



**PENGARUH KARAKTERISTIK DIREKTUR UTAMA DAN KARAKTERISTIK
PERUSAHAAN TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

(Studi Empris Pada Perusahaan BUMN yang terdaftar di BEI Idx20 Tahun 2018-2020)

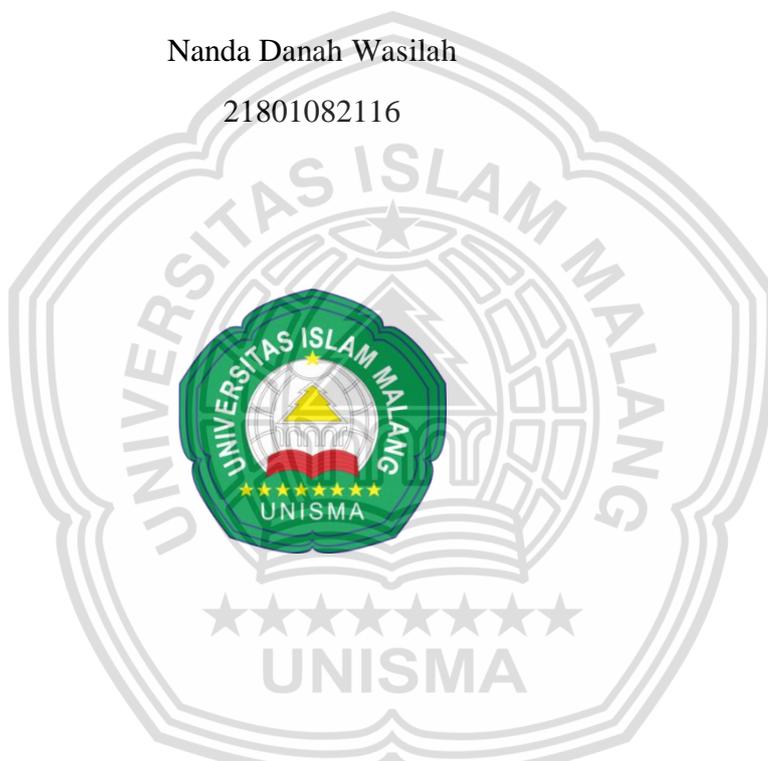
SKRIPSI

Diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi

Disusun oleh :

Nanda Danah Wasilah

21801082116



UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN AKUNTANSI
MALANG

2022



**PENGARUH KARAKTERISTIK DIREKTUR UTAMA DAN KARAKTERISTIK
PERUSAHAAN TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

(Studi Empris Pada Perusahaan BUMN yang terdaftar di BEI Idx20 Tahun 2018-2020)



