

**PENGARUH PENGUNGKAPAN MEDIA, KINERJA LINGKUNGAN DAN
KEPEMILIKAN ASING TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY***

*(Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Tahun 2014-2017)*

SKRIPSI



Oleh :

BIMA DWI DARMA

14043148/2014

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**“Pengaruh Pengungkapan Media, Kinerja Lingkungan, dan Kepemilikan Asing terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”
(Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2014-2017)**

Nama : Bima Dwi Darma
NIM/TM : 14043148/2014
Program Studi : Akuntansi
Keahlian : Keuangan
Fakultas : Ekonomi

Padang, Februari 2019

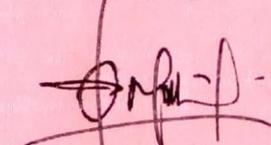
Disetujui Oleh:

Pembimbing I



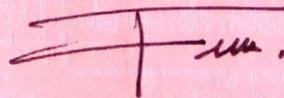
Fefri Indra Arza, SE, M.Sc, Ak
NIP 19730213 199903 1 003

Pembimbing II



Halmawati, SE, M.Si
NIP. 19740303 200812 2 001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Akuntansi



Fefri Indra Arza, SE, M.Sc, Ak
NIP 19730213 199903 1 003

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

*Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang*

Judul : Pengaruh Pengungkapan Media, Kinerja Lingkungan,
dan Kepemilikan Asing terhadap Pengungkapan
Corporate Social Responsibility
(Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan di Bursa
Efek Indonesia pada Tahun 2014-2017)

Nama : Bima Dwi Darma

Nim/TM : 14043148/2014

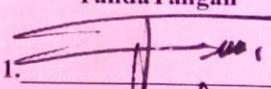
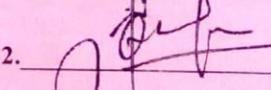
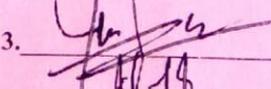
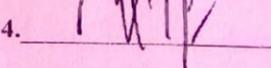
Jurusan : Akuntansi

Keahlian : Keuangan

Fakultas : Ekonomi

Padang, Februari 2019

Tim Penguji:

No	Jabatan	Nama	TandaTangan
1	Ketua	: Fefri Indra Arza, SE, M.Sc, Ak	1. 
2	Sekretaris	: Halmawati, SE, M.Si	2. 
3	Anggota	: Dr. Erinos NR, M. Si. Ak	3. 
4	Anggota	: Nayang Helmayunita, SE, M. Sc	4. 

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bima Dwi Darma
NIM/Tahun Masuk : 14043148/2014
Tempat/Tgl. Lahir : Sarolangon / 5 Juni 1995
Program Studi : Akuntansi
Keahlian : Akuntansi Keuangan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Komplek Mega Permai 1 blok A4 nomor 14 Lubuk Buaya
No. HP/Telp : 083164731884/-
Judul Skripsi : Pengaruh Pengungkapan Media, Kinerja Lingkungan Dan Kepemilikan Asing Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis/skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (Sarjana), baik di UNP maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis/skripsi ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Pada karya tulis/skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan cara menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh tim pembimbing, tim penguji dan ketua jurusan.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima **sanksi akademik** berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Padang, 9 Februari 2019



Bima Dwi Darma
14043148/2014

ABSTRAK

BIma Dwi Darma : **Pengaruh Pengungkapan Media, Kinerja Lingkungan Dan Kepemilikan Asing Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility**

Pembimbing : **Fefri Indra Arza, SE, M.Sc, Ak Halmawati, SE, M.Si**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengungkapan media, kinerja lingkungan dan kepemilikan asing terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu sebanyak 41 perusahaan. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* sebanyak 36 perusahaan. Analisis dilakukan dengan menggunakan model regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Pengungkapan media berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, (2) Kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, (3) Kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Kata kunci: Pengungkapan Media, Kinerja Lingkungan, Kepemilikan Asing, dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

This study aims to see the effect of media exposure, environmental performance, and foreign ownership to corporate social responsibility disclosure. The population in this study are all mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) that is as many as 41 companies. The sample in this research use sampling technique purposive sampling counted 36 company. The analysis was done by using multiple regression model.

The results of this study indicate that: (1) Media Exposure effect the disclosure of corporate social responsibility. (2) environmental performance has no effect on corporate social responsibility disclosure. (3) foreign ownership has no effect on corporate social responsibility disclosure

Keywords: *Media Exposure, Environmental Peformance, Foreign Ownership, and Corporate Social Responsibility Disclosure.*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh Pengungkapan Media, Kinerja Lingkungan Dan Kepemilikan Asing Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017)**”. Shalawat beriringan salam tak lupa penulis ucapkan kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi manusia untuk menuju kebaikan.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Penulis mengucapkan terima kasih secara khusus kepada Bapak Fefri Indra Arza, SE, M.Sc, Ak selaku pembimbing I dan Ibu Halmawati, SE, M.Si selaku pembimbing II yang telah memberikan waktu dan saran dalam penyelesaian skripsi ini. Selain itu, penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, Bapak Dr. Idris, M.Si serta para wakil dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan fasilitas dan izin dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Fefri Indra Arza, SE, M.Sc, Ak selaku Ketua Jurusan dan dosen Pembimbing Akademik (PA) serta Bapak Henri Agustin, SE, M.Sc, Ak selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
3. Bapak dan Ibu Dosen serta Staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan pengetahuan yang bermanfaat selama penulis melakukan perkuliahan.
4. Bapak dan Ibu Staf tata usaha yang memberikan kelancaran serta Bapak dan Ibu staf perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang memberikan penulis kemudahan dalam mendapatkan bahan bacaan.
5. Teman-teman Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang angkatan 2014 yang telah memberikan semangat dan dorongan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

Semoga bantuan, bimbingan dan petunjuk yang Bapak/Ibu dan rekan-rekan berikan menjadi amal ibadah dan mendapatkan balasan yang berlipat ganda

dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki, maka penulis memohon adanya saran dan kritikan yang membangun dari pembaca untuk kesempurnaan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan khususnya bagi penulis, Amiin.

