tanggung jawab bersama para pemangku kepentingan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dilaporkan dalam laporan yang disebut Sustainability Reporting. Laporan ini melaporkan kebijakan ekonomi, lingkungan, dan sosial serta dampak dan kinerja produk dan perusahaan dalam lingkungan pembangunan berkelanjutan. Laporan keberlanjutan harus menjadi dokumen strategis tingkat tinggi yang menguraikan masalah, tantangan, dan peluang keberlanjutan untuk menjadikannya sektor bisnis dan industri utama.

Media yang digunakan dalam penelitian ini adalah website perusahaan atau internet. Karena kemajuan dalam teknologi komunikasi telah membuat internet lebih mudah diakses oleh pihak-pihak yang berkepentingan dan mampu memberikan informasi yang lebih lengkap daripada surat kabar dan televisi, penyampaian *Corporate Social Responsibility* (CSR) dilakukan melalui internet.

Perusahaan harus memiliki cara yang efektif untuk menyampaikan aktivitasnya kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Perusahaan dapat

menggunakan media seperti internet, surat kabar, dan televisi untuk mempromosikan kegiatan CSR mereka. Media paling efektif dan mudah diakses, televisi hanya digunakan oleh beberapa perusahaan. Namun, tidak semua perusahaan menggunakan televisi untuk kegiatan CSR. Surat kabar sangat disukai oleh bisnis dan sering digunakan sebagai dokumen. Namun, jumlah pengguna internet yang terus meningkat setiap hari mendukung fungsi media internet yang sangat baik.

Jumlah informasi yang diungkapkan di laporan keuangan melalui media internet dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Perusahaan besar berada di bawah tekanan yang signifikan untuk menunjukkan tanggung jawab sosial dan lingkungannya karena perusahaan di sektor aneka industri berskala besar cenderung memiliki kegiatan operasi yang lebih kompleks, lebih banyak pemangku kepentingan, dan lebih banyak perhatian publik.

Bisnis dengan *leverage* tinggi sangat bergantung pada utang luar negeri untuk mendanai operasi mereka. Di sisi lain, perusahaan dengan *leverage* rendah dikapitalisasi untuk mendanai operasi dan aktivitas mereka. Oleh karena itu, tingkat *leverage* yang dimiliki perusahaan menunjukkan seberapa riskan perusahaan secara keuangan. Karena biaya yang dikeluarkan perusahaan yang lebih besar, perusahaan dengan *leverage* yang tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi.

Hubungan antara pengungkapan CSR dan struktur kepemilikan harus dikaji ulang berdasarkan fenomena dan temuan penelitian sebelumnya. Pertanyaan itu

penting untuk penelitian karena tidak ada temuan yang signifikan dari penelitian sebelumnya. Dari tahun 2018 hingga 2022, penelitian ini akan menyelidiki perusahaan yang terdaftar di BEI dalam sektor aneka industri. Pilihan untuk meneliti perusahaan dalam sektor aneka industri adalah karena jenis bisnis ini memiliki hubungan yang paling luas dengan masyarakat, dimana perusahaan aneka industri menghasilkan limbah yang dapat mencemari lingkungan. Selain itu, perusahaan harus memiliki karyawan di bagian produksi selama proses produksi, karena ini sangat penting untuk keselamatan dan kesejahteraan karyawan.

Adapun rumusan masalah yang menjadi pedoman penelitian ini adalah (1) apakah penyampaian media berpengaruh terhadap pengungkapan CSR di Indonesia?; (2) apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR di Indonesia?; (3) apakah *Return On Sales (ROS)* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR di Indonesia?; (4) apakah *debt to EBITDA* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR di Indonesia?; dan terakhir (5) apakah tipe industri berpengaruh terhadap pengungkapan CSR di Indonesia?.

Menurut teori pemangku kepentingan, perusahaan tidak hanya menguntungkan dirinya sendiri tetapi juga membantu pemangku kepentingan lain, seperti pemerintah, pemegang saham, kreditur, dan masyarakat umum. Suatu perusahaan juga bergantung pada dukungan yang diberikan oleh pemangku kepentingannya. Menurut teori ini, organisasi atau perusahaan akan mengungkapkan informasi lingkungan dan sosial secara sukarela untuk

menunjukkan fakta aktual dan fakta yang diakui oleh pemangku kepentingannya. Pengungkapan informasi CSR dianggap sebagai kontak antara pemilik dan pemangku kepentingan.