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi

Oleh

Nanda Danah Wasilah

NPM. 21801082116

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

MALANG

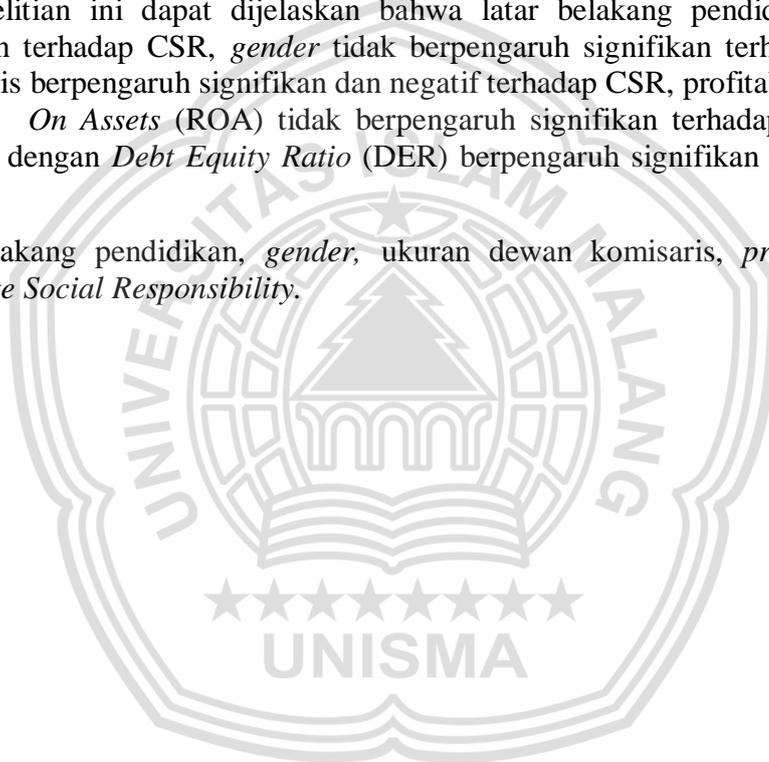
2022

ABSTRAK

Identifikasi karakteristik direktur utama yang dilihat dari latar belakang pendidikan dan *gender* serta karakteristik perusahaan yang dilihat dari ukuran dewan komisaris, *profitabilitas* dan *leverage* digunakan untuk menilai faktor-faktor pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas dan lebih baik pada perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.

Jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian korelatif dengan pendekatan kuantitatif. populasi dalam penelitian ini diperoleh dari seluruh perusahaan BUMN yang terdaftar di bursa efek indonesia idx20 tahun 2018 – 2020. Penelitian ini menggunakan data sekunder dengan jangka waktu aplikasi 3 tahun. ditentukan sampel secara purposive sampling dan diperoleh 19 perusahaan dari 28 perusahaan yang terdaftar sehingga sampel dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2020 sebanyak 57 sampel yang digunakan dalam penelitian. pengelolaan data yang diperoleh dengan menggunakan aplikasi jenis SPSS. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dijelaskan bahwa latar belakang pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR, *gender* tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR, ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan dan negatif terhadap CSR, profitabilitas yang diukur dengan *Return On Assets (ROA)* tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR dan *Leverage* yang diukur dengan *Debt Equity Ratio (DER)* berpengaruh signifikan dan negatif terhadap CSR.

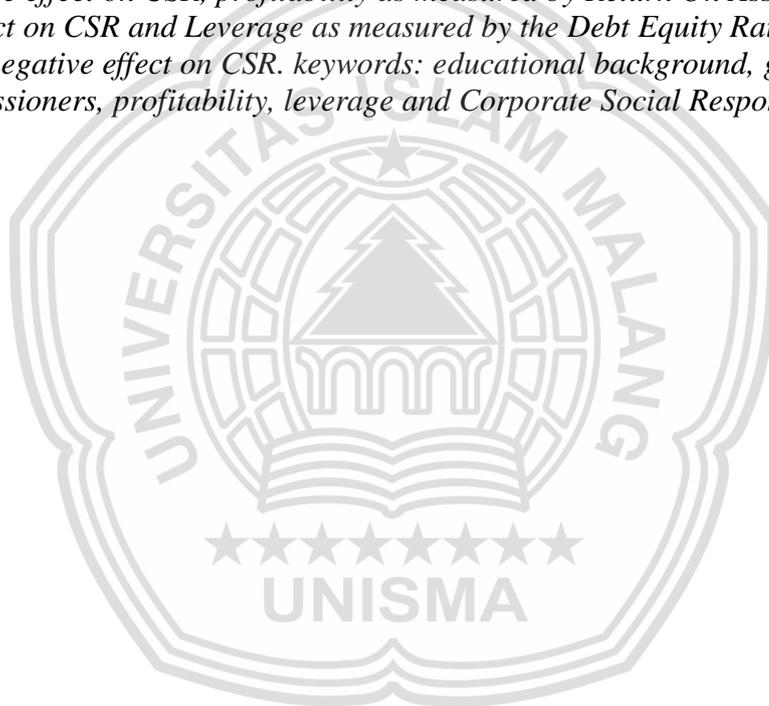
Kata kunci: latar belakang pendidikan, *gender*, ukuran dewan komisaris, *profitabilitas*, *leverage* dan *Corporate Social Responsibility*.