Padang, Februari 2019

Bima Dwi Darma

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6

BAB II KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori.....	8
B. Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis	23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	27
B. Objek Penelitian.....	27
C. Populasi dan Sampel	27
D. Jenis Data dan Sumber Data	29
E. Teknik Pengumpulan Data.....	29
F. Variabel Penelitian dan Pengukuran	30
G Teknik Analisis Data	39

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Objek Penelitian.....	44
B. Deskripsi Variabel Penelitian	45
C. Teknik Analisis Data.....	53
D. Uji Hipotesis	62
E. Pembahasan.....	63

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	67
B. Keterbatasan.....	68
C. Saran	68

DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

3.1 Kriteria Pemilihan Sampel.....	28
3.2 Indikator Pengungkapan CSR GRI G4	31
4.1 CSR Disclosure Perusahaan Pertambangan tahun 2014-2017.....	47
4.2 Pengungkapan Media Perusahaan Pertambangan tahun 2014-2017.....	49
4.3 Kinerja Lingkungan Perusahaan Pertambangan tahun 2014-2017	51
4.4 Kepemilikan Asing Perusahaan Pertambangan tahun 2014-2017	52
4.5 Deskriptif Statistik	54
4.6 Uji Normalitas.....	55
4.7 Uji Multikolinearitas	57
4.9 Uji Autokolerasi.....	58
4.10 Uji Adjusted R ²	59
4.11 Uji F	60
4.12 Regresi Berganda.....	61

DAFTAR GRAFIK

4.8 Uji Heterokedastisitas Scatterplot	57
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Tabulasi Sampel	73
2. Tabulasi Pengungkapan CSR	78

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan selalu berorientasi untuk mencapai keuntungan semaksimal mungkin, salah satu cara yang dilakukan perusahaan yaitu dengan membangun citra yang baik di masyarakat dengan memberikan perhatian kepada lingkungan atau tanggung jawab sosial, yang lebih dikenal dengan *corporate social responsibility*. *Corporate social responsibility* merupakan suatu konsep dalam organisasi atau perusahaan yang memiliki berbagai tanggung jawab terhadap berbagai pemangku kepentingan seperti karyawan, pemegang saham, konsumen, masyarakat, dan lingkungan sekitar (Respati dan Hadiprajitno, 2012). Konsep CSR muncul dikarenakan terjadinya kerusakan yang diakibatkan oleh kegiatan operasional perusahaan, sehingga adanya tuntutan dan harapan dari masyarakat mengenai peran perusahaan terhadap lingkungan sekitar.

Perusahaan memiliki tujuan tersendiri dalam melakukan CSR, tujuannya adalah untuk memperoleh keunggulan kompetitif, untuk memenuhi ketentuan kontrak pinjaman dan memenuhi ekspektasi masyarakat, untuk melegitimasi tindakan perusahaan, dan untuk menarik investor (Deegan dan Blomquist, 2001; Hasnas, 1998; Ullman, 1985; Patten, 1992; dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Perusahaan juga mendapat keuntungan lain selain keunggulan kompetitif dari melakukan tanggung jawab sosialnya diantaranya adalah meningkatkan citra positif perusahaan, akses modal, mempertahankan sumber daya manusia yang

berkualitas dan mempermudah pengelolaan manajemen resiko (Daniri, 2008 dalam Karima, 2014).

Permasalahan-permasalahan sosial yang dihadapi oleh perusahaan di Indonesia terjadi karena lemahnya penegakan peraturan tentang tanggung jawab sosial perusahaan, misalnya tentang aturan ketenagakerjaan, pencemaran lingkungan, perimbangan bagi hasil suatu industri dalam era otonomi daerah (Eka, 2011). Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (revisi 2009) paragraf 12 menjelaskan pengungkapan CSR melalui laporan tahunan perusahaan kepada publik masih bersifat sukarela. Pengungkapan informasi sosial yang belum diwajibkan dalam PSAK menimbulkan praktik pengungkapan informasi yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat *voluntary* (sukarela), *unaudited* (belum diaudit), dan *unregulated* (tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu) (Eka, 2011).

Pemerintah mengeluarkan peraturan yang terkait tanggung jawab sosial, yang diatur dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007 pasal 74 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan dan Peraturan Pemerintah No. 47 tahun 2012 pasal 2. Peraturan di atas menunjukkan bentuk kepedulian pemerintah terhadap masalah-masalah sosial yang merupakan bentuk pertanggung jawaban sosial perusahaan, tetapi belum ada standar mengenai seberapa banyak tanggung jawab sosial yang harus diungkap. Nurkhin (2009) menemukan bahwa tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia tergolong masih rendah. Standar pengungkapan

tanggung jawab sosial bagi dewan direksi perusahaan yang belum memiliki acuan menjadi salah satu penyebab dari hal tersebut.

Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga berkembang dengan dimasukkannya variabel-variabel yang dianggap berpengaruh yaitu media. Media menyediakan informasi bagi perusahaan dan dapat pula sebagai alat publikasi serta sosialisasi yang digunakan oleh perusahaan (Andriany, dkk, 2017). Media telah banyak digunakan oleh perusahaan pada saat ini untuk menyediakan informasi. Bentuk-bentuk informasi yang bisa dikomunikasikan perusahaan melalui media salah satunya adalah kegiatan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan. Pengkomunikasian CSR melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Respati (2015) mengatakan pengungkapan media memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan penelitian Nur (2012) mengatakan pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Kinerja lingkungan sangat dipengaruhi oleh sejauh mana dorongan yang dilakukan perusahaan terhadap pengelolaan lingkungan. Kinerja lingkungan juga akan mencapai level yang tinggi apabila perusahaan secara proaktif melakukan berbagai tindakan manajemen lingkungan yang terkendali (Oktalia, 2014). Berdasarkan *discretionary disclosure* teori, pelaku lingkungan yang baik percaya bahwa dengan mengungkapkan