Perusahaan harus melindungi kepentingan pemegang sahamnya karena beberapa alasan: (1) Masalah lingkungan pada akhirnya akan merusak standar hidup dan kualitas hidup, dan (2) semua produk yang dijual harus ramah lingkungan. (3) Jika perusahaan menerapkan program dan kebijakan untuk wilayah sekitarnya, investor akan lebih tertarik untuk menanamkan modalnya di perusahaan.

Teori *stakeholder* ini bertujuan untuk membantu manajemen meningkatkan nilai perusahaan dengan melakukan tindakan yang produktif. Dengan demikian, manajemen dapat mengurangi dan meminimalkan risiko kerugian yang timbul ketika *stakeholder* perusahaan terlibat.

Pengembangan Hipotesis **Penyampaian Media terhadap pengungkapan CSR di Indonesia**

Media adalah sumber informasi lingkungan, dan mengkomunikasikan CSR melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Media juga dapat digunakan sebagai sarana publikasi perusahaan dan memberikan informasi bagi perusahaan (Hitipeuw & Kuntari 2020). Penyampaian informasi mengenai sosial dan lingkungan yang baik dan positif akan membawa kepercayaan dan pengakuan yang baik dari pihak-pihak yang berkepentingan. Oleh karena itu, penyampaian media berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan konsep dan bukti empiris yang diperoleh dari penelitian sebelumnya, hipotesis 1 yang diajukan adalah:

H₁: Penyampaian Media berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR di Indonesia.

Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan CSR di Indonesia

Perusahaan besar biasanya berada di bawah tekanan untuk mengungkapkan informasi yang lebih lengkap dan lebih banyak daripada bisnis kecil. Akibatnya, perusahaan besar lebih sering bertanggung jawab terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan. Akibatnya ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif untuk pengungkapan CSR.

Tanihatu (2016) melakukan studi empiris yang disebut "Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (CSR)" dengan menggunakan tiga variabel kontrol: ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan institusional dan manajemen tidak memengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hanya ukuran perusahaan, salah satu dari ketiga variabel kontrol, yang memengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian, ukuran perusahaan adalah satu-satunya variabel yang mendukung pengaruh variabel independen terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan konsep dan bukti empiris yang diperoleh dari penelitian sebelumnya, hipotesis 2 yang diajukan adalah

H₂: Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan pengungkapan CSR di Indonesia

Profitabilitas terhadap pengungkapan CSR di Indonesia

Rasio profitabilitas dengan proksi *Return On Sales Ratio* (ROS) adalah rasio yang menilai kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan atau laba selama periode waktu tertentu. ROS juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan, yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari pendapatan investasi atau penjualan. Bisnis dikatakan memiliki profitabilitas yang baik jika mereka dapat mencapai tujuan laba yang telah ditetapkan dengan menggunakan aktiva atau modal yang mereka miliki (Kasmir, 2015:114). Menurut Sembiring (2005), profitabilitas yang tinggi mendorong para stakeholder untuk lebih tertarik dan mengharapkan transparansi yang seharusnya diberikan oleh perusahaan. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dihasilkan perusahaan maka pengungkapan CSR akan cenderung semakin besar.

Berdasarkan konsep dan bukti empiris yang diperoleh dari penelitian sebelumnya, hipotesis 3 yang diajukan adalah

H₃: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR di Indonesia

Debt to EBITDA Ratio terhadap pengungkapan CSR di Indonesia

Karena biaya keagenan yang lebih tinggi untuk jenis struktur modal ini,

perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, menurut Anggriani (2006). Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki tanggung jawab untuk membuat pernyataan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih rendah. Seberapa jauh perusahaan menggunakan utang (*financial leverage*), menurut (Brigham dan Houston, 2006), akan memiliki konsekuensi yang signifikan. Salah satunya adalah: dengan memperoleh dana melalui hutang, pemegang saham dapat mempertahankan kontrol atas perusahaan dengan membatasi investasi yang mereka lakukan.