ABSTRACT

Identification of the characteristics of the president director as seen from his educational background and gender as well as the characteristics of the company as seen from the size of the board of commissioners, profitability and leverage are used to assess the factors of wider and better of corporate social responsibility disclosure in BUMN companies listed on BEI 2018- 2020 period.

the type of method used in this research is correlative research with a quantitative approach. the population in this study was obtained from all BUMN companies listed on the BEI idx 20 2018-2020 period. this study using secondary data with an application period of 3 years. determined the sample by purposive sampling and obtained 19 companies from 28 listed companies so that the sample from 2018 to 2020 was 57 samples used in the study. management of the data obtained using the SPSS type application. The results obtained in this study can be explained that educational background has no significant effect on CSR, gender has no significant effect on CSR, the size of the board of commissioners has a significant and negative effect on CSR, profitability as measured by Return On Assets (ROA) has no significant effect on CSR and Leverage as measured by the Debt Equity Ratio (DER) has a significant and negative effect on CSR. keywords: educational background, gender, size of the board of commissioners, profitability, leverage and Corporate Social Responsibility.



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia usaha saat ini perusahaan yang hanya mengungkapkan laporan keuangan saja tidak cukup. Perusahaan juga sudah harus mulai mengungkapkan kinerjanya selain dengan laporan keuangan tapi juga harus mengungkapkan laporan pertanggungjawaban perusahaan terhadap sosial dan lingkungan yang sering disebut dengan *Corporate Social responsibility* (CSR). Keberadaan perusahaan tidak lepas dari lingkungannya, Oleh karena itu setiap tindakan yang diambil perusahaan berdampak nyata terhadap kualitas kehidupan manusia baik individu, masyarakat, dan seluruh kehidupan di bumi. Oleh karena itu pula, setiap perusahaan perlu mengungkapkan tanggung jawab sosialnya atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) kepada para *stakeholder*. Seberapa luas pengungkapan tanggung jawab sosial ini dapat dilihat dari laporan tahunan atau *Annual Report* yang dipublikasikan oleh perusahaan tersebut. Dari laporan tersebut kita dapat menilai apakah kegiatan operasional perusahaan dalam periode tertentu tersebut berjalan dengan baik atau tidak dan seberapa besar pengaruh direktur utama yang bertanggungjawab dalam memimpin perusahaan tersebut dapat membawa perusahaan ke arah yang lebih maju. Di Indonesia perkembangan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dapat di lihat dari dua hal yaitu aspek ekonomi dan aspek sosial. Pada aspek ekonomi ini, tujuan utama perusahaan memang berorientasi untuk memperoleh keuntungan secara *financial*. Sedangkan dalam aspek sosial, selain untuk mendapatkan keuntungan berupa reputasi, perusahaan juga harus memberikan kontribusi secara langsung terhadap masyarakat. Dengan adanya peraturan dan kontrol dari pihak *stakeholder* diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan dalam usahanya untuk kesejahteraan masyarakat. Namun masyarakat juga harus menyesuaikan harapannya terhadap perusahaan dengan peraturan yang berlaku. *Corporate Social Responsibility* (CSR) sendiri menekankan bahwa tanggung jawab perusahaan

bukan sekedar kegiatan ekonomi, yaitu menciptakan laba demi kelangsungan usaha, melainkan juga tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal ini didasarkan pada pernyataan bahwa menggantungkan semata-mata pada kesehatan *financial* tidak menjamin perusahaan akan tumbuh secara berkelanjutan (Djarmiko, 2006).

Namun fokus akuntabilitas perusahaan selama ini masih mengedepankan pemegang saham, cenderung mengabaikan kepentingan *stakeholder* lainnya. *Stakeholder* dibagi menjadi 2 pihak, yaitu pihak *intern* dan *ekstern* perusahaan. Pihak *intern* perusahaan adalah pemilik dan pemimpin perusahaan sedangkan pihak *ekstern* perusahaan adalah para investor, kreditor/*banker*, pemerintah dan masyarakat (Djarwanto, 2001: 5). Padahal keberadaan *stakeholder* tersebut berkaitan erat dengan kesinambungan hidup suatu usaha karena keberadaan suatu perusahaan sangat bergantung pada dukungan yang diberikan oleh para *stakeholdernya* (Ghozali dan Chariri, 2014). Untuk itu, para *stakeholder* ini memerlukan laporan keuangan yang merupakan hasil ringkasan data keuangan perusahaan yang disusun guna memberikan informasi mengenai kinerja dan laporan pertanggungjawaban perusahaan, diantaranya adalah neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas dan laporan arus kas.

