

**PENGARUH KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, MEDIA EXPOSURE, DAN UKURAN DEWAN KOMISARIS TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**

Nyimas Debby Puspitadewi<sup>1</sup>, Noegrahini Lastiningsih<sup>2</sup>, Munasiron Miftah<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup> Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

<sup>1</sup>nyimas.debby@upnvj.ac.id

<sup>2</sup>noegrahini.lastiningsih@upnvj.ac.id

<sup>3</sup>munasiron.miftah@upnvj.ac.id

**Abstrak**

Penelitian dilakukan untuk menguji pengaruh kepemilikan institusional, *media exposure*, dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dihitung berdasarkan GRI G4 dan GRI Standar. Sampel yang digunakan yakni sebanyak 28 perusahaan. Dalam pengujian hipotesis penelitian menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda dengan program SPSS 25. Hasil dari pengujian diperoleh untuk variabel kepemilikan institusional dan *media exposure* tidak berpengaruh signifikan, sedangkan untuk variabel ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

**Kata kunci:** Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan; Kepemilikan Institusional; *Media Exposure*; Ukuran Dewan Komisaris.

**Abstract**

*The study was conducted to examine the effect of institutional ownership, media exposure, and the size of the board of commissioners on corporate social responsibility disclosure. Corporate social responsibility disclosures are calculated based on GRI G4 and GRI Standards. The sample used is as many as 28 companies. In testing the research hypothesis using Multiple Linear Regression Analysis with the SPSS 25 program. The results of the test obtained for institutional ownership and media exposure variables have no significant effect, while for the variable size of the board of commissioners it has a significant negative effect on the disclosure of corporate social responsibility.*

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility Disclosure; Institutional Ownership; Media exposure; Size of Board Commissioners.*

### **PENDAHULUAN**

Negara Indonesia ialah salah satu negara yang memiliki kekayaan terkait sumber daya alam yang melimpah, hal ini didukung dengan letak geografis negara Indonesia yang sangat strategis. Potensi terkait sumber daya alam tersebut dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Kontribusi terhadap kemajuan ekonomi dianggap telah dilakukan oleh sebagian besar perusahaan, tetapi pada kenyataannya beberapa perusahaan dikritik terkait isu masalah sosial mulai dari pencemaran lingkungan, dan penipisan sumber daya alam. Terkait masalah sosial yang terjadi menimbulkan adanya tekanan dari berbagai pihak yang menuntut entitas agar memberikan tanggung jawab sosial pada segala dampak yang diakibatkan dari aktivitas perusahaan.

Tanggung jawab sosial merupakan komitmen berkelanjutan perusahaan dalam pertanggungjawabannya atas tindakan ekonomi perusahaan terhadap masyarakat, serta melakukan upaya keberlanjutan guna meminimalisir potensi negatif yang dapat terjadi (Lako, 2011 hlm. 180). Kasus perusakan dan pencemaran lingkungan terjadi pada Grup Sinar Mas, dimana perusahaan tersebut melakukan perusakan lahan gambut & kawasan hutan (bisnis.tempo.co 2018). Dampak yang terjadi akibat pembukaan lahan & perusakan hutan yaitu pada tahun 2015-2018 lahan yang terbakar di Indonesia lebih dari 3,4 juta hektare yang sebagian besar diakibatkan oleh kebakaran lahan gambut dan deforestasi membuat Indonesia menjadi terbesar keempat dunia dalam penghasil emisi gas rumah kaca.

Sebagaimana laporan tahunan Komite Nasional Hak Asasi Manusia dikatakan bahwa perusahaan merupakan pelaku kedua pelanggar HAM pada tiap tahunnya. Hal ini didukung dari masih adanya permasalahan kerusakan lingkungan yang dilakukan perusahaan, khususnya perusahaan yang melakukan aktivitas bisnis yang berkaitan dengan sumber daya alam. Kerusakan yang masih terjadi menandakan terdapat perusahaan yang kurang peduli terkait dampak yang diakibatkan oleh aktivitas operasinya (Wati, 2019 hlm. 3).

