

PERSPEKTIF KELEMBAGAAN, TEKANAN EKSTERNAL, DAN PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

TEDDY JURNALI
SUSANTI

Universitas Internasional Batam, Jl. Gajah Mada, Baloi Permai, Batam, Indonesia
teddy@uib.ac.id, susantilee3@gmail.com

Received: June 10, 2021; Revised: October 25, 2021; Accepted: November 17, 2021

Abstract: Corporate Social Responsibility (CSR) is a corporate responsibility towards the social or the surrounding environment as a result of company operations. In Indonesia, there are many factors that influence a company in disclosing CSR such as government intervention (Laws, Government Regulations and Regional Regulations), external corporate pressure on CSR (foreign subsidiaries and company scale), as well as institutional perspectives (industry sensitivity and CSR promoting institutions). This study examines the institutional perspective of CSR reporting among listed companies in Indonesia. The purpose of this paper is to identify the influence of sensitivity industries; the presence of CSR promoting institutions; subsidiaries of MNC's and business size and explore the managerial perceptions on CSR reporting. This research extends the existing literature on the debate over accountability, regulation, international standards, sustainability, and the influence or otherwise of other stakeholders by exploring organisational and external institutional drivers of CSR reporting in developing countries. This research was conducted with quantitative data and linear regression methods with 1,730 data or the same as 346 companies. The result showed that sensitivity industries, subsidiaries of MNC's and business size have a significant effect on CSR disclosure, while CSR promoting institutions was not able to affect CSR disclosure significantly. This study helps to understand how institutional perspectives as well as company external pressures can influence CSR disclosure in Indonesia.

Keywords: Corporate social responsibility disclosure, sensitivitas industry, CSR promoting institutions, external pressures

Abstrak: Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan suatu tanggung jawab perusahaan terhadap sosial ataupun lingkungan sekitar dari hasil operasional perusahaan. Di Indonesia terdapat banyak faktor yang mempengaruhi suatu perusahaan dalam mengungkapkan CSR seperti intervensi pemerintah (Undang-Undang, Peraturan Pemerintah dan Peraturan Daerah), tekanan eksternal perusahaan terhadap CSR (anak perusahaan asing dan skala perusahaan), serta perspektif kelembagaan (sensitivitas industri dan institusi promosi CSR). Penelitian ini berfokus tentang perspektif kelembagaan terhadap pelaporan CSR pada perusahaan terbuka yang terdaftar di Indonesia. Tujuan penelitian adalah untuk mengidentifikasi pengaruh sensitivitas industri; lembaga pendukung CSR; anak perusahaan multinasional; dan ukuran bisnis serta mengeksplorasi persepsi manajerial tentang pelaporan CSR. Penelitian ini memperluas literatur yang ada tentang perdebatan akuntabilitas, regulasi, standar internasional, keberlanjutan dan pengaruh atau sebaliknya dari pemangku kepentingan lainnya dengan mengeksplorasi penggerak kelembagaan eksternal dan organisasi dari pelaporan CSR di negara berkembang. Penelitian ini dilakukan dengan data kuantitatif dan metode regresi linear yang berjumlah 1.730 data atau sama dengan 346 perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan sensitivitas industri, anak

perusahaan multinasional dan ukuran bisnis terhadap CSR, sedangkan institusi promosi CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR. Penelitian ini membantu untuk memahami bagaimana perspektif kelembagaan dan juga tekanan eksternal perusahaan bisa mempengaruhi pengungkapan CSR di Indonesia.

Kata kunci: Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, Industri sensitif, institusi promosi CSR, tekanan eksternal

PENDAHULUAN

Saat ini, *corporate social responsibility* (CSR) telah menjadi isu penting teratas di antara perusahaan di berbagai negara (Alshannag *et al.*, 2016). Isu CSR diperparah dengan anggapan bahwa aktivitas CSR merupakan tolak ukur suatu perusahaan dalam menyajikan laporan tahunan yang lebih baik dikarenakan tanggung jawab sosial juga tidak terlepas dari masalah tanggung jawab etika (Bacha & Ajina, 2020). Dalam hal ini, CSR dianggap lebih relevan bagi perusahaan di semua negara dari sebelumnya, hal ini dikarenakan, CSR terkait dengan faktor-faktor antara lain karyawan, etika, lingkungan alam, dan masyarakat dalam pembentukan dan komposisi perilaku perusahaan yang bertanggung jawab, yang dapat meningkatkan reputasinya dan seiring dengan itu meningkatkan investor, pelanggan, pemegang saham dan kepercayaan diri pemangku kepentingan serta mempromosikan kemampuan, upaya dan dedikasi karyawan (Jitaree, 2015).

CSR juga mendapat perhatian khusus saat ini, disebabkan oleh peningkatan yang intens dalam kesadaran publik tentang peran korporasi dalam masyarakat. Terlepas dari kontribusinya yang besar terhadap perkembangan ekonomi dan teknologi, ada sejumlah besar perusahaan yang dikritik karena telah menciptakan masalah sosial. Mereka diduga bertanggung jawab atas masalah krusial seperti kerusakan lingkungan dan masalah sosial. Isu-isu seperti polusi, pemborosan, penipisan sumber daya, kualitas dan keamanan produk, hak dan status pekerja, dan kekuatan

perusahaan besar menjadi fokus perhatian dan perhatian yang semakin meningkat (Tan *et al.*, 2016). Akibat terungkapnya kesalahan yang dilakukan oleh perusahaan, perusahaan didorong untuk lebih memperhatikan masyarakat dan lingkungan. Dorongan ini didukung secara khusus oleh pemerintah dengan dikeluarkannya peraturan melalui Undang – Undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007, pasal 66 dan 74. Dengan adanya aturan tersebut perusahaan diharapkan lebih bertanggung jawab secara sosial selain mengejar keuntungan (Putri *et al.*, 2019).