performance mereka berarti menggambarkan *good news* bagi pelaku pasar. Oleh karena itu, perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik perlu mengungkapkan informasi lebih banyak dan mutu lingkungan yang lebih dibandingkan dengan perusahaan dengan kinerja lingkungan yang lebih buruk. Penelitian Wulandari (2017) dan Raharja (2012) mengatakan kinerja lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan penelitian Wijaya (2012) mengatakan kinerja lingkungan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Kepemilikan asing dalam perusahaan merupakan pihak yang dianggap concern terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan (Machmud dan Djakman, 2008). Investor asing memiliki kriteria yang bersifat sosial dalam setiap keputusan investasinya dan memiliki keterkaitan dengan keberlangsungan jangka panjang perusahaan (Nilasari, 2015). Perusahaan yang memiliki kepemilikan asing yang besar akan menungkapkan informasi *corporate social responsibility* lebih luas sehingga mempengaruhi pengungkapan. Penelitian Rustiani (2011) mengatakan kepemilikan asing berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan penelitian Karima (2014) mengatakan kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Penelitian-penelitian empiris terdahulu dengan variabel dan hasil yang beragam, peneliti tertarik untuk menguji kembali tentang pengungkapan *corporate social responsibility*. Pada penelitian ini pengungkapan *corporate social responsibility* diukur dengan merujuk standar pengungkapan *corporate social responsibility* oleh GRI (*Global Reporting Initiative*) (GRI-G4) dengan indikator pengungkapan sebanyak 91 item, sedangkan penelitian terdahulu banyak menggunakan (GRI-G3) yang mempunyai indikator sebanyak 71 item. Berdasarkan uraian di atas peneliti mengangkat judul **Pengaruh Pengungkapan Media, Kinerja Lingkungan dan Kepemilikan Asing terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2014-2017.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka disusunlah rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pengungkapan media terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2014-2017 ?
2. Bagaimana pengaruh kinerja lingkungan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2014-2017 ?

3. Bagaimana pengaruh kepemilikan asing terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2014-2017 ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah untuk menguji secara empiris :

1. Pengaruh pengungkapan media terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2014-2017.
2. Pengaruh kinerja lingkungan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2014-2017.
3. Pengaruh kepemilikan asing terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2014-2017.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan dan wawasan baru bagi penulis tentang pengaruh pengungkapan media, kinerja lingkungan dan kepemilikan asing terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

2. Bagi objek penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi dalam pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan mengenai pengungkapan *corporate social responsibility* dalam laporan tahunan yang disajikan.

3. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan referensi bagi pihak perguruan tinggi yang akan berguna bagi penelitian selanjutnya oleh mahasiswa maupun referensi lain bagi pihak yang memerlukannya.

BAB II

KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori

1. Agency Theory

Prinsip utama pada teori agensi menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang (*principal*) yaitu investor, dengan pihak yang menerima wewenang (agensi) yaitu manajer dalam bentuk kontrak kerja sama yang disebut *nexus of contract* (Raharja, 2012). Pemilik (*principal*) diartikan sebagai pihak yang membuat kontrak dan manajer (agen) diartikan sebagai pihak yang menerima wewenang untuk mengelola perusahaan.

Teori agensi juga menjelaskan mengenai masalah asimetri informasi (*information asymmetric*). Asimetri informasi yaitu suatu keadaan dimana terdapat ketidakseimbangan perolehan informasi antara pihak manajemen sebagai penyedia informasi dengan pihak pemegang saham dan *stakeholder* pada umumnya sebagai pengguna informasi (Prasetio dan Suryono, 2016). Manajer (agen) sebagai pengelola perusahaan lebih banyak mengetahui informasi internal perusahaan serta prospek perusahaan di masa mendatang dibandingkan pemilik (*principal*). Manajer memberikan informasi mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik, akan tetapi informasi yang diberikan oleh manajer tidak sesuai dengan kondisi perusahaan yang sebenarnya atau informasi yang diterima oleh pemilik berbeda dengan kebutuhan yang diinginkan oleh pemilik sehingga menimbulkan asimetri informasi.

Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan adanya konflik kepentingan dalam hubungan keagenan. Konflik kepentingan ini terjadi

dikarenakan perbedaan tujuan dari masing-masing pihak berdasarkan posisi dan kepentingan terhadap perusahaan. Manager sebagai agen, bertanggung jawab secara moral untuk mengoptimalkan keuntungan para pemilik, akan tetapi manager juga menginginkan untuk selalu memperoleh kompensasi sesuai kontrak.

Konflik kepentingan antara investor dan manager menyebabkan munculnya *agency cost* yaitu biaya monitoring (*monitoring cost*) yang dikeluarkan oleh *principal*. *Agency cost* dibagi ke dalam tiga bentuk, yaitu *monitoring costs* yang merupakan biaya untuk memonitor perilaku manager, *bonding costs* yang merupakan biaya untuk membentuk mekanisme untuk menjamin bahwa manager akan bertindak sesuai dengan kepentingan pemegang saham dan *residual loss* yang merupakan biaya untuk mendorong manager bertindak sesuai dengan kemampuannya untuk kepentingan pemegang saham (Afriadi, 2016).

Teori agensi juga menyatakan bahwa konflik kepentingan antara agen dan *principal* dapat dikurangi dengan mekanisme pengawasan yang dapat menyelaraskan berbagai kepentingan yang ada dalam perusahaan. Mekanisme pengawasan yang bisa dilakukan di dalam teori agensi adalah dengan menggunakan mekanisme *Good Corporate Governance* (GCG). GCG sebagai suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan diharapkan dapat memberikan kepercayaan terhadap manajemen dalam mengelola kekayaan pemilik, sehingga dapat meminimalkan konflik kepentingan dan meminimumkan biaya keagenan. Kepemilikan asing

merupakan salah satu bagian dari struktur kepemilikan. Rustiarini (2008) menyatakan bahwa struktur kepemilikan merupakan salah satu aspek *corporate governance* yang dipandang sebagai mekanisme kontrol yang tepat untuk mengurangi konflik keagenan karena dapat meningkatkan proses monitoring dalam perusahaan.