Ditarik hipotesis selanjutnya yang dapat diambil adalah

H₄: Debt to EBITDA Ratio berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR di Indonesia

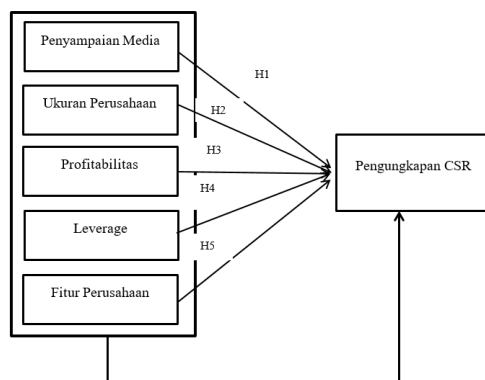
Fitur Perusahaan terhadap pengungkapan CSR di Indonesia

Menurut Adawiyah (2013), fitur industri adalah fitur yang dimiliki oleh suatu perusahaan yang berkaitan dengan bidang usaha, risiko bisnis, jumlah karyawan yang dimiliki, dan lingkungan perusahaan. Fitur-fitur ini membedakan perusahaan yang level tinggi dari yang rendah. Perusahaan level tinggi biasanya melakukan aktivitas yang berhubungan langsung dengan lingkungan dan masyarakat. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa perusahaan ini memodifikasi lingkungan dan memiliki dampak sosial yang negatif terhadap masyarakat atau *stakeholder* secara keseluruhan. Karena itu, pengungkapan CSR sangat penting sebagai cara bagi perusahaan untuk

mempertanggungjawabkan kegiatan operasional mereka (Sari, 2012). Karena visibilitas dan resiko yang lebih rendah, ciri-ciri perusahaan kecil tidak terlalu diperhatikan oleh masyarakat umum.

Ditarik hipotesis selanjutnya yang dapat diambil adalah:

H₅: Fitur Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR di Indonesia



Gambar 1. Kerangka Teoritis

Sumber: (Data Olan, 2023)

METODE PENELITIAN

Data kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Jenis data yang digunakan adalah seluruh informasi yang terkandung dalam laporan keuangan tahunan, penelitian dilakukan pada tahun 2018–2022 mencakup laporan CSR dan informasi terkait dengan perusahaan aneka industri. Informasi ini tersedia di website *www.idx.co.id* dan masing-masing website perusahaan. Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2018 hingga 2022 adalah subjek penelitian ini. Untuk pengambilan

sampel, metode *purposive* digunakan artinya untuk penentuan sampel dengan menggunakan kriteria-kriteria yang telah ditentukan dan yang dapat memberikan data-data secara maksimal sesuai tujuan penelitian. Karena penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* untuk pengambilan sampel, maka ada beberapa kriteria-kriteria yang harus dipenuhi perusahaan agar dapat digunakan sebagai sampel. Kriteria pada pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Kriteria Pemilihan Sampel

| Keterangan | n |
|---|--------------|
| 1. Perusahaan aneka industri yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2022 | 193 |
| 2. Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan tahunan yang lengkap | (163) (0) |
| 3. Perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR | |
| Jumlah sampel | 30 |

Sumber: (Data Olan, 2023)

Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan variabel penyampaian media, ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan fitur perusahaan sebagai variabel eksogen atau variabel independen. Sedangkan variabel

pengungkapan CSR sebagai variabel endogen atau variabel dependen (variabel terikat dengan variabel lainnya). Adapun operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Pengukuran Variabel-Variabel

| Variabel | Indikator | Rumus | Skala |
|-------------------|----------------|--|--------|
| Penyampaian Media | Media | Nilai 1 untuk perusahaan yang menerapkan CSR disitus resmi perusahaan. Nilai 0 untuk perusahaan yang menerapkan CSR disitus resmi perusahaan. | Metrik |
| Size Perusahaan | Size | $Ln \text{ Total Asset}$ | Metrik |
| Profitabilitas | ROS | $ROS = \frac{\text{laba sebelum pajak \& bunga}}{\text{sales}} 100\%$ | Metrik |
| Leverage | Debt to EBITDA | $\frac{\text{Debt to EBITDA}}{\text{total utang}} / \text{laba kotor} 100\%$ | Metrik |
| Fitur Perusahaan | Fitur | Nilai 1 untuk perusahaan berfitur tinggi yang memiliki tingkat kegiatan operasional dengan risiko besar atas dampak yang ditimbulkannya baik masyarakat & lingkungan. Nilai 0 untuk perusahaan berfitur rendah yang memiliki tingkat kegiatan operasional dengan risiko kecil atas dampak yang ditimbulkannya baik masyarakat & lingkungan. | Metrik |