Pengungkapan perusahaan penting untuk mendapatkan legitimasi dalam menanggapi tekanan publik (Pratiwi, 2013). Ini menyiratkan bahwa perusahaan dapat memperoleh dukungan sosial yang lebih besar dan keluhan publik yang lebih sedikit. Salah satu cara agar publik mengetahui apa yang dilakukan perusahaan adalah pengungkapan informasi publik yang relevan dan terkait. Tingkat pengungkapan sosial berkaitan erat dengan tekanan publik karena pengungkapan digunakan untuk menanggapi keterpaparan sosial lingkungan (Tan *et al.*, 2016).

Penerapan CSR di Indonesia diatur oleh Undang - Undang, Peraturan Pemerintah, Peraturan Menteri, serta Peraturan Daerah, untuk beberapa industri tertentu yang memiliki tingkat sensitivitas yang sangat tinggi diantaranya adalah perusahaan penambangan, eksploitasi, minyak dan bumi memiliki peraturan khusus ataupun terkait yang harus dijalankan dikarenakan dinilai paling banyak merusak lingkungan. Hasil eksploitasi juga ditinggalkan saat pelaksanaan telah selesai serta merugikan

banyak pemangku kepentingan (*theconversation.com*). Tujuan pemerintah menerapkan CSR khususnya yang ada di Indonesia adalah untuk dapat membantu mengatasi masalah pengangguran, kemiskinan dan kesehatan masyarakat agar terwujudnya masyarakat yang sejahtera (Yulyana, 2017).

Terbukti bahwa adanya peraturan khusus mengenai CSR seperti: UU no 22 tahun 2001 menegaskan bahwa perusahaan minyak dan gas bumi ikut bertanggungjawab dalam mengembangkan lingkungan dan masyarakat setempat, hal ini mendorong perusahaan untuk mengambil bagian dan mengadopsi berbagai aktivitas CSR seperti investasi komunitas, filantropi dan hubungan karyawan, serta memotivasi karyawan untuk memberikan layanan yang baik kepada pelanggan dan masyarakat (Odeh *et al.*, 2020).

Untuk mendukung lebih banyak perusahaan dalam pelaporan pengungkapan sosial yang tinggi, pemerintah Indonesia dan juga beberapa institusi ataupun organisasi selalu giat dalam mempromosikan pentingnya CSR, dan juga memberikan penghargaan serta mempublikasikan perusahaan yang taat dalam melaporkan pengungkapan CSR agar lebih dikenal masyarakat luas. Adanya dorongan seperti ini pelaporan CSR di Indonesia selalu meningkat setiap tahunnya (*www.beritasatu.com*). Tekanan ini tentu berpengaruh bagi banyak perusahaan asing ataupun perusahaan besar yang ada saat ini agar mempertahankan nama baik mereka untuk selalu tertib dalam mengungkapkan CSR (Welbeck *et al.*, 2018).

Perusahaan besar cenderung memiliki dampak yang lebih luas dan masif terhadap masyarakat. Akibatnya, perusahaan besar lebih cenderung menerima perhatian lebih dari publik dan berada di bawah tekanan publik yang lebih besar untuk menunjukkan tanggung jawab sosial (Fahad & Kb, 2018). Organisasi yang lebih besar memiliki sumber daya untuk mengatasi masalah sosial dan lingkungan lebih daripada organisasi yang lebih kecil. Perusahaan yang lebih kecil cenderung menjadikan perusahaan besar sebagai tolak ukur terhadap pelaporan CSR (De Villiers &

Alexander, 2014). Ukuran bisnis yang besar juga cenderung menarik liputan media dan menghadapi tekanan yang lebih besar untuk menyesuaikan dengan harapan masyarakat (Tan *et al.*, 2016). Akibatnya, organisasi yang lebih besar melegitimasi aktivitas mereka, misalnya, dengan memberikan sumbangan amal (Shabana *et al.*, 2017).

Penelitian CSR yang berfokus pada negara berkembang belakangan ini sudah mulai menarik bagi para peneliti, yang dikarenakan pengungkapan CSR pada negara maju seperti: USA, UK dan juga Eropa sudah banyak diteliti sebelumnya. Akan tetapi penelitian CSR yang diteliti pada negara berkembang hanya banyak bersifat deskriptif (Shahzad *et al.*, 2020; Javaid *et al.*, 2016; Malik & Kanwal, 2018). Dengan hanya melihat signifikansi dari setiap variabel laporan keuangan yang akan digunakan untuk mengetahui bagaimana cara dan alasan perusahaan melakukan pengungkapan CSR dan dibandingkan antar negara berkembang juga negara maju tidak akan membawa penelitian CSR sampai ke pengetahuan yang baru.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana dan mengapa perspektif kelembagaan dan tekanan eksternal perusahaan bisa mempengaruhi praktik pelaporan CSR. Sebelumnya penyelidikan tentang pelaporan CSR terutama difokuskan pada tingkat individu dan organisasi, sebagian besar mengabaikan lembaga nasional (Halkos & Skouloudis, 2016). Penelitian ini menggunakan variabel perspektif kelembagaan seperti: sensitivitas industri, institusi promosi CSR di Indonesia sebagai variabel pengukur kelembagaan dan juga tekanan eksternal perusahaan seperti: anak perusahaan asing dan juga skala perusahaan sebagai variabel pengukur faktor tekanan eksternal perusahaan.