2. Teori Legitimasi

Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat (Ghozali dan Chariri, 2007). Legitimasi suatu organisasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (Asforth dan Gibs, 1990 dalam Ghozali dan Chariri, 2007).

Teori legitimasi dilandasi oleh “kontrak sosial” yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan beroperasi dalam lingkungan eksternal yang berubah secara konstan dan perusahaan berusaha meyakinkan bahwa perilaku mereka sesuai dengan batas-batas dan norma masyarakat (Michelon dan Parbonetti, 2010). Norma perusahaan selalu berubah mengikuti perubahan dari waktu ke waktu sehingga perusahaan harus mengikuti perkembangannya.

Kegiatan perusahaan harus memiliki nilai-nilai sosial yang selaras dengan nilai-nilai masyarakat. Ketika nilai-nilai yang dianut perusahaan berbeda dengan nilai-nilai yang dijalankan masyarakat legitimasi perusahaan

akan berada pada posisi terancam. Perbedaan antara nilai-nilai perusahaan dan nilai-nilai masyarakat sering disebut sebagai *legitimacy gap* dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk melanjutkan kegiatan usahanya (Ghozali dan Chariri, 2007).

Teori legitimasi juga menjelaskan bahwa praktik pengungkapan tanggung jawab perusahaan harus dilaksanakan sedemikian rupa agar aktivitas dan kinerja perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Guna melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis sosial dan pengungkapan informasi lingkungan. Selain pengungkapan berbasis sosial kegiatan perusahaan juga dapat menimbulkan dampak sosial dan lingkungan, sehingga praktik pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan alat manajerial yang digunakan perusahaan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan. Praktik pengungkapan sosial dan lingkungan dapat dipandang sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik untuk menjelaskan berbagai dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan baik dalam pengaruh yang baik maupun dampak yang buruk. Pengungkapan sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan sebaiknya dimuat di salah satu media perusahaan baik media cetak maupun media elektronik sehingga masyarakat lebih mudah mengakses informasi tersebut.

Salah satu bentuk menghindari *legitimacy gap* dengan adanya program PROPER yang dilaksanakan kementerian lingkungan hidup. Pelaksanaan proper ini sebagai bentuk penilaian kepada perusahaan terhadap

pengelolaan lingkungannya dengan standar-standar yang telah ditetapkan oleh kementerian lingkungan hidup, sehingga terdapat peringkat-peringkat yang menjelaskan bagaimana perusahaan tersebut mengelola lingkungannya. Hasil proper yang dikeluarkan oleh kementerian lingkungan hidup akan menjadi landasan bagi masyarakat untuk menilai dan mengaktualisasikan hak berperan dalam bidang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup.

3. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

The World Business Council for Sustainable Development

(WBCSD) dalam Rustiarini, (2011) mendefinisikan CSR atau Tanggung jawab Sosial Perusahaan, sebagai :

“Continuing commitment by business to be have ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large.”

Pernyataan yang diungkapkan WBCSD tersebut merupakan sebuah bentuk komitmen di dalam dunia usaha untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas.

Definisi lain mengenai CSR yang mengacu pada CSR-Asia (www.csr-asia.com), pengertian *corporate social responsibility* adalah komitmen perusahaan untuk beroperasi dengan cara yang terus-menerus secara ekonomi, sosial dan lingkungan dengan seimbang menurut berbagai kepentingan dari *stakeholder*. Selama ini belum ada satu teori tunggal yang

diterima untuk menjelaskan akuntansi sosial dan lingkungan, sehingga masih banyak terdapat variasi dalam hal perspektif teoritis yang dapat diadopsi.

Definisi mengenai CSR secara etimologis di Indonesia kerap diterjemahkan sebagai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Namun setelah tanggal 16 Agustus 2007, CSR di Indonesia telah diatur melalui Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang menggantikan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas yang selanjutnya disingkat UUPT bahwa CSR yang dikenal dalam undang-undang ini sebagaimana yang termuat dalam Pasal 1 Ayat 3 yang berbunyi, Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

John Elkington dalam Wibisono (2007) pada tahun 1997 melalui bukunya "*Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*" mengenalkan istilah *triple bottom line*. Elkington mengembangkan konsep *triple bottom line* dalam istilah *economic prosperity*, *environmental quality* dan *social justice*. Elkington memberi pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan haruslah memperhatikan "3P". Selain mengejar *profit*, perusahaan juga harus

memperhatikan dan terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Aspek-aspek yang terdapat dalam *triple bottom line* diantaranya:

- a. *Profit*. *Profit* merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha. Tak heran bila fokus utama dari seluruh kegiatan dalam perusahaan dalam adalah mengejar *profit* atau mendongkrak harga saham setinggi-tingginya, baik secara langsung maupun tidak langsung. *Profit* sendiri pada hakikatnya merupakan tambahan pendapatan yang dapat digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Sedangkan aktivitas yang dapat ditempuh untuk mendongkrak *profit* antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya, sehingga perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif yang dapat memberikan nilai tambah semaksimal mungkin.
- b. *People*. Menyadari bahwa masyarakat sekitar perusahaan merupakan salah satu *stakeholder* penting bagi perusahaan, karena dukungan masyarakat sekitar sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan, maka sebagai bagian yang tak terpisahkan dengan masyarakat lingkungan, perusahaan perlu komitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat. Selain itu, juga perlu disadari bahwa operasi perusahaan perlu untuk melakukan

berbagai kegiatan yang menyentuh kebutuhan masyarakat. Intinya, jika ingin eksis dan akseptabel perusahaan harus menyertakan pula tanggung jawab yang bersifat sosial.