Sumber: (Data Olahan, 2023)

Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Structural Equation Model* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). Dalam metode PLS-SEM, model evaluasi dilakukan dengan menilai *outer model* dan *inner model*. Evaluasi model pengukuran (*outer model*) dilakukan dengan menilai validitas konvergen dan diskriminan dari indikator pembentuk konstruk laten dan *composite reliability* serta *cronbach alpha* untuk blok indikatornya. Evaluasi model struktural (*inner model*) untuk memprediksi hubungan antar variabel

laten dan untuk menguji hipotesis. Kemudian evaluasi nilai *R-Square* untuk melihat besarnya persentase varian yang dijelaskan untuk konstruk laten endogen, lanjut ke pengujian *average variance extracted* menggunakan prosedur *resampling bootstrapping* untuk memperoleh stabilitas dari estimasi.

Uji hipotesis dilakukan dengan melihat nilai *path coefficients*, *t-statistic* dan nilai *p-values* dengan nilai signifikansi adalah 5% atau 0.05. Jika dari pengujian nilai *t statistic* > 1.96 dan *p-value* < 0.05 maka H_0 diterima sedangkan

jika nilai *t statistic* < 1.96 dan *p-value* > 0.05 maka H_0 ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil nilai *convergent validity* yang telah diperoleh dari variabel penelitian menunjukkan nilai *convergent validity* telah memenuhi standar dari *loading factor* yang telah ditentukan yaitu

lebih dari 0,70. Sedangkan pada tabel 4 menunjukkan bahwa nilai *Average Variance Extracted* (AVE) telah memenuhi standar yang telah ditentukan sebesar lebih dari 0,50. Semua indikator variabel pada penelitian ini disimpulkan valid untuk dilakukan ke tahap analisis berikutnya.

Tabel 3. Convergent Validity

| | CSR | DebtEBITDA | Media | ROS | SIZE | TIPE |
|------------|--------|------------|--------|--------|--------|--------|
| CSR | 1.000 | 0.062 | 0.234 | 0.106 | -0.114 | 0.144 |
| DebtEBITDA | 0.062 | 1.000 | 0.035 | 0.014 | 0.169 | 0.034 |
| Media | 0.234 | 0.035 | 1.000 | 0.009 | -0.042 | 0.638 |
| ROS | 0.106 | 0.014 | 0.009 | 1.000 | 0.036 | -0.025 |
| SIZE | -0.114 | 0.169 | -0.042 | 0.036 | 1.000 | 0.022 |
| TIPE | 0.144 | 0.034 | 0.638 | -0.025 | 0.022 | 1.000 |

Sumber: (Data Olahan, 2023)

Tabel 4. AVE

| | <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) |
|------------|---|
| CSR | 1.000 |
| DebtEBITDA | 1.000 |
| Media | 1.000 |
| ROS | 1.000 |
| SIZE | 1.000 |
| TIPE | 1.000 |

Sumber: (Data Olahan, 2023)

Berikutnya peneliti melakukan uji *discriminant validity* pada tabel 3 dapat diketahui bahwa semua variabel pada penelitian ini memiliki nilai *cross loading* dari masing-masing indikator variabel baik X dan Y sebesar 1.000.

Nilai tersebut telah memenuhi *discriminant validity* yang memiliki nilai > 0.70. Kemudian dilanjutkan melakukan uji reliabilitas dengan memperhatikan nilai dari *composite reliability*.

Tabel 5. Composite Reliability

| | <i>Composite Reliability</i> |
|------------|------------------------------|
| CSR | 1.000 |
| DebtEBITDA | 1.000 |
| Media | 1.000 |
| ROS | 1.000 |
| SIZE | 1.000 |
| TIPE | 1.000 |

Sumber: (Data Olahan, 2023)

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai *composite reliability* memiliki nilai 1.000 yang artinya nilai tersebut telah memenuhi ketentuan dan data dinyatakan telah reliabel serta dapat diandalkan untuk proses analisis selanjutnya.