CSR adalah bagaimana bisnis menelaraskan nilai dan perilaku mereka dengan harapan dan kebutuhan pemangku kepentingan, tidak hanya pelanggan dan investor, tetapi juga karyawan, pemasok,

komunitas, regulator, kelompok kepentingan khusus, dan masyarakat secara keseluruhan. CSR menggambarkan komitmen perusahaan untuk bertanggung jawab kepada pemangku kepentingannya. CSR menuntut bisnis mengelola dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari operasi mereka untuk memaksimalkan manfaat dan meminimalkan kerugian (Fontaine, 2013). Karena CSR kini telah menjadi isu strategis bagi perusahaan, maka penting untuk merencanakan secara strategis pelaporan CSR. Salah satu langkah penting dalam desain, implementasi dan dampak pelaporan CSR adalah komunikasi aktual dengan pemangku kepentingan (Cranes & Glozer, 2016).

CSR disclosure, Sensitive Industries

Sensitivitas industri didefinisikan sebagai dampak dan pengaruh yang diciptakan perusahaan yang berkaitan dengan bidang usaha, resiko usaha, karyawan terhadap lingkungan perusahaan (Prasethiyo, 2017). Sensitivitas industri telah diidentifikasi sebagai faktor potensial yang mempengaruhi indeks praktik pengungkapan sosial perusahaan. Pada umumnya, perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas industri yang tinggi merupakan perusahaan yang bersinggungan langsung dengan konsumen dan kepentingan luas lainnya (Welbeck *et al.*, 2018).

Di Indonesia, perusahaan yang tergolong dalam industri sensitivitas tinggi adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri penambangan, eksploitasi, minyak dan bumi. Industri sensitivitas tinggi memiliki peraturan khusus ataupun terkait yang harus dijalankan dikarenakan dinilai paling banyak merusak lingkungan, sedangkan industri lain diluar pengecualian tersebut termasuk industri yang memiliki tingkat sensitivitas yang rendah (Sarra & Alamsyah, 2020).

Industri yang menghasilkan bahan berbahaya seperti bahan kimia, minyak,

persediaan laboratorium, dan persediaan medis memiliki risiko tekanan sosial yang lebih tinggi. Industri-industri ini diduga telah mencemari lingkungan akibat pembuangan bahan bekas, tumpahan, atau kemungkinan kecelakaan operasional (Tan *et al.*, 2016).

Tan *et al.* (2016) mencatat bahwa cara perusahaan menangani masalah tekanan sosial berbeda-beda di setiap industri, oleh karena itu wajar jika perusahaan dengan dampak kerusakan lingkungan yang lebih besar cenderung mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan lebih dari pada yang lain. Pengungkapan lebih intens dan lebih sering dilakukan untuk memenuhi regulasi yang berlaku dan mengantisipasi kemungkinan protes publik.

Beberapa bukti empiris menjelaskan bahwa terdapat korelasi positif antara sensitivitas industri dan pengungkapan CSR (Ali *et al.*, 2016; Tan *et al.*, 2016; Ali *et al.*, 2017; Dyduch & Krasodomska, 2017; Ali *et al.*, 2018; Khan *et al.*, 2018; Welbeck *et al.*, 2018; Ramadhini *et al.*, 2020). Semakin sensitif industrinya, semakin sering dan intens pengungkapan CSR, yang dikarenakan perusahaan ingin terhindar dari protes publik dan memenuhi regulasi yang berlaku.

H₁: *Sensitive industries* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

CSR disclosure, Presence of CSR Promoting Institutions

Indonesia memiliki beberapa lembaga institusi sosial, masyarakat ataupun dari pemerintah yang mendukung dan juga mempromosikan pentingnya CSR untuk Indonesia seperti contoh: *Corporate Forum for Community Development (CFCD)*, Lembaga Pengembangan CSR Indonesia (LPCI), Komite Nasional Kebijakan *Governance (KNKG)*, Masyarakat CSR Indonesia; Alvara, Indonesia *CSR Society, United Nations Global Compact (UNGC)*, Indonesia *Global Compact Network*

(IGCN), dan Indonesia *Business Link* (IBL). Institusi yang masih aktif di Indonesia sampai saat ini adalah CFCD, UNGC, IBL, dan ICGN. Institusi ini bekerja sama dengan perusahaan maupun pemerintah untuk mengawasi CSR yang ada di Indonesia dan juga memberikan nominasi perusahaan yang mendapatkan penghargaan CSR setiap tahun yang diselenggarakan bersama (*bumn.go.id*, 2020).

Penelitian sebelumnya di negara berkembang telah menunjukkan bahwa kurangnya edukasi mengenai CSR dan dukungan pelaporan CSR adalah alasan tidak diungkapkannya informasi (Mohamed & Wakil, 2016). Interaksi perusahaan dengan lembaga yang mempromosikan CSR dapat membantu mereka mengatasi kelemahan ini.

Perusahaan yang bergabung dengan lembaga pendukung CSR, diduga akan lebih mudah mendapatkan peluang untuk bekerja sama dengan perusahaan yang terdaftar dalam keanggotaan lembaga CSR tersebut sebagai perusahaan rekomendasi (Lund-Thomsen *et al.*, 2016).

Hubungan yang signifikan antara lembaga-lembaga yang mempromosikan CSR dan pengungkapan CSR menunjukkan bahwa ada kebutuhan akan kebijakan untuk mendorong pembentukan dan promosi lembaga-lembaga tersebut. Pada penelitian yang dilakukan oleh Lund-Thomsen *et al.* (2016), Ali *et al.* (2017) menunjukkan adanya korelasi positif yang dikarenakan dorongan dari lembaga promosi CSR yang menekan setiap anggota kelembagaan untuk melakukan pelaporan CSR.