Selain itu, permasalahan terkait pencemaran lingkungan juga terjadi pada perusahaan tambang PT Arutmin. Perusahaan ini dinilai telah melakukan pencemaran lingkungan akibat aktivitas pertambangannya di Kalimantan Selatan sejak 2010 (medcom.id 2014). Permasalahan ini disoroti oleh organisasi lingkungan *Greenpeace*, karena perusahaan tersebut dianggap sebagai penyumbang pencemaran air terbesar hingga mengakibatkan kerusakan lingkungan. Dampak yang terjadi akibat aktivitas pertambangan yang tidak memperhatikan lingkungan yaitu lubang tambang banyak yang terbengkalai hingga genangan air yang telah terkontaminasi limbah menggenangi jalanan umum yang dilintasi oleh masyarakat.

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka pelaksanaan tanggung jawab dianggap penting sebagai bukti akuntabilitas suatu perusahaan. Selain itu, memang sudah seharusnya perusahaan untuk menyeimbangkan antara keuntungan ekonomi dengan kontribusi perusahaan untuk menciptakan kesejahteraan pada masyarakat untuk mendukung pembangunan yang berkelanjutan. Terkait dengan regulasi yang ada, pelaksanaan pengungkapan tanggung jawab sosial diatur dalam Undang- Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 ayat 1-3 dan Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012. Peraturan tersebut tentunya ditujukan agar pengungkapan yang dilakukan perusahaan di Indonesia lebih baik lagi dan terbuka sehingga permasalahan terkait pengungkapan dapat terminimalisir.

Pengungkapan tanggung jawab sosial ini pada setiap entitas tentunya akan berbeda, tergantung dari faktor yang mempengaruhinya. Seperti halnya kepemilikan institusional, *media exposure*, dan ukuran dewan komisaris. Kepemilikan institusional yakni kepemilikan saham institusi maupun lembaga. Dengan adanya kepemilikan institusional, pengawasan akan lebih

terdorong secara optimal. Penelitian terdahulu Singal & Putra (2019), Nurleni dkk., (2017), Malik dkk., (2017), Soliman dkk., (2012), dan Sari & Rani (2015) menyatakan kepemilikan institusional berpengaruh. Sedangkan Rustiarini (2011) menyatakan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Selanjutnya yakni *media exposure*, yaitu pengungkapan yang dilakukan oleh entitas sebagai fungsi pengkomunikasian perusahaan terkait aktivitas pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Penelitian terdahulu Mashuri & Ermaya (2019), Sparta & Rheadanti (2019), Wang, dkk (2013), dan Pakpahan & Rajagukguk (2018) menyatakan *media exposure* berpengaruh. Sedangkan Prasethiyo (2017) dan Arnes & Toto (2020) menyatakan *media exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan.

Dan ukuran dewan komisaris, dimana peran dewan komisaris yaitu pengendali internal tertinggi khususnya dalam mengawasi manajemen tingkat atas. Pengungkapan tanggung jawab sosial diyakini akan meningkat jika semakin banyaknya dewan komisaris pada suatu perusahaan, Penelitian terdahulu Oktavianawati & Wahyuningrum (2019), Pakpahan & Rajagukguk (2018), Hasanah & Rudyanto (2020), dan Darmawan dkk., (2019) menyatakan ukuran dewan komisaris berpengaruh. Sedangkan Haq & Mahyuni (2018), Suprasto & Haryanti (2019), dan Simamora (2017) yang menunjukkan ukuran dewan komisaris tidak mempengaruhi pengungkapan.

Selain itu, besarnya ukuran suatu perusahaan juga dapat mempengaruhi pengungkapan. Perusahaan yang dinilai besar dianggap akan melakukan kegiatan operasional perusahaan yang lebih luas, dimana hal ini dapat berdampak kepada masyarakat dan berbagai pihak terkait. Dengan demikian, maka perusahaan tentunya akan lebih mendapat sorotan dari publik sehingga pengungkapan tanggung jawab sosialnya akan diperluas (Prasethiyo, 2017).

Sehingga berdasarkan hal tersebut, dapat dideskripsikan faktor- faktor tersebut mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan. Ukuran perusahaan juga menjadi salah satu pertimbangan, karena umumnya perusahaan yang berskala besar lebih memiliki sorotan dari publik terkait kegiatan operasionalnya yang akan mempengaruhi pengungkapan. Berdasarkan uraian diatas maka tujuan penelitian ini guna mengetahui pengaruh kepemilikan institusional, *media exposure*, ukuran dewan komisaris dan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### ***Teori Agensi***

