

Peran Pendidikan CEO, Keberagaman Gender, dan Dimensi Keuangan Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR Sektor Manufaktur di Indonesia

Fanindya Dwimarta, Muthia Pramesti*, Liyu Adhi Kasari Sulung, dan Imo Gandakusuma
Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendidikan CEO, keberagaman gender dalam direksi, dan dimensi keuangan perusahaan manufaktur di Indonesia terhadap pengungkapan CSR. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 22 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang memiliki skor environmental, social, dan governance (ESG) sebagai pengukuran pengungkapan CSR pada periode 2015-2019. Penelitian ini menggunakan panel data yang diolah menggunakan regresi panel data fixed effect. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan tingkat pendidikan CEO mempengaruhi pengungkapan CSR secara positif yang bersifat signifikan.

Kata Kunci: Pengungkapan CSR; karakteristik perusahaan; perusahaan manufaktur

This study aims to analyze the effect CEO education, board gender diversity, and firm's financial dimension on CSR disclosure. The sample used in study includes 22 publicly listed manufacturing firms in the Indonesia Stock Exchange that disclosed their ESG scores during the period of 2015 until 2019. This research used panel data which was later run using fixed effects model data. The result explains that both firm size and CEO education positively impact CSR disclosure at manufacturing firms and the impact is significant.

Keywords: CSR disclosure; firm characteristic; manufacturing firms

PENDAHULUAN

Aktivitas *corporate social responsibility* (CSR) mulai berkembang dengan pesat di praktik bisnis global pada saat ini. Pada mulanya fokus peningkatan aktivitas CSR terjadi di negara maju, namun adanya perubahan karakteristik institusi dan adanya peningkatan permintaan dari negara maju memberi tekanan ke perusahaan di *emerging countries* untuk lebih memperhatikan pentingnya praktik CSR (Wang et al., 2021). Laporan *sustainability* menjadi suatu panduan bagi investor dan pengelola aset yang mulai mempertimbangkan faktor *Environmental, Social, and Governance* (ESG) dalam penilaian kinerja dan risiko perusahaan (KPMG, 2021) Penelitian-penelitian sebelumnya pada umumnya fokus pada faktor yang mempengaruhi ak-

tivitas CSR yang berada di *developed markets*, dimana *stakeholders* lebih peka terkait isu CSR pada perusahaan.

Adanya globalisasi yang kian berkembang menyebabkan semakin bertambahnya perhatian terkait aktivitas CSR yang dilakukan suatu perusahaan (Charbaji, 2009). Kepemilikan asing, liberalisasi perdagangan terkait dengan ekspor, meningkatnya kesadaran akan isu *gender equality*, tingkat pendidikan CEO, dan dimensi keuangan perusahaan (*firm age, leverage, firm size, ROE, market-to-book*) menjadi beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pelaksanaan aktivitas CSR di Indonesia.

Karakteristik perusahaan yang melakukan CSR

* Alamat email korespondensi: muthia.pramesti@ui.ac.id

tersebut juga mencakup pendidikan CEO, *gender diversity*, dan dimensi keuangan dalam pengaruhnya terhadap *CSR disclosure* belum banyak ditemukan pada studi-studi sebelumnya, terutama di Indonesia. Dalam studi ini, variabel fokus pada dua indikator yang terkait dengan *top management* perusahaan, yaitu persentase wanita dalam direksi dan tingkat pendidikan CEO, dan dimensi keuangan perusahaan sebagai penentu pengungkapan CSR pada perusahaan-perusahaan manufaktur di Indonesia yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia dan memiliki *ESG score* sebagai ukuran pengungkapan CSR (*CSR disclosure*).

Ada beberapa teori untuk menjelaskan peran CSR di perusahaan, diantaranya yaitu *Stakeholder* dan *Agency theory*. Secara definisi, *stakeholder theory* dapat dideskripsikan sebagai suatu kelompok atau individu yang dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan perusahaan (Freeman, 2004). Perusahaan dalam kegiatan operasinya melibatkan berbagai pihak, sehingga kepentingan antar pihak-pihak tersebut memiliki kompetisi tersendiri (John & Senbet, 1998).