H₂: *Presence of CSR Promoting Institutions* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

CSR disclosure, Subsidiaries of MNCs

Visibilitas sosial anak perusahaan multinasional tinggi karena kehadiran mereka di lebih dari satu negara dan perusahaan ini terpapar pada ekspektasi dan peraturan negara

perusahaan induk dan negara anak perusahaan. Menurut perspektif teori legitimasi, perusahaan multinasional mengungkapkan lebih banyak informasi CSR agar sesuai dengan harapan dan peraturan negara tuan rumah dan negara asal. Literatur sebelumnya juga menemukan bahwa negara perusahaan induk mempengaruhi pengungkapan CSR anak perusahaan multinasional (Ali & Frynas, 2018).

Indonesia juga memiliki anak perusahaan asing yang beroperasi sampai saat ini dan perusahaan tersebut turut mendapatkan tekanan dari perusahaan induk untuk melaksanakan kewajiban CSR. Tekanan tersebut bertujuan untuk menjaga nama baik perusahaan dan membantu masyarakat sekitar, sebagai contoh: perusahaan Unilever Indonesia yang turut melakukan CSR karena merupakan anak perusahaan Unilever dan semua anak perusahaannya wajib turut mengikuti apa yang telah dilakukan perusahaan induk (Unilever, 2020).

Tekanan dari globalisasi yang mengharuskan semua perusahaan luar untuk lebih memperhatikan karyawan mereka, kepuasan konsumen, lingkungan dan pelayanan masyarakat merupakan salah satu dorongan bagi perusahaan MNCs untuk mengungkapkan CSR (Yin, 2015). Dengan melakukan CSR guna membangun reputasi perusahaan, perusahaan MNCs juga akan mendapatkan keuntungan seperti dukungan lokal agar lebih mudah untuk mendapatkan legalitas dari komunitas lokal (Famiola & Adiwoso, 2016; Dyduch & Krasodomska, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Lucchini dan Moisello (2017), Marquis *et al.* (2017), Ali dan Frynas (2018), Fahad dan Kb (2018), Welbeck *et al.* (2018), Tashman *et al.* (2019), Ramadhini *et al.* (2020) menyimpulkan bahwa status anak perusahaan multinasional ditemukan berhubungan positif secara signifikan dengan pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa anak perusahaan multinasional, dibandingkan dengan

perusahaan dalam negeri, tampak lebih memperhatikan masalah CSR. Hal ini terjadi karena banyaknya tekanan, yang dirasakan oleh anak perusahaan multinasional, dan tampaknya mengungkapkan informasi CSR untuk mempertahankan status legal mereka baik di negara perusahaan anak maupun di negara perusahaan induk.

H₃: *Subsidiaries of MNCs* berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR.

CSR disclosure, Business Size

Pada negara berkembang seperti Indonesia bisnis yang berskala lebih kecil cenderung terhindar dari tekanan pelaporan CSR. Selain itu, bisnis yang lebih kecil memiliki sumber daya yang terbatas dan terbukti tidak bersedia untuk melampaui batas minimum yang disyaratkan oleh peraturan (Aragon-Correa *et al.*, 2018). Sebaliknya, bisnis yang lebih besar sering kali melaporkan lebih banyak tentang kinerja sosial dan lingkungan sehingga memberikan tekanan lebih lanjut pada perusahaan kecil untuk meniru perilaku mereka (Martínez-Ferrero & García-Sánchez 2017, Rajandran 2018).

Literatur CSR yang ada sebagian besar mengabaikan peran ukuran pada keterlibatan bisnis dengan kebijakan dan praktik (Wickert *et al.*, 2016). Organisasi yang lebih besar memiliki sumber daya untuk menangani masalah sosial dan lingkungan lebih daripada organisasi yang lebih kecil. Perusahaan yang lebih kecil cenderung melakukan *benchmark* terhadap pelaporan CSR para pemimpin dalam suatu industri dan berusaha untuk meniru praktik tersebut (De Villiers & Alexander, 2014). Ukuran bisnis yang besar juga cenderung menarik liputan media menciptakan tekanan yang lebih besar untuk menyesuaikan dengan harapan masyarakat (Christensen, 2016). Akibatnya, organisasi yang lebih besar melegitimasi aktivitas mereka (Shabana *et al.*, 2017).

Studi-studi sebelumnya menyatakan bahwa ukuran perusahaan akan terkait dengan kegiatan tanggung jawab sosial karena perusahaan yang lebih besar lebih mungkin diteliti oleh kelompok-kelompok kepentingan umum. Sebuah hubungan positif antara ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR telah diamati dalam literatur sebelumnya yang diteliti oleh Ali *et al.* (2016), Tan *et al.* (2016), Ali *et al.* (2017), Lucchini dan Moisello (2017), Naseem *et al.* (2017), Ali dan Frynas (2018), Fahad dan Kb (2018), Idowu *et al.* (2020), Ramadhini *et al.* (2020), dan Ting (2020). Hasilnya menunjukkan bahwa perusahaan besar cenderung juga memiliki pengungkapan CSR yang tinggi dikarenakan adanya tekanan dari luar perusahaan seperti liputan media, harapan masyarakat dan juga kelompok-kelompok kepentingan umum lainnya.

H₄: *Business Size* berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR.

METODE PENELITIAN

68 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019 dipilih dengan metode *purposive sampling*. Untuk dimasukkan dalam sampel, perusahaan harus memenuhi kriteria inklusi yaitu perusahaan yang mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan periode 2015-2019.