Devina, dkk (2004) menyebutkan bahwa informasi yang diungkapkan dalam laporan keuangan dibagi menjadi 2 yaitu pengungkapan bersifat wajib (*mandatory*) yang sudah diatur dalam Undang- Undang (UU) dan bersifat sukarela (*voluntary*) yang tidak sepenuhnya diatur oleh Undang-Undang (UU). Menurut Guthrie dan Mathews (dalam Sembiring, 2005), salah satu jenis pengungkapan sukarela yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang muncul karena adanya tuntutan dari masyarakat dan para pengguna laporan keuangan terhadap dampak kegiatan bisnis perusahaan.

Pelaporan tanggung jawab perusahaan telah menjadi keharusan yang mendasar untuk kegiatan bisnis (KPMG, 2013). Salah satu pelaporan tanggung jawab perusahaan adalah

tanggung jawab sosial atau yang biasa disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR). Menurut Swason (dikutip dari Manner, 2010), menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan harus menunjukkan kewajiban moral seperti halnya bahwa bisnis yang dilakukan perusahaan adalah bisnis yang bermasyarakat. Secara umum, tanggung jawab ini tersirat pada kontrak sosial yang melegitimasi perusahaan sebagai lembaga yang memberikan harapan akan melayani masyarakat atau konsumennya dengan baik dan menghasilkan laba dari bisnis yang dilakukannya sekaligus taat pada hukum dan norma etika yang berlaku dalam suatu masyarakat.

Beberapa tahun terakhir *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi topik yang sedang hangat dibicarakan oleh kalangan akademisi dan praktisi karena berbagai kasus yang terjadi seperti penggundulan hutan, meningkatnya polusi dan limbah, buruknya kualitas dan keamanan produk, eksploitasi sumber daya alam yang berlebihan dan penyalahgunaan investasi. *Corporate Social Responsibility* (CSR) sendiri memiliki pengertian berupa komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial yang menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan atau yang biasa disebut *triple bottom line* (Suhandri M. Putri, dkk, 2007). *Corporate Social Responsibility* (CSR) dimaksudkan untuk mendorong dunia bisnis atau perusahaan-perusahaan agar lebih etis dalam menjalankan operasioanalnya dan agar memberikan dampak yang positif bagi kehidupan sosial dan lingkungannya. *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga dapat digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu perusahaan telah dapat memenuhi kinerja dan tanggung jawab mereka terhadap para *stakeholder*. Huang (2013) mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) bukan permainan *zero sum* antara pelaku bisnis dan masyarakat, namun *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap

lingkungan sebagai kepedulian sosial dengan tidak mengabaikan kemampuan perusahaan (Khan, 2010).

Menurut Deegan (dikutip dari Permatasiwi, 2010) terdapat beberapa alasan suatu perusahaan perlu melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan, antara lain : keinginan untuk mematuhi peraturan yang ada dalam suatu undang-undang, pertimbangan rasionalitas ekonomi, keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan, keinginan untuk mematuhi persyaratan peminjaman, untuk memenuhi harapan *stakeholder* terutama masyarakat, sebagai konsekuensi dari ancaman terhadap legitimasi perusahaan, untuk mengelola kelompok *stakeholder* tertentu yang *powerfull*, untuk menarik minat investor agar berinvestasi pada perusahaan tersebut, untuk memenuhi persyaratan industri, dan untuk memenangkan penghargaan pelaporan tertentu. Alasan yang paling penting perlunya pengungkapan kinerja sosial perusahaan adalah sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan. Selain itu, menurut Dunn & Sainty (2009), Ada dua aspek yang dapat digunakan untuk mengukur *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pertama yaitu kinerja sosial yang merupakan penilaian yang komprehensif yang tidak terbatas pada salah satu masalah sosial, seperti hubungan dengan masyarakat, keragaman karyawan, keamanan produk, atau kinerja saham. Kedua, *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengkaji kinerja sosial dari berbagai perspektif, termasuk investor, karyawan, konsumen, pemasok, masyarakat dan lingkungan. Intinya adalah pengakuan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab ganda untuk berbagai *stakeholder* dalam jangka panjang.