- c. *Planet*. Jika perusahaan ingin tetap eksis maka harus disertakan pula tanggung jawab kepada lingkungan. Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan kita. Namun sayangnya, sebagian besar dari kita masih kurang peduli dengan lingkungan sekitar. Hal ini antara lain disebabkan karena tidak ada keuntungan langsung didalamnya. Keuntungan merupakan inti dari dunia bisnis dan itu merupakan hal yang wajar. Maka, kita melihat banyak pelaku industri yang hanya mementingkan bagaimana menghasilkan uang sebanyak-banyaknya tanpa melakukan upaya untuk melestarikan lingkungan. Padahal dengan melestarikan lingkungan, mereka justru akan memperoleh keuntungan yang lebih, terutama dari sisi kesehatan, kenyamanan, disampingkan ketersediaan sumber daya yang lebih terjamin kelangsungannya.

Di negara Indonesia CSR telah dirumuskan kedalam suatu regulasi yakni dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 pasal 74 Tentang “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”, maka dapat dikatakan bahwa prinsip pelaksanaan CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan di Indonesia adalah bersifat *mandatory disclosure*. Standar pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia merujuk pada standar yang diterapkan GRI

(*Global Reporting Initiative*) (GRI-G4). Standar GRI dipilih karena standar GRI ini lebih fokus pada standar pengungkapan sebagai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas dan pemanfaatan *sustainability report*. Dalam standar GRI, indikator kinerja dibagi menjadi dua komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan hidup dan sosial yang mencakup hak asasi manusia, praktek ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk dan masyarakat.

4. Pengungkapan Media

Bagi perusahaan yang menyadari pentingnya suatu pengungkapan pasti akan memikirkan berbagai macam cara untuk memberikan informasi yang sebenarnya kepada *stakeholder*, termasuk informasi mengenai pengungkapan lingkungan perusahaan. Pengkomunikasikan pengungkapan lingkungan melalui media diharapkan dapat mempermudah masyarakat untuk mengetahui aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga perusahaan akan mendapatkan kepercayaan dan legitimasi dari masyarakat.

Menurut Respati (2015) menyatakan bahwa pengungkapan media adalah bagaimana cara perusahaan memanfaatkan media yang tersedia untuk mengkomunikasikan identitas serta informasi mengenai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Suatu perusahaan bisa mengkomunikasikan kegiatan-kegiatannya dengan memanfaatkan

berbagai media, salah satu kegiatan yang bisa dikomunikasikan adalah pengungkapan lingkungan perusahaan.

Menurut Fahmi (2015) menyatakan pengungkapan media merupakan alat bagi perusahaan untuk melakukan komunikasi dengan *stakeholder* dalam menyampaikan informasi dan prospek perusahaan, Jika perusahaan ingin mendapat kepercayaan dan legitimasi melalui kegiatan sosial dan lingkungan, maka perusahaan harus mempunyai kapasitas untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan berkomunikasi dengan pemangku kepentingannya secara efektif.

Berdasarkan kepada pengertian tersebut diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pengungkapan media merupakan sebuah sarana komunikasi bagi suatu perusahaan dalam memberikan informasi kepada *stakeholder* untuk mendapatkan sebuah kepercayaan dan legitimasi dari *stakeholder* tersebut. Media memiliki peran aktif dalam memberikan riwayat pelaporan keuangan dan menyusunnya untuk menggambarkan nilai dari suatu perusahaan, sehingga secara tidak langsung media juga mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan.

Lattimore *et al.* (2010:160) mengklasifikasikan media sebagai media terkontrol dan tidak terkontrol.

a. Media terkontrol

Media terkontrol dapat berupa publikasi internal, surat langsung, poster, dan iklan. Perusahaan biasanya memperkenalkan

praktisi *public relations* untuk mendikte apa yang akan dipublikasikan serta bagaimana menyampaikan pesan kepada audiens utamanya.

b. Media tidak terkontrol

Media tidak terkontrol merupakan media yang isinya dibuat orang lain seperti surat kabar, televisi dan radio. Lattimore *et al.* (2010:203) juga menambahkan terdapat dua media terkontrol yang telah menjadi media penting bagi kampanye *public relation* pada beberapa tahun terakhir yaitu penggunaan *World Wide Web* dan periklanan. *World Wide Web* dianggap sebagai media massa *public relations* pertama karena media ini memungkinkan komunikasi yang tertata mengalir langsung antara organisasi dengan audiensi. Media baru ini sebagai alat komunikasi *publik relation*, telah memacu peningkatan minat dalam membangun hubungan melalui internet.

Soemirat & Ardianto (2010:194-196) mengungkapkan melalui internet dapat menentukan spesifikasi target bisnis berdasarkan hubungan dengan komunitas. Cara paling mudah yaitu dengan menggunakan *web* untuk mempublikasikan tentang laporan apa saja yang dilakukan perusahaan dalam membina hubungan komunitas. Laporan tahunan melalui *web* dapat memberikan nilai tambah yang berarti bagi analisis saham, investor, pialang. Penyajian informasi secara *online* kepada para investor dan anggota komunitas finansial dapat membantu mengakses fakta dan data dengan sendirinya.

5. Kinerja lingkungan

Kinerja lingkungan merupakan kinerja perusahaan yang berfokus pada aktivitas suatu perusahaan untuk melestarikan lingkungan dan mengurangi dampak lingkungan yang ditimbulkan akibat aktivitas tersebut (Haryati & Rahardjo, 2013:3). Scruggs (2003:4) mengungkapkan bahwa kinerja lingkungan yang baik dapat didefinisikan sebagai kemajuan atau pencapaian situasi di mana penarikan masyarakat dari persediaan sumber daya alam tidak mencegah generasi masa depan memiliki persediaan yang setara.