Pada ISO 26000 terdapat dimensi elemen yang mana masing-masing dimensi elemen ini biasa digunakan oleh perusahaan sebagai pedoman pengungkapan CSR, status perusahaan yang mengungkapkan CSR dinyatakan dalam angka 1 sedangkan perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR dinyatakan dalam angka 0 pada masing-masing elemen tersebut. Skala rasio yang akan digunakan pada skala pengukuran ini. Pengungkapan CSR diukur menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Indeks CSR} = \frac{\text{Jumlah item informasi yang diungkapkan}}{37 \text{ item informasi CSR berdasarkan ISO 26000}}$$

Sumber: *International Organization for Standardization Standard 26000* (2005).

Sensitive industries: Di dalam penelitian ini klasifikasi industri sensitif dan kurang sensitif didasarkan pada kriteria penelitian yang dilakukan Khan *et al.* (2020). Sektor industri yang diidentifikasi sebagai industri sensitif adalah pertambangan, minyak dan gas, bahan kimia, perhutanan, baja dan logam lainnya, distribusi gas, dan air. Sektor lain selain dari yang disebutkan di atas dianggap sebagai industri kurang sensitif. Alat ukur sensitivitas industri di dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan variable *dummy*, dengan memberikan skor 1 untuk perusahaan dengan sensitivitas industri tinggi dan skor 0 untuk perusahaan dengan sensitivitas industri rendah.

Presence of CSR Promoting Institutions: Variabel *dummy* digunakan untuk menganalisis adanya institusi promosi CSR yang ada di Indonesia. Keanggotaan CSR dilihat dari kesertaan dalam aksi NGO's di Indonesia: CFCD, UNGC, IBL dan ICGN. Jika perusahaan adalah anggota dari salah satu lembaga ini, variabelnya sama dengan 1, dan 0 ditetapkan jika perusahaan bukan anggota. Informasi yang terkait dengan keanggotaan tersedia di halaman *web* bisnis dan CSR yang mempromosikan lembaga (Ali & Frynas, 2018).

Subsidiaries of MNCs: Studi sebelumnya menyoroti bahwa bisnis di negara berkembang

cenderung menghadapi tekanan dari anak perusahaan multinasional untuk melaporkan lebih banyak CSR (Khan *et al.*, 2020). Oleh karena itu, untuk memahami perbedaan praktik pelaporan CSR antara perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia dan perusahaan lokal, pada penelitian ini diperlakukan kepemilikan sebagai proksi dari variabel ini. Perusahaan multinasional yang beroperasi di negara Indonesia diberi nilai 1 dan, 0 diberikan kepada perusahaan lokal.

Business Size: pelaporan CSR dikaitkan dengan kinerja keuangan, dan ukuran perusahaan. Bisnis besar diharapkan untuk melaporkan informasi lebih lanjut untuk menghindari kekhawatiran publik. Peneliti mengambil logaritma natural dari total aset pada setiap akhir tahun fiskal (Khan *et al.*, 2020).

Financial performance: laba atas aset (ROA) sebagai ukuran kinerja keuangan. ROA telah digunakan sebagai ukuran kinerja keuangan di banyak penelitian sebelumnya (Situ *et al.*, 2018; Khan *et al.*, 2020). ROA diukur sebagai rasio laba setelah pajak terhadap total aset. Perusahaan yang memiliki persentase ROA yang tinggi pastinya akan memiliki dana dan sumber daya yang cukup untuk mendukung pelaksanaan CSR.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif pada Variabel Berskala Rasio

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	1730	.027027	.837838	.40640525	.171032308
FS (Milyar)	1730	22.969184	33.494533	28.77577872	1.646159684
FP	1730	-10.889364	2.192031	.00990566	.360781637
Valid N (listwise)	1730				

Hasil akhir variabel CSR menunjukkan bahwa 40,64% entitas yang ada pada BEI telah mematuhi peraturan UU mengenai CSR *disclosure*. Sedangkan ukuran perusahaan dengan nilai rata-rata sebesar 28,776 miliar

rupiah berarti bahwa sebagian besar entitas BEI termasuk dalam kategori perusahaan besar. Untuk *firm performance* hanya menunjukkan rata-rata sebesar 0,99%.

Tabel 2 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif pada Variabel Dummy

Variabel	Kategori	Frekuensi	Persentase
SI	1= Perusahaan dengan sensitivitas tinggi	1184	68,4%
	0= Perusahaan dengan sensitivitas rendah	546	31,6%
CPI	1= Anggota dari CSR <i>Promoting Institutions</i>	50	2,9%
	0= Bukan anggota dari CSR <i>Promoting Institutions</i>	1680	97,1%
SUBS	1= Anak dari perusahaan multinasional	144	8,3%
	0= Perusahaan lokal	1586	91,7%

Sebagian besar perusahaan BEI memiliki tingkat sensitivitas industri yang rendah dengan persentase sebesar 66,5%. Dari data pada tabel 2, hampir seluruh perusahaan bukan merupakan anggota dari CSR *promoting institutions*, hanya sebagian kecil saja yang bergabung pada lembaga pendukung CSR. Sedangkan untuk variabel *subsidiaries of MNCs* menunjukkan bahwa sebesar 13,5% perusahaan BEI yang merupakan anak dari

perusahaan MNCs, sisanya didominasi oleh perusahaan lokal.

Tabel 3 menunjukkan hasil uji Multikolinieritas. Semua angka VIF menunjukkan lebih kecil dari angka 10, sehingga tidak ada variabel bebas yang memiliki multikolinieritas.