Teori agensi dikemukakan Jensen & Meckling (1976) yang menyatakan hubungan keagenan merupakan kontrak antara beberapa *principle* yang melibatkan *agent* dalam pelaksanaan layanan ataupun kebijakan atas nama *principle*, dimana terkait dengan wewenang dalam pengambilan keputusan dilibatkan kepada *agent*. Pada teori ini diasumsikan bahwa setiap individu akan bertindak atas kepentingannya. Dimana hal ini akan berpotensi menciptakan konflik kepentingan antara *agent & principle* yang dapat menimbulkan biaya keagenan (*agency cost*). Berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka agen yaitu pihak manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan akan berusaha untuk memperhatikan kepentingan para prinsipal. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir konflik keagenan, dimana biaya keagenan juga dapat diminimalkan. Karena dengan pengungkapan yang dilakukan oleh agen menggambarkan bentuk pertanggungjawaban agen kepada prinsipal.

### ***Teori Legitimasi***

Teori ini dikemukakan Dowling & Pfeffer (1975) yang menyatakan bahwa teori legitimasi berfokus pada interaksi organisasi dengan masyarakat. Dimana teori ini dianggap penting dalam kelangsungan suatu perusahaan. Dalam teori ini dijelaskan bahwa perilaku suatu organisasi terhadap lingkungan didorong dari adanya tekanan norma ataupun nilai sosial yang berlaku. Oleh karena itu, legitimasi dianggap berpengaruh pada keberlanjutan suatu perusahaan yang berperan dalam membantu dalam menganalisa perilaku organisasi yang berhubungan dengan lingkungan sekitar. Berkaitan dengan tanggung jawab sosial, dijadikan salah satu cara dalam mempertahankan legitimasi dari masyarakat. Dimana adanya tanggung jawab sosial dianggap mampu menciptakan kontribusi terhadap masyarakat dan lingkungan. Dimana masyarakat sekitar tidak akan merasa dirugikan akibat dampak negatif dari aktivitas perusahaan.

### ***Pengembangan Hipotesis Kepemilikan Institusional***

Kepemilikan Institusional ialah kepemilikan pihak yang berupa lembaga diantaranya yayasan, perusahaan asuransi, bank, perseroan terbatas, dan lembaga lainnya. Dimana suatu lembaga biasanya lebih dominan dalam kepemilikan saham, hal ini terjadi karena sumber daya lebih banyak dimiliki oleh institusi dibandingkan pemegang saham lain. Adanya kepemilikan mayoritas saham ini, maka suatu kelembagaan dianggap lebih mampu dalam memonitor kebijakan yang dilakukan oleh manajemen secara optimal (Nurleni dkk., 2017).

Menurut Singal & Putra (2019), kepemilikan institusional ini mempunyai peranan dalam pemantauan manajemen. Sesuai dengan teori agensi, kepemilikan institusional yang tinggi dapat mengurangi konflik keagenan yang meminimalkan biaya keagenan dengan monitoring yang dilakukan. Menurut Singal & Putra (2019), Nurleni dkk., (2017), Malik dkk., (2017), Soliman dkk., (2012), dan Sari & Rani (2015) menyatakan kepemilikan institusional mempengaruhi pengungkapan. Berdasarkan hal tersebut, maka dirumuskan hipotesis:

H<sub>1</sub>: Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

### ***Media Exposure***

Media sebagai pusat perhatian masyarakat terkait suatu perusahaan. Dengan adanya perkembangan zaman, penyampaian suatu berita melalui media massa dinilai kurang efektif. Dimana terdapat media baru yang dianggap lebih efektif dan efisien (Rusdianto, 2013 hlm. 75). Media baru yang dimaksud ialah *website*, dimana dengan penggunaan *website* memiliki manfaat diantaranya memberikan kemudahan dalam berkomunikasi, dimana hal ini dianggap mampu dalam memberikan umpan balik yang cepat. Serta mengurangi biaya komunikasi (Rusdianto, 2013 hlm. 77).