Tabel 6. Inner Model

| Variabel Endogen | Nilai R-Square | Nilai Adjusted R ² |
|------------------|----------------|-------------------------------|
| CSR | 0.304 | 0.300 |

Sumber: (Data Olahan, 2023)

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai R-Square sebesar 0.304 yang menunjukkan model lemah dan persentase besarnya variabel CSR sebagai Y dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel Media (X1), Size (X2), ROS (X3), Debt EBITDA (X4) dan Tipe (X5) sebesar 30,4%. Sementara 69,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang ada di luar penelitian ini.

Tabel 7. Hasil Pengujian Hipotesis

| Hipotesis | Path Coefficients | T-Statistics (O/STDEV) | P-Values | Keterangan |
|------------------------|-------------------|------------------------|----------|------------------|
| H1 : MEDIA → CSR | 0.222 | 2.171 | 0.030 | Signifikan |
| H2 : SIZE → CSR | -0.121 | 1.501 | 0.134 | Tidak Signifikan |
| H3 : ROS → CSR | 0.107 | 2.058 | 0.043 | Signifikan |
| H4 : DEBT EBITDA → CSR | 0.073 | 1.375 | 0.170 | Tidak Signifikan |
| H5 : TIPE → CSR | 0.006 | 0.051 | 0.960 | Tidak Signifikan |

Sumber: (Data Olahan, 2023)

Berdasarkan tabel 7 dapat dijelaskan bahwa pengaruh langsung penyampaian media terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai *path coefficients* 0.222 dan *p-values* 0.030. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh langsung penyampaian media terhadap pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan sehingga H1 diterima. Pengaruh langsung variabel ukuran perusahaan (size) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai *path coefficients* -0.121 dan *p-values* 0.134. Hal ini menunjukkan pengaruh langsung ukuran perusahaan (size) terhadap pengungkapan CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan sehingga H2 ditolak. Pengaruh langsung *Return On Sales* (ROS) terhadap pengungkapan *Corporate*

Social Responsibility (CSR) memiliki nilai *path coefficients* 0.107 dan *p-values* 0.043. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh langsung ROS terhadap pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan sehingga H3 diterima. Pengaruh langsung variabel debt to EBITDA ratio terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai *path coefficients* 0.073 dan *p-values* 0.170. Hal ini menunjukkan pengaruh langsung debt to EBITDA ratio terhadap pengungkapan CSR berpengaruh positif dan tidak signifikan sehingga H4 ditolak. Pengaruh langsung variabel fitur perusahaan terhadap pengungkapan CSR memiliki nilai *path coefficients* 0.006 dan *p-values* 0.960. Hal ini menunjukkan pengaruh langsung fitur perusahaan terhadap pengungkapan CSR berpengaruh

positif dan tidak signifikan sehingga H5 ditolak.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah variabel penyampaian media berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR di Indonesia pada sektor aneka industri tahun 2018-2022. Variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR di Indonesia pada sektor aneka industri tahun 2018-2022. Variabel *Return On Sales* (ROS) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR di Indonesia pada sektor aneka industri tahun 2018-2022. Variabel *debt to EBITDA* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR di Indonesia pada sektor aneka industri tahun 2018-2022. Variabel fitur perusahaan yang diprosikan tipe baik *high profile* dan *low profile* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR di Indonesia pada sektor aneka industri tahun 2018-2022.