Tabel 3 Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF	Keterangan
<i>Sensitive Industry</i>	1.021	Tidak Terjadi Multikolinearitas
<i>CSR Promoting Institutions</i>	1.056	Tidak Terjadi Multikolinearitas
<i>Subsidiaries of MNCs</i>	1.029	Tidak Terjadi Multikolinearitas
<i>Firm Size</i>	1.073	Tidak Terjadi Multikolinearitas
<i>Firm Performance</i>	1.019	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Tabel 4 Uji F

Dependen	Sig.	Kesimpulan
CSR	0,0000	Signifikan

Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga dikatakan hasil penelitian ini signifikan, dimana menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dapat memprediksi variabel dependen.

Tabel 5 Hasil Uji T

Variable	Coefficient	Sig.	Kesimpulan	Hipotesis
C	-1.051	0.000		
SI	0.019	0.013	Sig.+	Terbukti
CPI	0.022	0.309	Insig.	Tidak Terbukti
SUBS	0.048	0.000	Sig.+	Terbukti
FS	0.050	0.000	Sig.+	Terbukti

Berdasarkan hasil pengujian data di atas dinyatakan bahwa entitas BEI dengan sensitivitas yang tinggi cenderung lebih banyak mengungkapkan CSR, dibandingkan perusahaan dengan sensitivitas yang rendah. Perusahaan yang bergerak di bidang industri dinilai paling banyak merusak lingkungan dibandingkan perusahaan sektor lainnya. Hasil ini sejalan dengan penelitian Ali *et al.* (2016), Tan *et al.* (2016), Ali *et al.* (2017), Dyduch dan Krasodomska (2017), Ali *et al.* (2018), Khan *et al.* (2018), Kustina dan Hazanah (2020), Ramadhini *et al.* (2020), dan kontras dengan penelitian Prasetyo (2017) dan Khan *et al.* (2020).

Pada penelitian ini, pengungkapan CSR tidak dipengaruhi oleh adanya CSR *promoting institutions*, hal ini dikarenakan perusahaan bergabung pada lembaga CSR hanya untuk mendapatkan reputasi yang baik dan dapat mengenal dan mengetahui perusahaan apa saja yang bergabung ke lembaga tersebut sehingga menjadikan hal ini sebagai peluang bagi mereka untuk bekerja sama dengan perusahaan lain (Lund-Thomsen *et al.*, 2016). Hal ini membuktikan bahwa di Indonesia, pengungkapan CSR tidak dipengaruhi oleh keanggotaan dalam salah satu lembaga pendukung CSR.

Perusahaan multinasional, dibandingkan dengan perusahaan lokal, lebih memperhatikan masalah CSR. Hal ini terjadi karena banyaknya

tekanan, yang dirasakan oleh anak perusahaan multinasional, dan hanya mengungkapkan informasi CSR untuk mempertahankan status legal mereka baik di negara perusahaan anak maupun di negara perusahaan induk. Penelitian Lucchini dan Moisello (2017), Marquis *et al.* (2017), Ali dan Frynas (2018), Fahad dan Kb (2018), Welbeck *et al.* (2018), Tashman *et al.* (2019), dan Ramadhini *et al.* (2020) menunjukkan hasil yang sama.

Perusahaan besar lebih bersedia mengungkapkan informasi untuk mengurangi biaya politik mereka, karena visibilitas mereka yang lebih tinggi dapat dengan mudah menyebabkan lebih banyak litigasi dan intervensi pemerintah. Sistem pelaporan yang baik tentu memerlukan biaya pelaporan yang besar, bagi sebagian besar perusahaan kecil akan merasa terbebani dan menghindari dari pengungkapan CSR namun bagi sebagian institusi besar biaya tersebut lebih murah dalam mengurangi biaya politik perusahaan. Bhunia (2013), Ali *et al.* (2016), Tan *et al.* (2016), Ali *et al.* (2017), Rahman dan Ismail (2016), Lucchini dan Moisello (2017), Naseem *et al.* (2017), Rahayu dan Darmawan (2017), Sadou *et al.* (2017), Ali & Frynas (2018), Fahad dan Kb (2018), Ramadhini *et al.* (2020), Idowu *et al.* (2020), dan Ting (2020) menunjukkan hasil yang sejalan dengan penelitian ini.

Tabel 6 Hasil Uji Adjusted R Square

Dependen	Adjusted R Square
CSR	0,257

Dari hasil uji di atas menunjukkan bahwa adjusted R² sebesar 0.257 atau 25,70% berarti bahwa variabel terpilih bisa menjelaskan CSR disclosure sebesar 25,70% dan 74,30% disebabkan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model penelitian ini.

PENUTUP

Paper ini menyajikan hasil penelitian yang menyelidiki pengaruh perspektif kelembagaan

dan tekanan eksternal terhadap CSR *disclosure*. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa sensitivitas industri, *subsidiaries of MNC's*, *firm size* berpengaruh signifikan terhadap CSR. Semakin besar perusahaan, semakin luas tanggung jawab sosial yang harus mereka tanggung. Semakin banyaknya tekanan, yang dirasakan oleh anak perusahaan multinasional, semakin besar pengungkapan informasi CSR yang dilakukan untuk mempertahankan status legal mereka baik di

negara perusahaan anak maupun di negara perusahaan induk. Demikian pula halnya dengan industri sensitif. Industri yang semakin sensitif akan melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada data penelitian yang hanya berfokus pada perusahaan yang terdaftar di BEI. Penelitian ini juga hanya dilakukan pada negara berkembang yakni Indonesia, penelitian ini juga mengabaikan perusahaan industri jasa

keuangan yang ada di dalamnya. Penelitian kedepannya dapat mengeksplorasi lingkungan kelembagaan dan peraturan yang lebih luas serta mengarah pada perilaku perusahaan tersebut. Ini dapat dieksplorasi dengan memasukkan berbagai perspektif pelaporan CSR termasuk media, regulator, akademisi, konsultan, dan manajemen tingkat atas yang berkomitmen.