Menurut Suratno, dkk (2006) mengatakan bahwa kinerja lingkungan adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik. Perusahaan memberikan perhatian terhadap lingkungan sebagai wujud tanggung jawab dan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan. Hubungan antara kinerja lingkungan dengan teori legitimasi adalah kinerja lingkungan yang baik harus dimiliki oleh perusahaan sebagai upaya mewujudkan organisasi yang ramah lingkungan atau peduli terhadap lingkungan sekitar, sehingga dapat meningkatkan legitimasi perusahaan di mata masyarakat. Organisasi standar internasional mengungkapkan bahwa dalam pencapaian kinerja lingkungan yang baik, harus menerapkan sistem manajemen lingkungan yang baik pula.

Selama ini pengukuran mengenai kinerja lingkungan perusahaan masih belum mencapai kesepakatan final. Pengukuran kinerja lingkungan pada setiap negara berbeda-beda tergantung situasi dan kondisi lingkungan masing-masing. Pemerintahan Indonesia pada tahun 1995 melalui

kementerian lingkungan hidup telah menerapkan PROPER sebagai alat ukur untuk menentukan kinerja lingkungan perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia dalam bentuk peringkat (Tamba, 2011). Setiap tahun pemerintah mengadakan evaluasi PROPER atas pemenuhan standar lingkungan hidup yang dilakukan oleh perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sarumpaet (2005), menemukan bahwa *rating* PROPER yang disediakan oleh pemerintah cukup terpercaya untuk dijadikan ukuran kinerja lingkungan karena PROPER memiliki kesesuaian dengan sertifikasi internasional dibidang lingkungan, yaitu ISO 14001.

Publikasi PROPER Tahun 2015 menjelaskan bahwa peserta PROPER bersifat selektif, yaitu ditujukan kepada industri yang memberikan dampak besar dan luas terhadap lingkungan serta peduli dengan citra atau reputasi perusahaannya. Soerjani *et al.* (2007:199) menyebutkan jenis industri yang menjadi prioritas dari penilaian PROPER:

a. Manufaktur, prasarana dan jasa

Adapun subsektor perusahaan yang termasuk meliputi perusahaan dibidang pulp dan kertas, tekstil, semen, otomotif, peleburan besi dan baja, MSG, alkohol, industri kimia dasar, kawasan industri dan sejenis lainnya.

b. Pertambangan, energi dan migas

Subsektor yang termasuk yaitu pertambangan mineral, batu bata, pembangkit energi, eksplorasi dan produksi, pengolahan dan distribusi minyak dan gas serta sejenisnya.

c. Hasil pertanian dan perhutanan

Subsektornya terdiri dari perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan kelapa sawit, pabrik gula, kayu lapis, karet, tapioka dan sejenisnya.

Dasar hukum pelaksanaan PROPER adalah Keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor:127/MENLH/2002 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan (PROPER). Keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup, selanjutnya diperbaharui melalui penerbitan Keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor: 250 tahun 2004 tentang Perubahan atas Kepmen Nomor: 127/MENLH/2002 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup. PROPER dapat dijadikan pilihan dalam mengukur kinerja lingkungan perusahaan yang ada di Indonesia. Informasi mengenai kinerja lingkungan perusahaan dikomunikasikan dengan menggunakan simbol warna untuk memudahkan penyerapan informasi oleh masyarakat. Berikut adalah penjelasan mengenai simbol warna dari peringkat PROPER suatu perusahaan.

WARNA	PENJELASAN
EMAS	Peringkat ini diberikan kepada perusahaan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan dalam proses produksi atau jasa, serta melaksanakan

	bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat.
HIJAU	Peringkat yang ditujukan kepada perusahaan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (<i>beyond compliance</i>) melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan dan mereka telah memanfaatkan sumber daya secara efisien serta melaksanakan tanggung jawab sosial dengan baik.
BIRU	Peringkat untuk perusahaan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan, yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan atau peraturan perundangundangan yang berlaku.
MERAH	Peringkat bagi perusahaan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan tetapi belum sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundangundangan.
HITAM	Peringkat yang diberikan kepada perusahaan yang dalam melakukan usaha dan/atau kegiatannya, telah dengan sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian sehingga mengakibatkan terjadinya pencemaran atau kerusakan lingkungan, serta melanggar peraturan perundang-undangan yang berlaku dan/atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

Sumber: Keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor: 250 tahun 2004

6. Kepemilikan Asing

Kepemilikan saham asing adalah jumlah saham yang dimiliki oleh pihak asing (luar negeri) baik oleh individu maupun lembaga terhadap saham perusahaan di Indonesia (Rustiarini, 2011). Kepemilikan asing dianggap sebagai pihak yang *concern* terhadap program *corporate social responsibility* (CSR). Negara-negara di Eropa sangat memperhatikan isu sosial misalnya hak asasi manusia, pendidikan, tenaga kerja, dan lingkungan seperti efek rumah kaca, pembalakan liar, serta pencemaran air. Hal ini menjadikan perusahaan multinasional mulai mengubah

perilaku mereka dalam beroperasi demi menjaga legitimasi dan reputasi perusahaan (Fauzi, 2006). Bank-bank di Eropa juga menerapkan kebijakan dalam pemberian pinjaman hanya kepada perusahaan yang mengimplementasikan CSR dengan baik (Daniri, 2008).

B. Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis

1. Hubungan Pengungkapan Media terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Media merupakan pusat perhatian masyarakat luas mengenai sebuah perusahaan. Pengkomunikasian kegiatan CSR melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat sesuai dengan teori legitimasi yang menjelaskan bahwa perusahaan beroperasi dalam lingkungan eksternal yang berubah secara konstan dan perusahaan berusaha meyakinkan bahwa perilaku mereka sesuai dengan batas-batas dan norma masyarakat. Perusahaan dapat mengungkapkan aktivitas *corporate social responsibility* melalui berbagai media. Ratnasari (2012) menyatakan bahwa media internet (*web*) merupakan media yang efektif dengan didukung oleh para pemakai internet yang mulai meningkat. Harapan pengungkapan CSR perusahaan melalui media internet adalah agar masyarakat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Penelitian oleh Respati (2015) yang meneliti pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014 menjelaskan bahwa pengungkapan media memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, hasil penelitian tersebut

didukung oleh Andriyani, dkk (2017) yang meneliti pada perusahaan BUMN di Indonesia tahun 2014-2015 menjelaskan secara simultan pengungkapan media memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibiliy*. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan hipotesis pertama adalah:

H₁: Pengungkapan media berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibiliy*.