Selain itu, dampak sosial perusahaan tergantung pada jenis atau karakteristik perusahaan. Karakteristik operasi perusahaan yang menghasilkan dampak sosial yang tinggi akan menuntut pemenuhan tanggung jawab sosial yang lebih tinggi pula. Dalam hal ini karakteristik perusahaan dapat diukur melalui ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, *profitabilitas* dan *leverage*.

Praktik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah banyak diterapkan oleh perusahaan publik di Indonesia. Pada laporan tahunannya, perusahaan telah menyebutkan aspek pertanggungjawaban sosial walaupun dalam bentuk yang relatif sederhana. Perusahaan berhak memilih bentuk pengungkapan yang sesuai dengan kebutuhan dan kompleksitas organisasinya. Namun perusahaan seperti itu perlu untuk mendapatkan apresiasi karena setidaknya perusahaan telah menyadari pentingnya informasi yang terkait dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Para *stakeholder* seperti salah satunya Investor mengapresiasi praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini dan melihat aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai rujukan untuk menilai potensi keberlanjutan suatu perusahaan. Bila perusahaan tidak mengungkapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR), bisa jadi *stakeholder* menganggap perusahaan yang bersangkutan tidak melakukan tanggung jawab sosialnya dan meragukan *going-concern* nya (Pambudi, 2006). Selanjutnya, para *stakeholder* akan menilai perusahaan tidak mampu mempertahankan keberlanjutan usahanya sehingga *stakeholder* seperti investor tidak tertarik untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan tersebut.

Hasil *survey* Ernst & Young tahun 2011 menjelaskan bahwa lebih dari 2.200 perusahaan dan lebih dari 50% responden telah menerbitkan *Annual Report* tiap tahun yang dapat membantu meningkatkan reputasi perusahaan dan 88% menunjukkan bahwa laporan berkelanjutan tersebut dapat membantu proses pengambilan keputusan organisasi agar lebih efisien. Di Indonesia praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) sendiri telah mendapat perhatian yang cukup besar dari berbagai perusahaan dengan diterbitkannya Undang-Undang No. 40 tahun 2007, tentang Perseroan Terbatas yang dijelaskan dalam pasal 66 dan 74. Selain itu, peraturan tentang penanganan masalah sosial dan lingkungan juga telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 misalnya pada pasal 15 (b) menyatakan bahwa setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, dan pada

pasal 16 (d) serta (e) menyatakan bahwa setiap penanaman modal bertanggung jawab menjaga kelestarian lingkungan dan menciptakan keselamatan, kesehatan, kenyamanan dan kesejahteraan bagi para pekerja. Salah satu contoh perusahaan yang wajib melakukan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara). Biasanya program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang digunakan oleh BUMN difokuskan pada Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) yang memang telah diatur pada Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor PER-08/MBU/2013, tentang program kemitraan yang merupakan program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Dan Program Bina Lingkungan yang merupakan program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN.

Namun peraturan-peraturan pemerintah tersebut tidak memberikan pedoman khusus mengenai bagaimana dan informasi apa saja yang harus dilaporkan mengenai kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR), sehingga pengungkapan mengenai informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia masih dirasa kurang. Berbagai alasan perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara sukarela ditemukan dalam penelitian sebelumnya, diantaranya adalah karena untuk menaati peraturan yang ada, untuk memperoleh keunggulan kompetitif melalui penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan memenuhi ekspektasi masyarakat serta untuk melegitimasi tindakan perusahaan dan untuk menarik investor.

Leverage memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat diketahui tingkat resiko tak tertagih nya suatu hutang. Semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan, semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan bisa untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi. Supaya

laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Likuiditas perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mendanai operasional perusahaan dan melunasi kewajiban jangka pendeknya. Perusahaan yang memiliki rasio likuiditas tinggi cenderung melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas kepada pihak luar karena ingin menunjukkan bahwa perusahaan tersebut kredibel.