Agency theory mengacu pada hubungan dimana suatu pihak (yang bergerak sebagai *principal*) mendelegasikan pekerjaan kepada pihak lainnya (*agent*) yang melakukan pekerjaan tersebut (Eisenhardt, 1989). Dalam *agency theory*, menyelaraskan kepentingan manajer dengan pemegang saham merupakan suatu hal yang penting, terlebih manajer akan melakukan pekerjaan yang sesuai dengan kepentingan ketika ditawarkan porsi kepemilikan di perusahaan (Suyono & Farooque, 2018).

Corporate Social Responsibility merupakan aktivitas yang dilakukan perusahaan secara *voluntary* untuk menggabungkan isu lingkungan dan sosial ke dalam bisnis dan kepada pemegang saham sebagai usaha untuk mencapai keberlanjutan perusahaan (ACCA, 2015) yang memiliki hubungan dengan beberapa teori sebelumnya. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba untuk melihat peran CSR, karakteristik perusahaan dan keterkaitannya dengan teori-teori tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif yang bersifat deskriptif untuk menjelaskan analisis penelitian, berdasarkan hasil yang di dapat melalui proses pengolahan data. Observasi yang dilakukan ke perusahaan manufaktur ini karena sampel yang akan digunakan tersebut memiliki skor ESG yang tersedia pada *Bloomberg*, sehingga disebut sebagai penelitian panel, pada periode 2015-2019. Data kemudian diolah menggunakan STATA 14, dimana hasil penelitian berdasarkan pengolahan data diharapkan memberikan penjelasan terkait dengan determinan pengungkapan CSR perusahaan manufaktur di Indonesia. Metode sampel yang digunakan dalam penelitian adalah metode *purposive sampling*.

Penelitian ini menggunakan satu variabel dependen, dimana variabel dependen yang digunakan adalah *ESG Disclosure Score* merupakan skor yang dikeluarkan oleh Bloomberg dengan menghitung skor pengungkapan berdasarkan komponen-komponen yang terdapat dalam CSR. Galbreath (2013) menjelaskan bahwa ESG mencakup beragam isu terkait dengan lingkungan, tanggung jawab sosial, dan tata kelola perusahaan.

Selanjutnya, penelitian ini menggunakan sembilan variabel independen yaitu proporsi kepemilikan asing (*foreign ownership*), orientasi internasional (*international orientation*), ukuran perusahaan (*firm size*), profitabilitas perusahaan (*firm profitability*), *financial leverage*, usia perusahaan (*firm age*), nilai perusahaan (*firm value*), proporsi wanita dalam direksi (*board gender diversity*), dan tingkat pendidikan CEO (*CEO Education*).

Variabel independen yang pertama adalah kepemilikan asing. Proporsi kepemilikan asing (*foreign ownership*) didapat melalui komposisi kepemilikan saham yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan (Kabir & Thai, 2021). Orientasi internasional (*international orientation*) berhubungan dengan apakah suatu perusahaan memiliki aktivitas ekspor yang dihitung melalui proporsi pendapatan ekspor terhadap

Tabel 1. Hasil Analisis

Variabel	Nilai Rerata	Standar Deviasi	Nilai Minimum	Nilai Maksimum
CSR	29,026	13,603	7,85	56,61
FOR	0,397	0,356	0	0,980
EXP	46,111	53,392	0	226,925
SIZE	23,770	1,381	20,163	26,573
ROE	17,803	28,3426	-79,1	142,88
LEV	0,237	0,167	0,001	0,667
AGE	3,638	0,5042	1,791	4,454
MTB	5,420	12,953	0,09	82,44
BGD	0,122	0,165	0	0,6
CED	0,390	0,490	0	1

penjualan bersih (*net sales*) suatu perusahaan (Fahad & Nidheesh, 2020).