Sesuai dengan teori legitimasi, perusahaan dalam meningkatkan reputasi dan citra perusahaan di kalangan masyarakat akan berupaya dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Dimana hal ini dapat didukung dengan pengkomunikasian yang lebih luas terkait informasi tersebut pada media perusahaan yaitu *website*. Menurut Mashuri & Ermaya (2019), Sparta & Rheadanti (2019), Wang, dkk (2013), dan Pakpahan & Rajagukguk (2018) menyatakan *media exposure* mempengaruhi pengungkapan. Berdasarkan hal tersebut, maka dirumuskan hipotesis:

H<sub>2</sub>: *Media Exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

### ***Ukuran Dewan Komisaris***

Menurut Simamora (2017) Dewan Komisaris ialah perwakilan *shareholder* pada suatu perusahaan berbadan hukum perseroan terbatas, yang bertugas dalam melakukan pengawasan dan pemberian arahan kepada manajemen. Selain itu, wewenang Dewan Komisaris dapat berdampak signifikan dalam menekan manajemen untuk melakukan pengungkapan. Sesuai dengan teori agensi, meningkatnya total dewan komisaris dianggap mempermudah perusahaan dalam melakukan pemantauan dan melakukan pengawasan tindakan yang dilakukan oleh manajer (Oktavianawati & Wahyuningrum, 2019). Menurut Oktavianawati & Wahyuningrum (2019), Pakpahan & Rajagukguk (2018), Hasanah & Rudyanto (2020), dan Darmawan dkk., (2019) menyatakan ukuran dewan komisaris mempengaruhi pengungkapan. Berdasarkan hal tersebut, maka dirumuskan hipotesis:

H<sub>3</sub>: Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Objek penelitian yakni perusahaan non jasa yang terdaftar di BEI tahun 2017- 2019. Teknik penentuan sampel dengan *purposive sampling*, sehingga didapatkan sampel sebanyak 28 perusahaan. Data sekunder digunakan pada penelitian yang bersumber dari *website* BEI dan entitas. Alat uji untuk analisis data yakni *software* IBM SPSS Statistik versi 25.

### ***Pengukuran Variabel***

#### ***Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan***

Pengukuran pada penelitian ini menggunakan item pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan GRI G4 dan GRI Standar. Total item maksimum yang dipakai dalam GRI G4 sebanyak 91 item dan GRI Standar 78 item. Total item yang diungkapkan entitas dibagi dengan total item maksimum (Mutia dkk., 2011):

$$CSR_{Dj} = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan:

$CSR_{Dj}$  = Pengungkapan CSR perusahaan j

$\sum X_{ij}$  = *dummy variable*: nilai 1 apabila item diungkapkan, nilai 0 jika item tidak diungkapkan

$N_j$  = Jumlah item pengungkapan

#### ***Kepemilikan Institusional***

Pengukuran yang digunakan dengan membagi jumlah saham investor institusional dengan jumlah saham beredar (Soliman dkk., 2012):

$$KI = \frac{\text{Jumlah saham investor institusional}}{\text{Jumlah saham beredar}}$$

#### ***Media Exposure***

Pengukuran yang digunakan dengan variabel *dummy*, dimana diberikan nilai 1 jika perusahaan mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosialnya pada web perusahaan dan diberikan nilai 0 jika perusahaan tidak mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosialnya pada web perusahaan (Arnes & Toto, 2020).

**Ukuran Dewan Komisaris**

Pengukuran yang digunakan dengan menjumlahkan keseluruhan anggota yang diadopsi dari Pakpahan & Rajagukguk (2018), dimana anggota yang berasal dari internal atau eksternal perusahaan diukur dengan rumus:

$$DK = \sum \text{Dewan Komisaris Perusahaan}$$

**Ukuran Perusahaan**

Pengukuran terkait ukuran perusahaan menggunakan logaritma natural total asset (Pakpahan & Rajagukguk, 2018):

$$SIZE = \ln (\text{total asset})$$

**Model Penelitian**

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan persamaan regresi untuk seluruh variabel yakni:

$$CSRD = \alpha + \beta_1 KI + \beta_2 ME + \beta_3 UDK + \beta_4 SIZE + e$$

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Analisis Statistik Deskriptif**

**Tabel 1. Analisis Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengungkapan CSR	71	0.064	0.659	0.32304	0.138839
Kepemilikan Institusional	71	0.640	0.999	0.90217	0.092573
Ukuran Dewan Komisaris	71	2	8	5.46	1.452
Ukuran Perusahaan	71	28.493	32.473	30.41769	0.866397
Valid N (listwise)	71				

Sumber: Data Diolah (2021)

Berdasarkan tabel 1, total data (N) yang digunakan sebanyak 71 data karena mengalami *outlier* sebelumnya. Variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, didapatkan nilai minimum 0.064, sedangkan nilai maksimum 0.659. Nilai *mean* 0.32304 dan std. deviasi 0.138839. Variabel kepemilikan institusional, nilai minimum yang didapatkan 0.640 dan nilai maksimum 0.999. Nilai *mean* 0.90217 dan std. deviasi 0.092573.