Bagi peneliti selanjutnya, dapat memperluas populasi dan sampelnya dengan menambahkan perusahaan-perusahaan yang berstatus swasta. Penelitian selanjutnya disarankan juga dapat mengubah indikator menjadi *Environmental, Social, and Governance* (ESG) sebagai variabel dependen dimana ESG ini kriteria yang digunakan untuk mengukur keberlanjutan perusahaan secara keseluruhan. Praktik prinsip ESG telah tercantum dalam Peraturan OJK Nomor 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten dan

Perusahaan Publik. Serta diharapkan dapat juga menambahkan indikator variabel intervening, moderasi maupun mediasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, B. (2017). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) (Studi Pada Bank Di Indonesia Periode Tahun 2007-2008). *Business*, 219–242.
- Adnantara, K. (2014). Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham Dan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan. *Buletin Studi Ekonomi*, 18(2), 107–113.
- Annisa, I. N., & Nazar, M. R. (2015). Pengaruh Struktur Kepemilikan dengan Variabel Kontrol Profitabilitas, Umur, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Di BEI Tahun 2011-2013). *E-Proceeding of Management*, 2(1), 313–322.
- Edison, A. (2017). Struktur Kepemilikan Asing, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Pengaruhnya Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr). *Bisma*, 11(2), 164.
- Erawati, T., & Sari, L. indah. (2021). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan, Manajemen Laba Dan Komite Audit Terhadap Pengungkapan CSR (Studi Empiris Perusahaan manufaktur subsektor Food and Beverage yang Tercantum

- di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019).
- Fahrizqi, A. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan. *Disability and Rehabilitation*, 20(1), 87–108. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2018.05.002%0A>.
- Fama, E. F., Jensen, M. C., Journal, S., & A, P. P. (2009). *Separation of Ownership and Control*.
- Florida, N., López, C., & Pocomucha, V. (2012). *CORE View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk*. 2(2), 35–43.
- Hasibuan, M. R. (2001). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) dalam Laporan Tahunan Emiten di BEJ dan BES, Tesis, Universitas Diponegoro*.
- Hitipeuw, S. D., & Kuntari, Y. (2020). Pengaruh Kepemilikan Saham Publik, Profitabilitas, dan Media terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Management & Accounting Expose*, 3(1), 40–51. <https://doi.org/10.36441/mae.v3i1.135>
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2019). Penyajian Laporan Keuangan. *Penyajian Laporan Keuangan*, 1, 24.
- Ngadiman, N., & Puspitasari, C. (2017). Pengaruh Leverage, Kepemilikan Institusional, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) Pada Perusahaan Sektor Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2010-2012. *Jurnal Akuntansi*, 18(3), 408–421. <https://doi.org/10.24912/ja.v18i3.273>
- Patricia, M. (2014). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, Set Kesempatan Investasi, Dan Arus Kas Bebas Terhadap Kebijakan Utang Perusahaan. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Pearce II, J. A. dan R. R. B. J. (2008). *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi dan pengendalian*.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2019). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Pohan, H. T. (2019). Analisis Pengaruh Kepemilikan Institusi, Rasio Tobin Q, Akrua Pilihan, Tarif Efektif Pajak, Dan Biaya Pajak Ditunda Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Publik. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuangan Publik*, 4(2), 113. <https://doi.org/10.25105/jipak.v4i2.4464>
- Rachim, N., Fahria, R., & Darmastuti, D. (2021). Pengaruh media exposure, kinerja keuangan, dan tax avoidance terhadap pengungkapan corporate social responsibility. *Business Management, Economic, and Accounting*, 2(Idx), 915–927.
- Reni, F., & Anggraini, R. (2006). Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi

- Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. *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)*, 21, 23–26.
- Rustiarini, N. I. W., & Akuntansi, J. (2011). Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 6(1).
- Sari, R. A. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 1(2). <https://doi.org/10.21831/nominal.v1i2.1002>
- Sembiring, E. R. (2006). JMAKSI_Jan_2006_05_Edy_Rismanda_Sembiring.pdf. In *Maksi* (Vol. 6).
- Tanihatu, A. R. (2016). Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI). *Jurnal Maneksi*, 5(1), 6–11.
- Watung, R., & Ilat, V. (2016). Pengaruh Return on Asset (Roa), Net Profit Margin (Npm), Dan Earning Per Share (Eps) Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Perbankan di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015. *Jurnal Riset Ekonomi*.
- Smith, Joe. (1999). One of Volvo's core values. [Online] Available: <http://www.volvo.com/environment/index.htm>
- Strunk, W., Jr., & White, E. B. (1979). *The elements of style* (3rd ed.). New York: Macmillan, (Chapter 4).
- Van der Geer, J., Hanraads, J. A. J., & Lupton R. A. (2000). The art of writing a scientific article. *Journal of Scientific Communications*, 163, 51-59