Variabel independen terkait dengan ukuran perusahaan (*size*), dihitung menggunakan keseluruhan jumlah aset yang dimiliki perusahaan yang kemudian dikonversi ke dalam bentuk logaritma natural (Fahad & Nidheesh, 2020). Profitabilitas perusahaan (*firm profitability*) diukur melalui profitabilitas perusahaan yaitu melalui *return on equity*, yang dihitung berdasarkan *net income* perusahaan dibagi dengan *shareholder's equity* (Kabir & Thai, 2021). *Financial leverage* merupakan jumlah utang yang dipakai untuk mendanai aset perusahaan, yang diukur melalui proporsi utang pada total aset perusahaan (Kabir & Thai, 2021). Variabel independen terkait dengan umur perusahaan diukur berdasarkan umur perusahaan yang kemudian dikonversi ke dalam bentuk logaritma natural. Umur perusahaan dihitung sejak perusahaan berdiri (Fahad & Nidheesh, 2020). Variabel gender variability diukur dari persentase jumlah wanita yang terdapat dalam direksi dan Pendidikan CEO diukur dari dummy variable. Variabel independen terkait dengan nilai perusahaan diukur menggunakan rasio *market-to-book* yang menggambarkan *market value* perusahaan saat ini relatif terhadap *book value* perusahaan (Kabir & Thai, 2021).

Model penelitian yang terdapat dalam penelitian ini merupakan model yang telah dimodifikasi dari penelitian sebelumnya (Fahad & Nidheesh, 2020; Kabir & Thai, 2021). Terdapat satu model yang digunakan dalam penelitian, dimana mencakup beberapa variabel sesuai dengan *proxy* yang dipakai oleh Kabir & Thai

(2021) dan dilengkapi oleh variabel determinan pengungkapan CSR lainnya berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Fahad & Nidheesh, 2020). Berikut adalah persamaan yang digunakan dalam penelitian:

$$CSR_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 FOR_{it} + \alpha_2 EXP_{it} + \alpha_3 SIZE_{it} + \alpha_4 ROE_{it} + \alpha_5 LEV_{it} + \alpha_6 AGE_{it} + \alpha_7 MTB_{it} + \alpha_8 BGD_{it} + \alpha_9 CED_{it} + \varepsilon_{it}$$

di mana:

CSR_{it} = *Corporate social responsibility disclosure* suatu perusahaan *i* pada tahun *t*

FOR_{it} = *Foreign ownership*

EXP_{it} = *International orientation*

$SIZE_{it}$ = *Firm size*

ROE_{it} = *Return on Equity*

LEV_{it} = *Leverage*

AGE_{it} = *Firm age*

MTB_{it} = *Market-to-book ratio*

BGD_{it} = *Gender diversity of board of directors*

CED_{it} = *CEO education*

Terdapat beberapa uji yang harus dilakukan untuk mengetahui teknik estimasi yang paling tepat untuk digunakan pada model penelitian, yaitu Uji Chow (*Chow Test*) dan Uji Hausman (*Hausman Test*). Berdasarkan hasil olahan data melalui STATA 14, Uji Chow dan Uji Hausman menunjukkan hasil probabilitas $0,0000 < 0,05$ sehingga *null hypothesis* ditolak dan model yang lebih tepat digunakan adalah *Fixed Effect Model* (FEM) dalam mengolah data penelitian.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan Tabel 1, pengungkapan CSR yang dilambangkan sebagai CSR memiliki rata-

Tabel 2. Hasil Analisis

Nama	Hasil	Keterangan
FOR	0,305	Tidak sig
EXP	0,207	Tidak sig
SIZE	0,019	Sig +
ROE	0,509	Tidak sig
LEV	0,977	Tidak sig
AGE	0,356	Tidak sig
MTB	0,560	Tidak sig
BGD	0,246	Tidak sig
CED	0,036	Sig +

rata 29,02 yang berada di rentang kuartil ke-2 (> 25-50).