REFERENCES:

- Ali, W., Alsayegh, M. F., Ahmad, Z., Mahmood, Z., & Iqbal, J. 2018. The relationship between social visibility and CSR disclosure. *Sustainability (Switzerland)*, 10(3). <https://doi.org/10.3390/su10030866>
- Ali, W., & Frynas, J. G. 2018. The role of normative CSR-promoting institutions in stimulating CSR disclosures in developing countries. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(4), 373–390. <https://doi.org/10.1002/csr.1466>
- Ali, W., Frynas, J. G., & Mahmood, Z. 2017. Determinants of Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure in Developed and Developing Countries: A Literature Review. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24(4), 273–294. <https://doi.org/10.1002/csr.1410>
- Ali, W., Sandhu, M. A., Iqbal, J., & Tufail, M. S. 2016. Corporate Governance and CSR Disclosure : Evidence from a Developing Country. *Pakistan Journal of Social Sciences (PJSS)*, 36(1), 225–238.
- Aragón-Correa, J. A., Marcus, A. A., & Vogel, D. 2020. The effects of mandatory and voluntary regulatory pressures on firms' environmental strategies: A review and recommendations for future research. *Academy of Management Annals*, 14(1), 339–365.
- Bacha, S., & Ajina, A. 2020. *CSR performance and annual report readability : evidence from France*. 20(2), 201–215. <https://doi.org/10.1108/CG-02-2019-0060>
- Bhunia, D. A. 2013. Journal of Contemporary Issues in Business Research ©. *Journal of Contemporary Issues in Business Research*, 3(2), 75–87.
- Christensen, D. M. 2016. Corporate accountability reporting and high-profile misconduct. *Accounting Review*, 91(2), 377–399. <https://doi.org/10.2308/accr-51200>
- Crane, A., & Glozer, S. 2016. Researching Corporate Social Responsibility Communication: Themes, Opportunities and Challenges. *Journal of Management Studies*, 53(7), 1223–1252. <https://doi.org/10.1111/joms.12196>
- De Villiers, C., & Alexander, D. 2014. The institutionalisation of corporate social responsibility reporting. *British Accounting Review*, 46(2), 198–212. <https://doi.org/10.1016/j.bar.2014.03.001>
- Dyduch, J., & Krasodomska, J. 2017. Determinants of corporate social responsibility disclosure: An empirical study of Polish listed companies. *Sustainability (Switzerland)*, 9(11). <https://doi.org/10.3390/su9111934>
- Fahad, P., & Kb, N. 2018. *Determinants of CSR disclosure : an evidence from India*. <https://doi.org/10.1108/JIBR-06-2018-0171>
- Famiola, M., & Adiwoso, S. A. 2016. Corporate social responsibility diffusion by multinational subsidiaries in Indonesia: organisational dynamic and institutional effect. *Social Responsibility Journal*.

- Fontaine, M. 2013. Corporate Social Responsibility and Sustainability : The New Bottom Line ? National Louis University. *International Journal of Business and Social Science*, 4(4), 110–119. www.ijbssnet.com
- Halkos, G., & Skouloudis, A. 2016. National CSR and institutional conditions: An exploratory study. *Journal of Cleaner Production*, 139, 1150–1156. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.07.047>
- Idowu, S. O., Díaz Díaz, B., Capaldi, N., & Schmidpeter, R. 2020. Responsible Business in a Changing World: An Introduction. https://doi.org/10.1007/978-3-030-36970-5_1
- Khan, M., Lockhart, J., & Bathurst, R. 2020. A multi-level institutional perspective of corporate social responsibility reporting : A mixed-method study. *Journal of Cleaner Production*, 265, 121739. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.121739>
- Khan, M., Lockhart, J. C., & Bathurst, R. J. 2018. Institutional impacts on corporate social responsibility: a comparative analysis of New Zealand and Pakistan. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 3(1). <https://doi.org/10.1186/s40991-018-0026-3>
- Lucchini, A., & Moisello, A. M. 2017. *CSR Disclosure , Visibility and Media Pressure International Evidence from the Apparel and Textile Industry*. April.
- Lund-Thomsen, P., Lindgreen, A., & Vanhamme, J. 2016. Industrial Clusters and Corporate Social Responsibility in Developing Countries: What We Know, What We do not Know, and What We Need to Know. *Journal of Business Ethics*, 133(1), 9–24. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2372-8>
- Malik, M. S., & Kanwal, L. 2018. Impact of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance: Case Study of Listed Pharmaceutical Firms of Pakistan. *Journal of Business Ethics*, 150(1), 69–78. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3134-6>
- Marquis, C., Yin, J., & Yang, D. 2017. *State-Mediated Globalization Processes and the Adoption of Corporate Social Responsibility Reporting in China*. March, 167–191. <https://doi.org/10.1017/mor.2016.55>
- Martínez-Ferrero, J., & García-Sánchez, I. M. 2017. Coercive, normative and mimetic isomorphism as determinants of the voluntary assurance of sustainability reports. *International Business Review*, 26(1), 102–118. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2016.05.009>
- Mohamed, R., & Wakil, E. 2016. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality Special Issue' Al-Seyouf Conference*. 13(1), 22–32.
- Muhdar, Muhamad. 2020. Lemahnya regulasi minerba berpotensi tingkatan angka korban tenggelam di lubang bekas tambang. www.theconversation.com/lemahnya-regulasi-minerba-berpotensi-tingkatkan-angka-korban-tenggelam-di-lubang-bekas-tambang-141487 (diakses tanggal 27 Juni 2020).
- Naseem, M. A., Riaz, S., Rehman, R. U., Ikram, A., & Malik, F. 2017. Impact of board characteristics on corporate social responsibility disclosure. *Journal of Applied Business Research*, 33(4), 799–808. <https://doi.org/10.19030/jabr.v33i4.10001>
- Odeh, M. H., Alshannag, F. M., Eneizan, B., Alkhalwaldeh, A. M., & Makhamreh, H. Z. 2020. Cogent Business & Management Analysis of the relationship between corporate social responsibility (CSR) spending and market stock price among Jordanian service firms Analysis of the relationship between corporate social responsibility (CSR) spending a. *Cogent Business & Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1746732>
- Prasethiyo, D. 2017. Pengaruh leverage, ukuran perusahaan, sensitivitas industri, dan media exposure terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Akuntansi*, 5(2).
- Pratiwi, K. P. 2013. Environmental Incidents, Pemberitaan Media Dan Praktik Pengungkapan Lingkungan (Environmental Disclosures) : Studi Pada Sustainability Report Asia Pulp And Paper Co., Ltd. *Diponegoro Journal of Accounting*, 0(0), 470–481.
- Putri, W. A., Studi, P., Manajerial, A., Batam, P. N., Studi, P., Manajerial, A., & Batam, P. N. 2019. the Effect of Political Connection of Csr Disclosure With. *Journal of Applied Managerial Accounting*,