Profitabilitas merupakan kemampuan para eksekutif perusahaan memperoleh laba maupun nilai ekonomis dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri dalam periode akuntansi (Hendra S. Raharjaputra, 2009:205). Menurut Sari (2012) menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada para pemilik atau *stakeholder* hanya sebatas pada indikator ekonomi saja, namun juga bergeser pada ranah yang lebih luas yaitu pada sosial kemasyarakatan dengan mempertimbangkan faktor-faktor sosial. Hubungan pertumbuhan perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat dikaitkan dengan pertimbangan investor dalam menanamkan investasinya.

Keluasan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sangat dipengaruhi salah satunya oleh peran direktur utama. Direktur utama merupakan istilah lain dari pejabat tertinggi dalam suatu perusahaan yang bertanggung jawab untuk mengatur atau mengorganisir keseluruhan organisasi atau perusahaan. Perkembangan di bidang strategi menyatakan bahwa, karakteristik direktur utama merupakan penentu dari keseluruhan proses organisasi termasuk pengambilan keputusan strategi perusahaan (Goll dan Rasheed, 2005) karena direktur utama dapat proaktif dan berinisiatif untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Sehingga direktur utama berada pada posisi penting dalam mempengaruhi strategi atau kebijakan perusahaan dan praktek *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Waldman et al, 2004). Oleh karena itu, menurut Waldman dan Siegel (2008) menyatakan bahwa kelalaian menganalisis peran kepemimpinan dapat menimbulkan masalah. Penelitian yang mengabaikan

peran direktur utama dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) memungkinkan untuk mendapatkan hasil kesimpulan yang tidak tepat mengenai hubungan dan konsekuensi dari penelitian tersebut (Manner, 2010).

Finkelstein dan Hambrick (dikutip dari Post, 2011) berpendapat bahwa direktur utama berdasarkan otoritas dan kekuasaan mereka dalam pembuatan keputusan perusahaan sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan sebagai pemikiran kinerja yang didefinisikan secara lebih luas yang tidak hanya sekedar rencana. Menurut Agle et al (dikutip dari Slater dan Dixon-Fowler, 2009) menyatakan bahwa peran direktur utama telah diakui karena berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sebagai pemimpin perusahaan, direktur utama memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan yang melibatkan strategi dan alokasi sumber daya untuk pencapaian *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian *Upper Echelon* menunjukkan bahwa pengalaman direktur utama, nilai dan kepribadian akan mempengaruhi visi, persepsi selektif, interpretasi, pilihan strategi dan akhirnya berpengaruh pada kinerja dan tanggung jawab perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR), sehingga dapat dikatakan bahwa organisasi merupakan cerminan dari direktur utama mereka. Sehingga dapat disimpulkan bahwa karakteristik direktur utama seperti gender, latar belakang pendidikan, latar belakang pengalaman fungsional dan kompensasi mempengaruhi kinerja atau tanggung jawab sosial perusahaan.

Latar belakang pendidikan atau tingkat pendidikan dari seorang pemimpin dapat membantu direktur utama dalam membentuk pola pikir, merumuskan program audit, serta memetakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan. He, et al (2014) menyatakan direktur utama dengan tingkat pendidikan yang tinggi memiliki pengaruh terhadap kinerja dan tanggung jawab perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR), tingkat pendidikan direktur utama juga menunjukkan reaksi yang cepat terhadap strategi dalam

pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sehingga direktur utama dengan tingkat pendidikan yang tinggi cenderung lebih terbuka terhadap perubahan strategi perusahaan.