Hasil analisis pemilihan model estimasi menunjukkan bahwa model estimasi yang tepat untuk digunakan adalah *fixed effect*. Maka diperlukan adanya *treatment* untuk menangani masalah asumsi klasik melalui model estimasi *robust least square fixed effect*, sehingga model yang akan diolah tidak lagi memiliki masalah pelanggaran asumsi klasik, baik berupa heteroskedastisitas maupun autokorelasi. Berikut merupakan hasil uji regresi menggunakan *robust least square fixed effect* yang digunakan pada model penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian, ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap pengungkapan CSR, dimana semakin besar ukuran perusahaan maka semakin banyak juga pengungkapan CSR yang dilakukan. Kemudian, Pendidikan CEO memiliki pengaruh yang positif terhadap pengungkapan CSR dan berpengaruh secara signifikan. CEO dengan tingkat pendidikan tinggi memiliki pengetahuan yang dapat membantu untuk membentuk pandangan yang strategis bagi keberlangsungan perusahaan terkait dengan pengungkapan CSR, sehingga menghasilkan temuan yang positif dan signifikan (Ma et al., 2020). Adapun variable lain menunjukkan hasil pengaruh yang tidak signifikan diantaranya yaitu variable kepemilikan asing, orientasi internasional, profitabilitas, leverage, umur perusahaan, nilai perusahaan, dan keberagaman gender.

PEMBAHASAN

Kepemilikan asing tidak signifikan mempengaruhi pengungkapan CSR, konsisten dengan

studi yang dilakukan oleh Abu Qa'dan & Suwaidan (2019) dan Ratmono, Nugrahini, & Cahyonowati (2021). Hal yang dapat mendukung temuan ini adalah Indonesia memiliki tingkat kepemilikan asing yang cenderung rendah dengan tren penurunan setiap tahunnya, di mana pada tahun 2017 menunjukkan angka sebesar 45,50%, tahun 2018 sebesar 45,18%, dan pada tahun 2019 sebesar 44,29 persen (KSEI, 2021). Rendahnya kepemilikan investor asing pada perusahaan mempengaruhi sedikitnya kontribusi yang dapat diberikan para pemegang saham ke perusahaan, terutama dalam segi aktivitas tanggung jawab sosial. Selain itu, terdapat dugaan bahwa investor asing ketika melakukan investasi pada perusahaan manufaktur lebih berorientasi pada investasi yang bersifat *short-term*, terutama ketika porsi kepemilikan berada pada rentang kisaran 50% sampai dengan lebih dari 70% (Nugroho et al., 2020), sehingga tidak menjadikan CSR sebagai landasan utama ketika melakukan investasi.

Orientasi internasional memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Temuan ini sejalan dengan Dianawati (2018) yang meneliti perusahaan manufaktur di Indonesia pada periode 2011 sampai dengan 2012, dan studi yang dilakukan oleh Branco & Rodrigues (2008) yang meneliti mengenai hubungan antara pengalaman internasional dengan luasnya pengungkapan CSR pada perusahaan terdaftar di Portugal. Negara yang tergolong dalam kategori '*developing countries*' seperti India, Malaysia, Filipina, Vietnam, dan Thailand belum tentu menjadikan komponen-komponen dalam aktivitas tanggung jawab sosial sebagai fokus ketika melakukan kesepakatan kerja sama perdagangan (Di-

anawati, 2018).

Ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, temuan ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Fahad & Nidheesh (2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki hubungan yang positif dan signifikan. Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian-penelitian sebelumnya (Aksu dan Kosedag, 2006; Eng dan Mak, 2003; Alsaed, 2006; Hossain & Hammami, 2009) Pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap pengungkapan dapat didukung oleh fakta bahwa semakin besar perusahaan, semakin baiknya struktur organisasi, diversifikasi, dan aktivitas operasional yang dijalankannya, sehingga dapat mengelola aktivitas CSR dengan lebih baik dan mengarah pada tingginya skor pengungkapan CSR yang dihasilkan (Uyar et al., 2013).