**Tabel 2. Frekuensi Media Exposure**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	37	52.1	52.1	52.1
1	34	47.9	47.9	100.0
Total	71	100.0	100.0	

Sumber: Data Diolah (2021)

Variabel *media exposure* diketahui sebanyak 37 data yang memiliki nilai 0 dan 34 data yang memiliki nilai 1. Variabel ukuran dewan komisaris, nilai minimum yang didapatkan 2 dan nilai maksimum 8. Nilai *mean* sebesar 5.46 dan std. deviasi 1.452. Variabel kontrol yaitu ukuran

perusahaan, nilai minimum 28.493 dan nilai maksimum 32.473. Nilai *mean* sebesar 30.41769 dan std. deviasi 0.866397.

***Uji Hipotesis***

***Uji Koefisien Determinasi***

**Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	Adjusted R Square
1	0.101

*Sumber: Data Diolah (2021)*

***Uji t***

**Tabel 4. Hasil Uji t**

Model		t	Sig.
1	(Constant)	1.369	0.176
	LAG_KI	0.452	0.653
	LAG_ME	-1.199	0.235
	LAG_UDK	-2.565	0.013
	LAG_SIZE	-0.640	0.525

*Sumber: Data Diolah (2021)*

***Analisis Regresi Linear Berganda***

**Tabel 5. Hasil Regresi Linear Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	0.469	0.342	
	LAG_KI	0.089	0.197	0.055
	LAG_ME	-0.035	0.029	-0.138
	LAG_UDK	-0.029	0.011	-0.325
	LAG_SIZE	-0.013	0.020	-0.080

*Sumber: Data Diolah (2021)*

***Pembahasan Hasil Penelitian***

Kepemilikan institusional menunjukkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil ini dibuktikan dengan nilai uji statistik  $T_{hitung} < T_{tabel}$  ( $0.452 < 1.99601$ ) serta nilai signifikansi  $0.653 (>0.05)$ . Diasumsikan tinggi atau rendahnya kepemilikan institusional tidak mempengaruhi pengungkapan yang dilakukan oleh entitas. Hasil tersebut tidak sejalan dengan teori agensi, dimana peningkatan tingkat kepemilikan institusional yang tinggi dianggap dapat menciptakan pengawasan yang menunjang dalam

menghalangi perilaku oportunistik manajer. Selain itu, pemegang saham institusional dianggap memiliki kesempatan yang lebih besar dalam menganalisa kinerja serta tindakan manajemen pada suatu perusahaan, dimana hal ini juga dapat mendorong manajemen agar lebih memperhatikan pengungkapan. Pengawasan diharapkan dapat meminimalisir penyimpangan- penyimpangan yang mungkin terjadi, sehingga harapan terkait peningkatan pengungkapan dapat terpenuhi. Hasil ini sejalan dengan Rustiarini (2011) yang menyatakan kepemilikan institusional tidak berpengaruh karena belum adanya pertimbangan terkait tanggung jawab sosial dijadikan kriteria dalam berinvestasi, dimana hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan. Sehingga tidak ada tekanan untuk entitas guna melakukan pengungkapan. Sedangkan menurut Soliman dkk., (2012), Sari & Rani (2015), Malik dkk., (2017), dan Nurleni dkk., (2017) menyatakan kepemilikan institusional tidak mempunyai pengaruh.

*Media exposure* menunjukkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan. Hasil ini dibuktikan dengan nilai uji statistik  $T_{hitung} < T_{tabel}$  ( $1.199 < 1.99601$ ) serta nilai signifikansi  $0.235 (>0.05)$ . Hasil dapat diasumsikan perusahaan yang telah melakukan pengungkapan informasi terkait tanggung jawab sosial melalui *website* perusahaan atau tidak melakukan pengungkapan melalui *website* tidak mempengaruhi luasnya pengungkapan. Hasil tersebut tidak sejalan dengan teori legitimasi, dimana perusahaan dalam meningkatkan reputasi dan citra perusahaan di kalangan masyarakat akan berupaya dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Dimana dengan pengungkapan melalui *website* ini ditujukan untuk lebih memperluas pengkomunikasian terkait informasi tanggung jawab sosialnya. Selain itu, pengungkapan yang dilakukan melalui *website* lebih dapat dijangkau oleh masyarakat luas sehingga dorongan terkait pengungkapan akan semakin besar karena tujuan perusahaan untuk memperoleh legitimasi. Hasil ini sejalan dengan Prasethiyo (2017) yang membuktikan *media exposure* dianggap tidak berpengaruh karena media bukan dijadikan sebagai pendorong perusahaan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial melainkan hanya menjadi sarana perusahaan. Sedangkan menurut Wang dkk., (2013), Pakpahan & Rajagukguk (2018), Mashuri & Ermaya (2019), dan Sparta & Rheadanti (2019) yang menyatakan bahwa *media exposure* memiliki pengaruh.