Masa jabatan adalah masa bekerja atau mengabdinya direktur utama di sebuah perusahaan. Beberapa teori manajemen strategis mengemukakan pendapat bahwa masa jabatan seorang direktur utama dalam suatu organisasi mempengaruhi kondisi eksekutif. Semakin lama masa jabatan direktur utama menyebabkan kekakuan dalam struktur perusahaan dan semakin kecil untuk mempromosikan atau mengubah strategi lama. Direktur utama yang masa jabatannya lama memiliki kualitas, kinerja dan tanggung jawab yang lebih baik karena tidak memerlukan waktu lama untuk memahami kondisi *intern* perusahaan dalam meningkatkan pengungkapan atau pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Masa jabatan telah dipandang sebagai indikator penting dari kemampuan direktur utama untuk mengumpulkan dan memproses informasi tentang kondisi perubahan lingkungan (Herrmann dan Datta, 2005).

Pengalaman direktur utama diperoleh melalui masa kerja yang lama dalam perusahaan serta karir lainnya yang diperoleh di luar perusahaan yang diharapkan mempunyai berbagai macam pengalaman dalam memecahkan masalah. He, et al (2014) menyatakan bahwa pengalaman kerja direktur utama memiliki dampak yang besar terhadap lingkungan. Hal ini dikarenakan seorang direktur utama dengan pengalaman karir yang banyak mempengaruhi pilihannya berdasarkan orientasi tujuan, kerangka waktu, cara mendefinisikan masalah, pengelolaan informasi dan pilihan strategisnya. Sehingga pengalaman direktur utama memiliki reaksi yang lebih cepat dalam meningkatkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pentingnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) membuat banyak peneliti melakukan penelitian mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Misalnya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bramantya Adhi Cahya (2010) menunjukkan hasil bahwa *size* dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial

perusahaan. Selain itu, Manner (2010) juga meneliti tentang dampak karakteristik direktur utama terhadap tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan hasil penelitian bahwa karakteristik direktur utama secara signifikan berpengaruh positif terhadap kebijaksanaan manajerial dan pendidikan direktur utama dengan gelar humaniora, sedangkan pendidikan direktur utama dengan gelar ekonomi dan gelar ilmu sosial non ekonomi menunjukkan hubungan negatif, Karakteristik pengalaman direktur utama menunjukkan hubungan positif dan karakteristik kompensasi direktur utama menunjukkan hubungan positif.

Alasan perlu dilakukannya penelitian tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu yang pertama munculnya tren bagi perusahaan untuk berperilaku lebih etis dengan lebih memperhatikan faktor lingkungan dan sosial, yang kedua teori-teori yang mendasari *Corporate Social Responsibility* (CSR) banyak yang menyebutkan kaitan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan perusahaan dan *stakeholder*, yang ketiga beragamnya hasil penelitian mengenai pengaruh karakteristik perusahaan terhadap tingkat keluasan pengungkapan dan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR), yang keempat terdapat beragam bukti empiris mengenai pengaruh luas pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan terhadap reaksi *stakeholder*.

Berdasarkan uraian latar belakang, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Karakteristik Direktur Utama dan Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility***”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah karakteristik direktur utama dan karakteristik perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)?

2. Apakah karakteristik direktur utama berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)?
3. Apakah karakteristik perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh karakteristik direktur utama dan karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh karakteristik direktur utama terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis :

- a. Bagi para *stakeholder* seperti investor dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan keputusan investasi di perusahaan BUMN yang terdaftar di BEI dan tindakan yang akan diambil dengan mengetahui karakteristik direktur utama dan karakteristik perusahaan yang dapat mempengaruhi keluasaan pengungkapan dan praktek *Corporate Social Responsibility* (CSR).
- b. Bagi perusahaan BUMN yang terdaftar di BEI diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan agar lebih spesifik dalam menentukan direktur utama.