Sembinging (2006) mengungkapkan bahwa secara teori, perusahaan dengan ukuran besar yang memiliki aktivitas operasional dan pengaruh yang besar terhadap masyarakat memungkinkan bagi perusahaan untuk memiliki pemegang saham yang memperhatikan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan. Selain itu, semakin besar ukuran perusahaan semakin ketatnya pengawasan yang dilakukan oleh investor, di mana perusahaan memiliki kemampuan lebih tinggi dalam menyerap biaya dalam jumlah lebih banyak untuk melakukan pengungkapan CSR lebih tinggi (Alsaed, 2006). Tingginya tingkat pengungkapan CSR pada perusahaan dengan ukuran besar juga terjadi karena perusahaan ingin mempertahankan (*retain*) loyalitas konsumen dan karyawan berbakat (Idowu & Towler, 2004).

Apabila ditinjau berdasarkan teori keagenan (*agency theory*), semakin besar perusahaan maka semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan. Perusahaan yang besar tentunya memiliki manajemen yang lebih *advanced* dalam segi struktur dan pembuatan kebijakan, sehingga lebih mampu untuk menyelaraskan kepentingan manajer dengan *stakeholders* lainnya yang dapat mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR pada perusahaan. Temuan ini juga

mendukung teori legitimasi dan *stakeholder*, di mana dalam kegiatan operasionalnya, terutama pada industri manufaktur, perusahaan akan melakukan kontak dengan isu sosial dan lingkungan setempat (Waluyo, 2017). Oleh karena itu, perusahaan harus peka terhadap isu-isu tersebut karena kegiatannya dapat berdampak kepada komunitas setempat. Dalam kaitannya dengan *stakeholder theory*, perusahaan besar dapat membentuk hubungan yang positif dengan *stakeholders* setempat untuk mempertahankan reputasi perusahaan.

Profitabilitas memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR di perusahaan manufaktur di Indonesia, di mana hal ini dapat disebabkan oleh orientasi perusahaan di Indonesia yang berbeda. Perusahaan cenderung memandang CSR sebagai aktivitas yang dapat menambah pengeluaran biaya (*cost addition*) daripada memandang CSR sebagai aktivitas yang bersifat *value-added* bagi perusahaan, didukung oleh tujuan perusahaan yang lebih fokus dalam menghasilkan keuntungan (*profit*) demi memenuhi kepentingan pemegang saham (Siregar & Bachtiar, 2010). Dalam hal ini, perusahaan mempertahankan legitimasi untuk mempengaruhi opini publik dan menganggap aktivitas CSR sebagai *social grants* dan *charity issue* dengan tujuan memenuhi kebutuhan pemegang kepentingan (Koestoer, 2007).

Leverage tidak signifikan secara statistik dalam memengaruhi pengungkapan CSR, hal ini konsisten dengan penemuan Alsaed (2006), Ho & Taylor (2007), Reverte (2009), dan Siregar & Bachtiar (2010). Kondisi yang dapat mendukung temuan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan, yaitu karena sumber pendanaan utama berasal dari *bank loans* atau institusi keuangan lainnya. Sehubungan hal tersebut, Sembinging (2006) menyakan bahwa sebagian besar perusahaan di Indonesia, dari jumlah sampel sebanyak 323 perusahaan, memiliki ketergantungan terhadap utang yang tinggi. Berdasarkan data Bank Indonesia (2019) sumber pendanaan bagi perekonomian Indonesia sangat bergantung pada kredit bank umum, di mana pembiayaan

kredit bank umum tumbuh sebesar 10,05 secara *year-on-year* dari bulan Mei 2018 sampai dengan Mei 2019. Selanjutnya, data Otoritas Jasa Keuangan (2019) menunjukkan bahwa sektor manufaktur memiliki kontribusi sebesar 16,6% terhadap total portofolio kredit bank di Indonesia. Perbedaan terkait dengan kondisi sumber pendanaan utama di suatu negara dengan negara lainnya, yang cenderung lebih bergantung pada *public debt/debt security*, diduga dapat memengaruhi hubungan antara *leverage* dan pengungkapan CSR yang tidak signifikan karena aspek CSR bukan menjadi fokus utama bank ketika melakukan pinjaman ke perusahaan yang bergantung pada *bank loans* (Abd Rahman, Mohamed Zain, & Yahaya Al-Haj, 2011; Abd Ghaffar et al., 2004).