Ukuran dewan komisaris menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan. Hasil dibuktikan dengan nilai uji statistik  $T_{hitung}$  sebesar  $-2.565$  sedangkan  $T_{tabel}$  sebesar  $1.99601$  sehingga  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $2.565 > 1.99601$ ) serta nilai signifikansi sebesar  $0.013$ . Dari nilai  $T_{hitung}$  sebesar  $-2.565$  dan koefisien regresi sebesar  $-0.029$  menandakan pengaruh dari ukuran dewan komisaris ini bersifat negatif. Hasil ini diasumsikan bahwa semakin banyaknya total dewan komisaris, maka pengungkapan terkait tanggung jawab sosial akan semakin kecil. Karena banyaknya total dewan komisaris yang dimiliki entitas tidak menjamin untuk memberikan pengawasan dan kontrol yang optimal terhadap manajemen, sehingga dorongan ataupun tekanan dalam meningkatkan pengungkapan tidak terpenuhi. Hasil ini tidak sejalan dengan teori agensi, dimana peningkatan pada jumlah dewan komisaris dapat menunjang pengawasan pada suatu perusahaan, diketahui bahwa dewan komisaris merupakan wakil pemegang saham yang dapat memantau serta memonitor manajer. Sehingga dewan komisaris dapat mengontrol tindakan dan kebijakan yang akan dilakukan oleh manajer selaku agen. Dapat dipastikan tindakan pengawasan yang dilakukan bertujuan agar menekan manajer dalam bertindak sesuai ketentuan yang semestinya, yaitu memperhatikan kepentingan prinsipal. Hasil ini sejalan dengan Darmawan dkk., (2019) yang membuktikan ukuran dewan komisaris berpengaruh negatif, dimana semakin meningkatnya total dewan komisaris akan mempersulit dalam pengambilan keputusan karena

proses dalam mencapai kesepakatan akan memerlukan waktu yang lama. Sehingga semakin banyaknya anggota tidak dapat dikatakan menjadi lebih efektif. Hal ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian Pakpahan & Rajagukguk (2018), Oktavianawati & Wahyuningrum (2019), dan Hasanah & Rudyanto (2020) yang menyatakan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif. Sedangkan menurut Haq & Mahyuni (2018), Simamora (2017), dan Suprasto & Haryanti (2019) menyatakan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan maka didapatkan hasil kepemilikan institusional dan *media exposure* tidak berpengaruh signifikan sedangkan ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Adapun keterbatasan penelitian yaitu sedikitnya perusahaan non jasa yang menerbitkan *sustainability report* secara berturut-turut pada tahun 2017-2019, sehingga sampel yang diperoleh sedikit. Selain itu, hasil yang didapatkan tidak dapat digeneralikan karena sampel yang digunakan sedikit.

Dari keterbatasan yang ada, maka saran bagi peneliti selanjutnya yaitu agar menambahkan faktor lain untuk diteliti seperti kepemilikan asing, kinerja lingkungan, dan variabel independen lain diluar penelitian ini. Dan dapat menambahkan variabel kontrol lain seperti umur perusahaan dan tipe industri. Selain itu dapat menambahkan periode pengamatan agar menggambarkan perkembangan terkait pengungkapan tanggung jawab sosial secara lebih luas. Serta dapat menggunakan pengukuran lain dalam mengukur variabel *media exposure*, salah satunya dengan perhitungan Janis- Fadner *Coefficients*. Dan dalam pengukuran pengungkapan tanggung jawab sosial menggunakan satu indeks saja yakni GRI G4 atau GRI Standar.