2. Manfaat Teoritis :

- a. bagi penulis diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan penulis tentang karakteristik direktur utama dan karakteristik perusahaan yang mempengaruhi keluasan pengungkapan dan praktek *Corporate Social Responsibility (CSR)*.
- b. bagi peneliti lain diharapkan penelitian ini mampu memberi kontribusi dalam pengembangan teori mengenai karakteristik direktur utama dan karakteristik perusahaan yang mempengaruhi keluasan pengungkapan dan praktek *Corporate Social Responsibility (CSR)* bagi yang ingin melanjutkan penelitian ini.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat karakteristik direktur utama (pendidikan dan *gender* direktur utama) dan karakteristik perusahaan (ukuran dewan komisaris, *profitabilitas* dan *leverage*) berpengaruh terhadap luasnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Variable dependent seperti pendidikan dan *gender* direktur utama diukur dengan metode *skoring*, ukuran dewan komisaris diukur dengan melihat jumlah dewan komisaris yang berada dalam perusahaan, *profitabilitas* diukur dengan rasio *Return On Asset* (ROA) dan *leverage* diukur dengan rasio *Debt Equity Ratio* (DER). Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan menggunakan model uji signifikan parsial (uji t) dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pendidikan Direktur Utama pada bidang ekonomi tidak signifikan secara parsial terhadap luasnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan BUMN yang tercatat pada indeks Idx20 Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2020.
2. *Gender* Direktur Utama tidak signifikan secara parsial terhadap luasnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan BUMN yang tercatat pada indeks Idx20 Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2020.
3. Ukuran dewan komisaris berpengaruh negatif signifikan secara parsial terhadap luasnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan BUMN yang tercatat pada indeks Idx20 Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2020.
4. *Profitabilitas* tidak signifikan secara parsial terhadap luasnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan BUMN yang tercatat pada indeks Idx20 Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2020.

5. *Leverage* berpengaruh negatif signifikan secara parsial terhadap luasnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan BUMN yang tercatat pada indeks Idx20 Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2020.

5.2 Keterbatasan

Pada penelitian yang dilakukan masih terdapat keterbatasan, diantaranya sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini menerapkan 5 variabel independen yang digunakan untuk menentukan tanggung jawab perusahaan yaitu untuk karakteristik Direktur Utama menggunakan latar belakang pendidikan dan gender sedangkan untuk karakteristik perusahaan menggunakan ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan leverage.
2. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan adalah 19 perusahaan dari 28 perusahaan yang berada pada indeks idx20 Bursa Efek Indonesia periode 2018 - 2020, dengan kriteria bahwa perusahaan yang terdaftar tersebut mempublikasikan annual report yang harus mencakup data mengenai karakteristik direktur utama dan karakteristik perusahaan serta tidak mengalami kerugian selama periode tersebut.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil analisis yang dilakukan dan keterbatasan yang telah diungkapkan oleh peneliti, maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk peneliti selanjutnya dapat menambah atau mengganti variabel independen yang digunakan untuk pengukuran terhadap corporate social responsibility (CSR) yang dapat berupa latar belakang pengalaman fungsional dan kompensasi untuk karakteristik direktur utama dan tipe industri dan pertumbuhan perusahaan untuk karakteristik perusahaan.
2. Untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan penambahan tahun dalam pengamatan dan lebih memperhatikan pada pemilihan kriteria sampel yang akan digunakan untuk menentukan jumlah sampel dari penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, F. (2006). Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Keuangan Tahunan. *Simposium Nasional Akuntansi*.
- Belkaoui, A. (2006). *Teori Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Cahya, B. A. (2010). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility). *Skripsi*.
- Devina, F. S. (2005). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Public di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal MAKSI*, 4.
- Ghozali, I. d. (2014). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, N. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hidayat, B. (2005). Pengaruh Size, Profitabilitas, Profile dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Skripsi*.
- KS, A. M. (2010). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Regulasi Pemerintah Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Laporan Tahunan di Indonesia*. Universitas Diponegoro.
- Manner, M. H. (2010). The Impact of CEO Characteristics on Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*.
- Mulyadi. (2002). *Auditing: Jilid 1 Edisi Enam*. Jakarta: Salemba Empat.
- Raharjaputra, H. S. (2009). *Manajemen Keuangan dan Akuntansi untuk Eksekutif Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rao, K. d. (2016). Board Composition and Corporate Social Responsibility: The Role of Diversity, Gender, Strategy and Decision Making. *Journal of Business Ethics*, 327-347.
- Sari, R. A. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal*, 124-140.
- Sembiring, E. R. (2005). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi VIII*.
- Simanjuntak, B. a. (2004). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kelengkapan Laporan Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta . *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, Vol.7.
- Siyoto, S. d. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Kediri: Literasi Media.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tersiana. (2018). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Start Up.