Umur perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR, di mana temuan ini sejalan dengan Abd Rahman et al. (2011) dan Arjanggie (2015) dan Zulai-kha (2015). Hubungan antara umur perusahaan terhadap pengungkapan CSR tidak dapat ditemukan. Berdasarkan teori legitimasi, temuan ini bertentangan dengan teori tersebut karena seharusnya semakin bertambahnya umur perusahaan, semakin tingginya pengungkapan CSR yang dilakukan untuk tetap dapat diterima oleh masyarakat dan *stakeholders* lainnya. Terkait dengan kondisi ini, tidak ditemukannya pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan CSR dapat disebabkan oleh semakin lamanya perusahaan berdiri, perusahaan semakin menganggap bahwa tidak perlu lagi untuk meningkatkan pengungkapan CSR yang dilakukannya.

Nilai perusahaan (*firm value*) memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Purawan & Wirakusuma (2020), Romana (2017), dan Sudarma & Darmayanti (2017). Variabel *firm value* diukur melalui rasio *market-to-book* yang dapat membantu investor dalam menentukan nilai suatu perusahaan. Dalam hal ini, temuan dapat didukung dari sudut pandang *stakeholders* ketika melakukan investasi ke perusahaan. Investor yang melakukan investasi cenderung

memiliki orientasi terhadap rasio keuangan perusahaan untuk menjadi sinyal apakah perusahaan tersebut layak untuk dilakukan investasi. Terkait dengan hal tersebut, investor lebih tertarik dengan manfaat secara langsung dari perusahaan dibandingkan dengan manfaat jangka panjang yang berkaitan dengan CSR (Stacia dan Juniarti, 2015). Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki *market-to-book* yang tinggi tidak mempengaruhi pengungkapan CSR secara signifikan, di mana perusahaan menyesuaikan kondisi ini dengan kepentingan dan pandangan yang dimiliki investor.

Keberagaman gender dalam direksi tidak signifikan, dalam hal ini keberadaan wanita dalam direksi tidak mempengaruhi pengungkapan CSR perusahaan. Hal tersebut dapat disebabkan karena wanita menikmati adanya akses pendidikan dan pelatihan yang setara dengan pria di ekonomi maju. Hasil ini konsisten dengan temuan Abu Qa'dan & Suwaidan (2019) dan Said et al. (2009). Kondisi yang dapat mendukung temuan tersebut adalah budaya dan tradisi yang melekat di Indonesia yang menghalangi partisipasi wanita dalam *top management* untuk berkontribusi dalam pengambilan keputusan perusahaan. Dalam penerapannya, budaya dan tradisi tersebut juga membatasi wanita untuk secara efektif membantu proses pembuatan keputusan dan memiliki peluang yang setara untuk duduk pada kursi *top management* perusahaan (Issa & Fang, 2019).

Dalam studinya, Manita et al. (2018) menjelaskan bahwa ketika terdapat satu wanita yang terpilih untuk menjabat menjadi anggota dewan direksi, suatu kondisi "*minority invisibility/neutralization*" terjadi, sehingga mendelegitimasi perannya, mengecilkkan (secara simbolis dan sosial) statusnya, mencekik suaranya, mengurangi kemampuannya untuk mempengaruhi dan mendorong perubahan. Oleh karena itu, pengaruh keberadaan wanita terhadap pengungkapan CSR menjadi tidak efektif dan bahkan negatif, yang mengarah pada tingkat yang tidak signifikan secara statistik.