2. Hubungan Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibiliy*

Kinerja lingkungan merupakan kinerja perusahaan yang berfokus pada aktivitas suatu perusahaan untuk melestarikan lingkungan dan mengurangi dampak lingkungan yang ditimbulkan akibat aktivitas tersebut (Haryati & Rahardjo, 2013:3). Menurut Verrecchia (1983) dalam Rakhimah dan Agustia (2009), dengan *discretionary disclosure* teorinya mengatakan pelaku lingkungan yang baik percaya bahwa dengan mengungkapkan kinerja lingkungan mereka berarti menggambarkan *good news* bagi pelaku pasar. Jadi, perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik akan mengungkapkan informasi tentang lingkungan lebih luas.

Penelitian oleh Raharja (2012) yang meneliti pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2008-2010 menjelaskan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibiliy*, hasil penelitian tersebut didukung oleh Wulandari (2015) meneliti pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2015 menjelaskan bahwa kinerja lingkungan

berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan hipotesis kedua adalah:

H₂: Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap pengungkapan

Corporate Social Responsibility

3. Hubungan Kepemilikan Asing terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Asimetri informasi yang terjadi antara perusahaan dan investor asing dalam pengungkapan CSR disebabkan karena adanya hambatan perbedaan bahasa dan geografis. Investor asing sebagai pihak yang *concern* terhadap program CSR cenderung lebih ketat dalam pengawasan operasional perusahaannya. Investor asing menuntut perusahaan untuk bekerja keras agar investasi yang mereka lakukan dapat memberikan pengembalian yang besar, sehingga investor asing membutuhkan informasi yang lebih efisien untuk memenuhi kebutuhannya. Kepemilikan asing termasuk dalam salah satu aspek *corporate governance* sebagai mekanisme kontrol dalam mengurangi konflik kepentingan. Perusahaan dengan kepemilikan saham asing yang besar akan terdorong untuk melaporkan atau mengungkapkan informasinya secara sukarela dan lebih luas (Huafang dan Jianguo, 2007 dalam Rustiarini, 2011).

Penelitian oleh Rustiarini (2011) yang meneliti perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2008 menjelaskan bahwa kepemilikan asing memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, hasil ini didukung oleh penelitian Edison (2017) yang meneliti pada perusahaan sektor utama yang terdaftar di BEI

pada tahun 2013-2014 menjelaskan bahwa secara parsial dan simultan kepemilikan asing berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibiliy*. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan hipotesis kedua adalah :

H₃: Kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibiliy*

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh pengungkapan media, kinerja lingkungan dan kepemilikan asing terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014 sampai tahun 2017. Berdasarkan hasil temuan penelitian dan pengujian hipotesis yang diajukan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengungkapan media berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Perusahaan yang menyajikan informasi kegiatan CSR dalam *website* resminya akan mengungkapkan CSR yang lebih luas.
2. Kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan tidak dipengaruhi oleh penilaian PROPER yang diikuti perusahaan yang menjadi pengukuran untuk kinerja lingkungan pada penelitian ini.
3. Kepemilikan asing tidak berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan tidak dipengaruhi oleh jumlah saham yang dimiliki asing dalam perusahaan.

B. Keterbatasan

Meskipun peneliti telah berusaha merancang dan mengembangkan penelitian sedemikian rupa, namun masih terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yang masih perlu revisi penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan terdapatnya unsur subjektivitas dalam menentukan indeks pengungkapan sukarela. Hal ini dikarenakan tidak adanya ketentuan baku yang dapat dijadikan acuan, sehingga penentuan indeks pengungkapan sukarela dapat berbeda untuk setiap peneliti.
2. Nilai adjusted R-Square yaitu sebesar 32,7% menunjukkan bahwa masih banyak variabel lain yang memiliki kontribusi yang besar dalam mempengaruhi luas pengungkapan sukarela pada laporan tahunan perusahaan.
3. Penelitian sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Keunggulan metode ini adalah peneliti dapat memilih sampel yang tepat, sehingga peneliti akan memperoleh data yang memenuhi kriteria untuk diuji. Namun, penggunaan metode *purposive sampling* berakibat pada kurangnya kemampuan generalisasi dari hasil penelitian.

C. Saran

Berdasarkan keterbatasan yang ada pada penelitian ini, maka saran dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi penelitian selanjutnya yang tertarik untuk meneliti judul yang sama sebaiknya mempertimbangkan dan mencari variabel independen lain yang

bepengaruh terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*, seperti: *financial distress*, kepemilikan institusional, profitabilitas, *leverage*, dan lain-lain serta mencari variable pemoderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel independen terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*.