- 3(2), 247–261.
- Rahayu, M. P., & Darmawan, J. 2017. Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility. *Semnas IIB Darmajaya*, 40, 541–558.
- Rahman, I. M. A., & Ismail, K. N. I. K. 2016. The effects of political connection on corporate social responsibility disclosure – Evidence from listed companies in Malaysia. *International Journal of Business and Management Invention*, 5(2), 16–21.
- Rajandran, K. 2018. Coercive, mimetic and normative: Interdiscursivity in Malaysian CSR reports. *Discourse and Communication*, 12(4), 424–444. <https://doi.org/10.1177/1750481318757779>
- Ramadhini, A., Adhariani, D., & Djakman, C. D. 2020. *The Effects of External Stakeholder Pressure on CSR Disclosure : Evidence from Indonesia. February.*
- Sadou, A., Alom, F., & Laluddin, H. 2017. Corporate social responsibility disclosures in Malaysia: Evidence from large companies. *Social Responsibility Journal*, 13(1), 177–202. <https://doi.org/10.1108/SRJ-06-2016-0104>
- Sarra, H.D., & Alamsyah, S. 2020. *Green Human Resource Management, Customer Environmental Collaboration and the Enablers of Green Employee Empowerment: Enhancing an Environmental Performance.* 1(2), 358–372. <https://doi.org/10.38035/DIJEFA>
- Shabana, K. M., Buchholtz, A. K., & Carroll, A. B. 2017. The Institutionalization of Corporate Social Responsibility Reporting. *Business and Society*, 56(8), 1107–1135. <https://doi.org/10.1177/0007650316628177>
- Shahzad, M., Qu, Y., Ur Rehman, S., Zafar, A. U., Ding, X., & Abbas, J. 2020. Impact of knowledge absorptive capacity on corporate sustainability with mediating role of CSR: analysis from the Asian context. *Journal of Environmental Planning and Management*, 63(2), 148–174. <https://doi.org/10.1080/09640568.2019.1575799>
- Suhartadi, Imam. 2018. Padmamitra Awards Ketiga Beri Penghargaan 21 Perusahaan. [www.beritasatu.com/archive/518827/padmamitra awards ketiga beri penghargaan 21 perusahaan](http://www.beritasatu.com/archive/518827/padmamitra%20awards%20ketiga%20beri%20penghargaan%2021%20perusahaan) (diakses tanggal 27 Oktober 2018).
- Tan, A., Benni, D., & Liani, W. 2016. Determinants of corporate social responsibility disclosure and investor reaction. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(4), 11–17.
- Tashman, P., Marano, V., & Kostova, T. 2019. Walking the walk or talking the talk? Corporate social responsibility decoupling in emerging market multinationals. *Journal of International Business Studies*, 50(2), 153–171. <https://doi.org/10.1057/s41267-018-0171-7>
- Ting, P. 2020. Do large firms just talk corporate social responsibility ? - The evidence from CSR report disclosure. *Finance Research Letters*, February 2019, 101476. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101476>
- Welbeck, E. E., Matthew, G., Owusu, Y., Bekoe, R. A., & Kusi, J. A. 2018. *Determinants of environmental disclosures of listed firms in Ghana. 2017.* <https://doi.org/10.1186/s40991-017-0023-y>
- Wickert, C., Scherer, A. G., & Spence, L. J. 2016. Walking and Talking Corporate Social Responsibility: Implications of Firm Size and Organizational Cost. *Journal of Management Studies*, 53(7), 1169–1196. <https://doi.org/10.1111/joms.12209>
- Yazis, M., Basah, A., & Khairi, K. F. 2016. *The Level of Corporate Social Responsibility.* 2(12), 50–64.
- Yin, J. 2015. *Institutional Drivers for Corporate Social Responsibility in an Emerging Economy : A Mixed-Method Study of Chinese Business Executives.* <https://doi.org/10.1177/0007650315592856>
- Yulyana, E. 2017. *Implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) Policy in the Perspective of Good Government In Karawang Regency.* 163(Icodag), 130–135. <https://doi.org/10.2991/icodag-17.2017.25>