Pendidikan CEO memiliki pengaruh terhadap

pengungkapan CSR secara signifikan. CEO yang memiliki gelar jenjang pendidikan yang lebih tinggi memungkinkan mereka untuk mengelola kepentingan saham dengan lebih baik, terutama yang memiliki fokus pada kegiatan dengan orientasi CSR (Kabir & Thai, 2021). Velte (2019) menjelaskan bahwa pendidikan CEO, kemampuan, dan pengalaman memiliki ketergantungan pada perusahaan sebagai sumber daya strategis dalam mengarahkan pengetahuan yang spesifik terkait dengan perusahaan dan industri. Hal ini juga konsisten dengan penemuan dalam studi Garcia-Sanchez, Nazim, & Martinez-Ferrero (2019), Reimer, Doorn, & Heyden (2018), dan Yuan et al., 2018 yang menyatakan bahwa kemampuan CEO memiliki pengaruh terhadap kinerja CSR.

KESIMPULAN

Kepemilikan asing, orientasi internasional, ukuran perusahaan, profitabilitas perusahaan, *leverage* perusahaan, umur perusahaan, nilai perusahaan, keberagaman gender dalam direksi, dan tingkat pendidikan CEO merupakan *variable of interest* yang terdapat dalam penelitian ini. Penulis menguji pengaruh determinan keuangan dan non keuangan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di Indonesia periode 2015-2019, dimana sampel yang digunakan meliputi 22 sampel perusahaan manufaktur yang memiliki skor pengungkapan CSR berupa skor ESG. Penelitian ini telah menjawab pertanyaan penelitian sudah dirumuskan sebelumnya, dengan menarik kesimpulan yang dapat dinyatakan yaitu kepemilikan asing memiliki pengaruh yang positif terhadap pengungkapan CSR, namun pengaruh yang dihasilkan tidak bersifat signifikan, orientasi internasional memiliki pengaruh yang positif terhadap pengungkapan CSR namun tidak berpengaruh secara signifikan, ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR, profitabilitas perusahaan memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR, *leverage* perusahaan memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR, umur perusahaan memiliki pengaruh positif yang tidak signifikan terhadap

pengungkapan CSR, nilai perusahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap pengungkapan CSR, namun tidak berpengaruh secara signifikan, keberagaman gender dalam direksi memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR dan tidak bersifat signifikan, pendidikan CEO memiliki pengaruh yang positif terhadap pengungkapan CSR dan berpengaruh secara signifikan.

Berdasarkan temuan penelitian, terbukti bahwa ukuran perusahaan dan pendidikan CEO dapat mempengaruhi pengungkapan CSR secara signifikan dan positif, sehingga perusahaan manufaktur dapat lebih fokus untuk meningkatkan pengungkapan CSR ketika perusahaan memiliki ukuran yang besar dan CEO dengan tingkat pendidikan tinggi. Terutama pada sisi *size*, karena perusahaan yang besar memiliki *stakeholders* yang lebih beragam dan *exposure* lebih tinggi dalam industrinya, maka tanggung jawab untuk melakukan pengungkapan CSR harus dipenuhi agar reputasi dan keberlangsungan perusahaan dapat terjamin. Perusahaan perlu memiliki kesadaran lingkungan dan sosial yang melibatkan masyarakat dan *stakeholders* lainnya. Pengungkapan CSR perusahaan juga telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dan Undang-Undang Nomor 19 tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara, Peraturan Menteri BUMN No. Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, dan Peraturan Menteri Nomor PR05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan dan Bina Lingkungan.

Terkait dengan pengungkapan CSR, manajer sebagai pihak yang dapat mengatur kinerja operasional perusahaan dapat memperhatikan kegiatan perusahaan yang diselaraskan dengan peraturan yang berlaku. Manajer harus berhati-hati dalam melaksanakan dan mengatur jalannya operasional perusahaan, sehingga dapat meminimalisasi dampak negatif kepada lingkungan dan masyarakat sekitar yang berhubungan dekat dengan lokasi operasional perusahaan. Kepatuhan terhadap pelaksanaan

pengungkapan CSR dapat menjadi langkah strategis bagi perusahaan untuk meningkatkan kompetensi, terutama dalam pasar global, di mana diskusi terkait hal-hal yang berhubungan dengan sosial dan lingkungan dapat dilakukan melalui kerja sama dengan *non-governmental organizations* (NGOs) dan masyarakat umum

untuk membangun kualitas pelaksanaan CSR berdasarkan berbagai sudut pandang. Selain itu, diharapkan temuan dari penelitian ini dapat mengantarkan penelitian selanjutnya untuk mendapat kesempatan dalam melakukan penelitian di topik yang serupa.