2. Melakukan penelitian tidak hanya menggunakan sampel dari perusahaan manufaktur saja, tetapi menggunakan seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI.
3. Variabel kinerja lingkungan dan kepemilikan asing dalam penelitian ini tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* hal ini disebabkan oleh pengukuran variabel tersebut pada penelitian ini masih sederhana, yaitu menggunakan pendekatan *dummy variable*, jawaban yang diperoleh hanya terbatas pada perusahaan yang mengikuti kegiatan PROPER yang dilakukan oleh kementerian lingkungan hidup dan jumlah kepemilikan saham oleh individu dan institusi asing pada perusahaan, sehingga tidak diketahui bagaimana kontribusi kementerian lingkungan hidup dan kepemilikan asing tersebut dalam mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan. Peneliti selanjutnya disarankan dapat menggunakan proksi lain yang mewakili kekuatan auditor terhadap pengungkapan lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriadi. 2016. Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap *Investment Opportunity Set* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2014). *Skripsi*. Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Andriany, Dini, Willy Sri Yulandari dan Djusminar Zutilisna. 2017. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Leverage dan Pengungkapan Media terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. ISSN: 2355-9357. Vol. 4 No. 3 page 2723
- Eka Nanda Putra. (2011). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr). Skripsi Universitas Diponegoro.
- Fahmi, Faisal Nur, 2015 Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, Media Exposure Dan Umur Perusahaan Pengungkapan Corporate Social Responsibility,”Skripsi, Universitas Negeri Semarang.
- Ghozali, Imam dan A. Chariri, 2007, Teori Akuntansi, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gujarati, Damodar N. 2006. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Erlangga
- Haryati, Rima dan Shiddiq Nur Rahardjo. 2013. “Pengaruh Corporate Social Responsibility, Kinerja Lingkungan, dan Struktur Corporate Governance terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.” *Diponegoro Journal of Accounting* 2 (2). Undip: 1 – 15.
- Jensen, M. C. & W. Meckling. 1976. “*The Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure*”. *Journal of Financial Economics* 3. Hlm305-360.
- Karima, Naila. 2014. Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan Kepemilikan Asing terhadap Pengungkapan tanggung Jawab Sosial Perusahaan. ISSN 0854-198. Widya Warta No. 02Tahun XXXVIII/Juli2014.
- Keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor: 250 tahun 2004 tentang Perubahan atas Kepmen Nomor: 127/MENLH/2002 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup.
- Lattimore, dkk. 2010. *Public Relations: Profesi dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Maulidra, Hazra. (2015). Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham dan Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*.
- Michelon, Giovanna dan Parbonetti, Antonio. 2010. “The Effect of Corporate Governance on Sustainability Disclosure”. Dalam *Springer Science & Business Media* 14 September 2010.
- Nilasari, Ervika. 2015. *Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Asing terhadap CSR Disclosure pada Perusahaan Pertambangan yang melakukan Listing di BEI tahun 2010-2012*

- Nur Marzully dan Denies Priantinah. 2012. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Indonesia pada Perusahaan Berkategori High Profile yang Listing Di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Nominal. Vol. 1 No.1
- Nurkhin, Ahmad. 2009. Corporate Governance dan Profitabilitas, Pengaruhnya Terhadap Pengungkapan CSR Sosial Perusahaan. Jurnal Dinamika Akuntansi. Vol.2 No.1.46-55.
- Oktalia, D. (2014). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure dalam Laporan Tahunan Perusahaan, 1–26.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No.29/POJK.04/2016 tentang laporan tahunan emiten atau perusahaan publik pasal 1
- Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 paragraf 9 tentang pengungkapan dampak lingkungan
- Prasetio, Djoko Adi & Suryono, Bambang. 2016. Pengaruh Profitabilitas, *Free Cash Flow, Investment Opportunity Set* terhadap *Dividend Payout Ratio*. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. Vol 5, No 1. Hlm1-18.
- Raharja, V. A. P. (2012). *Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (Csr) Disclosure (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang*. *Accounting*, 1(2), 1–12.
- Rakhiemah, Aldilla Noor dan Dian Agustia. (2009). Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure dan Kinerja Finansial Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Universitas Airlangga, Surabaya.
- Respati, Dwi Rheza dan Paulus Basuki Hadiprajitno. 2015. *Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Tipe Industri dan Pengungkapan Media terhadap Pengungkapan CSR*. Vol. 4 No. 4. 1-11
- Rustiarini, N. W, 2011, *Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Jurusan Akuntansi, Vol.6, No.1, Januari 2011.
- Sari, Rizkia Anggita. 2012. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap CSR Disclosure pada Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI*. Jurnal Nominal. Vol. 1 No. 1
- Sarumpaet, Susi. 2005. “The Relationship Between Environmental Performance and Financial Performance of Indonesian Companies”. Jurnal Akuntansi & Keuangan, vol. 7, no.2, (Nopember): 89-98, Jurusan Ekonomi Akuntansi, Fakultas Ekonomi – Universitas Kristen Petra.
- Sayekti, Yosefa dan Ludovicus Sensi Wondabio. 2007. Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient. Simposium Nasional Akuntansi IX, Makasar.
- Scruggs, Lyle. 2003. *Sustaining Abundance: Environmental Performance in industrial democracies*. United Kingdom: The Press Syndicate of The University of Cambridge.
- Soemirat, Soleh, dan Elvinaro Ardianto. 2010. *Dasar-Dasar Public Relation*. Cetakan Ketujuh. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Soerjani, Mohamad, Arif Yuwono, dan Dedi Fardiaz. 2007. *Lingkungan Hidup: Pendidikan, Pengelolaan Lingkungan dan Kelangsungan Pembangunan*. Edisi Kedua. Cetakan Kedua. Jakarta: Institut Pendidikan dan Pengembangan Lingkungan.
- Suratno, Ignatius Bondan, dkk. 2006. Pengaruh Environmental Performance terhadap Environmental Disclosure dan Economic Performance (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta Periode 2001-2004). Simposium Nasional Akuntansi IX. Padang.
- Tamba, Erida Gabriella Handayani. 2011. Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufacturing Secondary Sectors yang Listing di BEI tahun 2009). Skripsi Program Sarjana Akuntansi Universitas Diponegoro
- Undang-undang No 40 Tahun 2007 pasal 74
- Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas
- Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007
- Wijaya, Maria. (2012). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Yangterdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi, 1(1), 26–30.
- Wibisono, Y. 2007. *Membedah Konsep Dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing.
- Wulandari, Andriyani Kusuma dan Abriyani Puspanigsih. 2017. *Analisis Determinan Corporate Social Responsibility (Csr) Disclosure di Indonesia*. Simposium Nasional Akuntansi XX, Jember, 2017
- www.csr-asia.com diakses tanggal 18 April 2018
- www.globalreporting.org \diakses tanggal 5 juni 2018