### DAFTAR PUSTAKA

- Arnes, R. A., & Toto, R. (2020). "The Effect of Profitability, Liquidity, Firm Size and Media Exposure on Corporate Social Responsibility Disclosure in Indonesian Non-Banking State-Owned Enterprises". *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences* 103(7): 140–48.
- Darmawan, A., Diani, R. N., Rejeki, S., & Fatih, A. M. (2019). "Tata Kelola Perusahaan Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*". *Journal Of Value Added* Vol. 15 No.2.
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). "*Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior*". *The Pasific Sociological Review*, Volume 18, No. 1, hlm. 122–136.
- Haq, A., & Mahyuni. (2018). "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Kasus Pada Perusahaan-Perusahaan Jasa Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)". *Jurnal INTEKNA : Informasi Teknik dan Niaga* 17(2): 79.
- Hasanah, H., & Rudyanto, A. (2020). "Determinan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia". *Equity* 22(2): 215.
- Jensen, C., & Meckling, H. (1976). "Theory Of The Firm : Managerial Behavior , Agency Costs And Ownership Structure I . Introduction and Summary In This Paper WC Draw on Recent

**PROSIDING BIEMA**  
**Business Management, Economic, and Accounting National Seminar**  
Volume 2, 2021 | Hal. 337 - 347

- Progress in the Theory of ( 1 ) Property Rights , Firm . In Addition to Tying Together Elements of the Theory of E". 3: 305–60.
- Lako, A. (2012). "Dekontrusksi & Reformasi Paradigma Bisnis & Akuntansi". Jakarta: Erlangga.
- Malik, H. A., Ahsan, S. M., & Khan, S. R. (2017). "Impact of Ownership Structure on Corporate Social Responsibility: Evidence from Pakistan". *International Journal of Scientific & Engineering Research* 8(1): 38–52.
- Mashuri, A. A. S., & Ermaya, H. N. L. (2020). "The Effect of Tax Aggressiveness and Media Exposure on Corporate Social Responsibility Disclosure with Profitability as Moderated Variables Social and Environmental Responsibility Must Be Owned by the Company in Generating Profits". 124(47): 16–28.
- Mutia, E., Zuraida., & Devi, A. (2011). "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia". *Jurnal Telaah dan Riset Akuntansi* 4(2): 187–201.
- Nurleni., Bandang, A., Darmawati., & Amiruddin, A. (2017). "The Effect of Managerial and Institutional Ownership on Corporate Social Responsibility Disclosure". *International Journal of Law and Management* 60(4): 979–87.
- Oktavianawati, L., & Wahyuningrum, I. F. S. (2019). "Factors Affecting Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure". *Accounting Analysis Journal* 8(2): 110-117.
- Pakpahan, Y., & Lasmanita, R. (2018). "Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial". *Jurnal Akuntansi* 18(2).
- Prasethiyo, D. (2017). "Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Sensitivitas Industri, Dan *Media Exposure* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan". *E-Jurnal Akuntansi Universitas Negeri Padang*, Volume 5 Nomor 2.
- Rusdianto, U. (2013). "CSR Communications A Framework For Pr Practitioners". Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rustiarini, N. W. (2011). "Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility". *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis* 6(1)
- Sari, W. N., & Rani, P. (2015). "Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, *Return On Assets* (ROA), Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 151(1): 10–17.
- Simamora, E. M. L. (2017). "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2014". *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau* Vol.4 No.1.
- Singal, P. A., & Putra, I. N. W. A. (2019). "Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, Dan Kepemilikan Asing Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility". *E-Jurnal Akuntansi* 29(1): 468.
- Soliman, M. M., Din, M. B. E., & Sakr, A. (2012). "Ownership Structure and Corporate Social Responsibility an Empirical Study of the Listed Companies in the Stock Market of Egypt". *European Journal of Business Research* 14(1): 53–68.
- Sparta., & Rheadanti, D. K., (2019). "Pengaruh Media Exposure Tehradap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Manufaktur Terdaftar Di BEI". *Equity* 22(1): 12.

**PROSIDING BIEMA**  
**Business Management, Economic, and Accounting National Seminar**  
Volume 2, 2021 | Hal. 337 - 347

- Suprasto, H. B., & Haryanti, A. P.S. (2019). “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan”. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis* 14(2): 219.
- Wang, J., Lin, S., & Shujie, Y. (2013). “The Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence from China”. *Journal of Applied Business Research* 29(6): 1833–47.
- Wati, L. N. (2019). “Model Corporate Social Responsibility”. Jawa Timur: Myria Publisher.