DAFTAR REFERENSI

- Abu Qa'dan, M. B., & Suwaidan, M. S. (2019). Board composition, ownership structure and corporate social responsibility disclosure: the case of Jordan. *Social Responsibility Journal*, 15(1), 28–46. <https://doi.org/10.1108/SRJ-11-2017-0225>
- Alsaed, K. (2006). The association between firm-specific characteristics and disclosure. *Managerial Auditing Journal*, 21(5), 476–496. <https://doi.org/10.1108/02686900610667256>
- Branco, M. C., & Rodrigues, L. L. (2008). Factors Influencing Social Responsibility Disclosure by Portuguese Companies. *Journal of Business Ethics*, 83(4), 685–701. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9658-z>
- Dianawati, W. (2018). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Sertifikasi Lingkungan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr). *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 20(2), 226–241. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2016.v20.i2.78>
- Eisenhardt, K. M. (1989). Agency Theory: An Assessment and Review. *The Academy of Management Review*, 14(1), 57–74. <https://doi.org/10.2307/258191>
- Fahad, P., & Nidheesh, K. B. (2020). Determinants of CSR disclosure: an evidence from India. *Journal of Indian Business Research*. <https://doi.org/10.1108/JIBR-06-2018-0171>
- Freeman, R. E. (2004). The Stakeholder Approach Revisited. *Zeitschrift Für Wirtschafts- Und Unternehmensethik*, 5(3), 228–241. <https://doi.org/10.5771/1439-880x-2004-3-228>
- Galbreath, J. (2013). ESG in Focus: The Australian Evidence. *Journal of Business Ethics*, 118(3).
- Hossain, M., & Hammami, H. (2009). Voluntary disclosure in the annual reports of an emerging country: The case of Qatar. *Advances in Accounting*, 25. <https://doi.org/10.1016/j.adiac.2009.08.002>
- Idowu, S. ., & Towler, B. . (2004). A Comparative Study of the Contents of Corporate Social Responsibility Reports of UK Companies. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 15(4), 420–437.
- John, K., & Senbet, L. W. (1998). Corporate governance and board effectiveness¹This paper was an invited paper on the occasion of the JBF 20th anniversary.1. *Journal of Banking & Finance*, 22(4), 371–403. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0378-4266\(98\)00005-3](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0378-4266(98)00005-3)
- Kabir, R., & Thai, H. M. (2021). Key factors determining corporate social responsibility practices of Vietnamese firms and the joint effects of foreign ownership. *Journal of Multinational Financial Management*, 59(xxxx), 100676. <https://doi.org/10.1016/j.mulfin.2020.100676>
- Koestoer, Y. . (2007). *Corporate Social Responsibility in Indonesia*.
- KPMG. (2021). *The Time Has Come: The KPMG Survey of Sustainability Reporting 2020*.
- Ratmono, D., Nugrahini, D. E., & Cahyonowati, N. (2021). The Effect of Corporate Governance on Corporate Social Responsibility Disclosure and Performance. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 933–941. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.0933>
- Sembiring, E. (2006). *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta*.
- Suyono, E., & Farooque, O. Al. (2018). Do governance mechanisms deter earnings management and promote corporate social responsibility? *Accounting Research Journal*, 31(3), 479–495. <https://doi.org/10.1108/ARJ-09-2015-0117>

- Siregar, S.V. & Bachtiar, Y. (2010). Corporate social reporting: empirical evidence from Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 3(3), 241–252. <https://doi.org/10.1108/17538391011072435>
- Waluyo, W. (2017). Firm size, firm age, and firm growth on corporate social responsibility in Indonesia: The case of real estate companies. *European Research Studies Journal*, 20(4), 360–369. <https://doi.org/10.35808/ersj/840>