

PENERAPAN GCG DAN DAMPAKNYA PADA CSR (PERUSAHAAN PEMENANG IICG – ASEAN CG SCORECARD)

Ririn Breliastiti^{1)*}, Sucinda Putri²⁾ dan Silwy Valentina³⁾

^{1,2,3)}Program Studi Akuntansi, Universitas Bunda Mulia
Corresponding author: rbreliastiti@bundamulia.ac.id

Diterima 14 Juli 2020 / Disetujui 31 Agustus 2020

ABSTRACT: Indonesia is ranked among the lowest in corporate governance in Southeast Asia. The better the application of CG is expected to be the better the company's CSR disclosure. In the digital age, a company's website is one source of information that can be used by companies to report and disclose CSR activities. This study aims to obtain empirical evidence regarding whether the implementation of GCG will impact the company's ability to disclose its CSR activities on the official website. This research is a comparative causal study, which the independent variable (X) is GCG and the dependent variable (Y) is CSR. Information on the company's annual financial statements is obtained from www.idx.co.id, while data on award-winning companies provided by IICG were obtained from SWA Magazine. The results of the study show that GCG has not been proven to have an impact on the disclosure of CSR activities on the website. Indications are that the organs in GCG function more to protect the interests of shareholders. In the realm of CSR, the role of this GCG organ has not been specifically regulated. CSR is an embodiment of GCG principles, namely responsibility and transparency of information. Companies that are committed to carrying out CG properly and consistently should realize these principles in CSR activities and report/ disclose these CSR activities through the official website. Companies that have been awarded as Indonesia Most Trusted Companies should be an example or benchmark for other companies. For this reason, seriousness, seriousness and commitment are needed, especially from the Chief Executive Officer (CEO) in running GCG.

Keywords: GCG, CSR, IICG, website

ABSTRAK : Indonesia termasuk ke dalam peringkat terbawah dalam tata kelola perusahaan di Asia Tenggara. Semakin baik penerapan CG diharapkan akan semakin baik pula pengungkapan CSR perusahaan. Dalam era digital, situs web perusahaan adalah salah satu sumber informasi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk melaporkan dan mengungkapkan kegiatan-kegiatan CSR. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai apakah penerapan GCG akan berdampak pada kemampuan perusahaan untuk mengungkapkan kegiatan CSR nya di situs web resmi. Penelitian ini merupakan penelitian kausal, dimana Variabel independen (X) adalah GCG dan variabel dependen (Y) adalah CSR. Informasi mengenai laporan tahunan keuangan perusahaan diperoleh dari www.idx.co.id, sedangkan data mengenai perusahaan pemenang *award* yang diberikan oleh IICG diperoleh dari Majalah SWA. Hasil penelitian memberikan hasil bahwa GCG terbukti belum memberikan dampak bagi pengungkapan kegiatan CSR di situs web. Diperoleh indikasi bahwa organ-organ dalam GCG lebih banyak berfungsi untuk mengamankan kepentingan para *shareholders*. Dalam ranah CSR, peran organ GCG ini belum diatur secara spesifik. CSR merupakan perwujudan dari prinsip GCG yaitu tanggung jawab (*responsibility*) dan keterbukaan informasi (*transparency*). Perusahaan yang memiliki komitmen untuk menjalankan CG secara baik dan konsisten sudah sepatutnya merealisasikan prinsip tersebut dalam kegiatan-kegiatan CSR dan melaporkan/ mengungkapkan kegiatan CSR tersebut melalui situs web resmi. Perusahaan yang telah mendapatkan penghargaan (*award*) sebagai Indonesia Most Trusted Companies seharusnya dapat menjadi contoh atau *benchmark* bagi perusahaan yang lain. Untuk itu, diperlukan kesungguhan, keseriusan dan komitmen, terutama dari Chief Executive Officer (CEO) dalam menjalankan GCG.

Kata Kunci: GCG, CSR, IICG, situs web.

Pendahuluan

Latar Belakang

Tata kelola perusahaan (Corporate Governance - CG) adalah salah satu topik di bidang organisasi yang paling dicari dan menjadi fokus penelitian oleh para peneliti, pelaku bisnis dan pembuat kebijakan (Dalton et al., 2007; Hambrick et al., 2008). Beberapa studi yang telah dilakukan pada CG mengacu pada mekanisme, proses, praktik dan aturan yang dengannya perusahaan dipantau, dikendalikan dan diarahkan. CG, pada dasarnya melibatkan keseimbangan kepentingan berbagai pemangku kepentingan suatu perusahaan. Para pemangku kepentingan terdiri dari pemegang saham, karyawan, manajemen, pemasok, pelanggan, kreditor, pemerintah, dan masyarakat. Karena dalam perusahaan CG hampir meliputi setiap ruang lingkup manajemen, maka CG dapat memainkan peran penting dalam hal tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility - CSR).

CSR adalah proses pengamanan yang melibatkan upaya yang diambil oleh perusahaan untuk bertindak secara bertanggung jawab terhadap masyarakat. Kebijakan CSR berfungsi sebagai mekanisme pengawasan di mana bisnis menampilkan dan menjamin kepatuhan mereka yang kuat terhadap hukum dan standar etika. "CSR" adalah istilah yang menjadi populer di tahun 1960-an dan terus digunakan secara luas dalam cakupan tanggung jawab moral dan hukum (De George, 2011).

Tata kelola perusahaan yang baik (Good Corporate Governance - GCG) hingga saat ini terus dikembangkan oleh pemerintah agar dapat diterapkan oleh dunia usaha. Konsep ini dianggap sangat penting agar perusahaan di Indonesia dapat kuat dalam menghadapi krisis. Dalam sepuluh tahun terakhir, Indonesia termasuk ke dalam peringkat terbawah dalam tata kelola perusahaan di Asia Tenggara. Data tahun 2014 menunjukkan bahwa Indonesia

memiliki skor Indeks Persepsi Korupsi (Corruption Perception Index - CPI) sebesar 34 yang menduduki peringkat 107 dari 175 negara di dunia. Masih terdapat tanggung jawab penting bagi pemerintah agar terbentuk kultur tata kelola yang baik pada setiap perusahaan (Effendi, 2016). Laporan tahunan merupakan salah satu bentuk dari laporan pertanggungjawaban perusahaan. Laporan tahunan yang didukung GCG akan meningkatkan transparansi dan akuntabilitas publik, yang pada gilirannya akan meningkatkan kepercayaan investor. Meningkatnya kepercayaan investor, pada akhirnya dapat mendorong investasi baik dari investor dalam negeri maupun investor asing melalui beragam produk pasar modal di Indonesia maupun melalui investasi langsung.

GCG adalah prinsip yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan agar mencapai keseimbangan antara kekuatan serta kewenangan perusahaan dalam memberikan pertanggung jawabannya kepada para pemegang saham. IICG (*The Indonesian Institute for Corporate Governance*) mendefinisikan pengertian mengenai CG sebagai sistem dan proses yang digunakan oleh organ-organ perusahaan sebagai upaya untuk memberikan nilai tambah perusahaan secara berkesinambungan dalam jangka panjang. Penerapan CG merupakan salah satu langkah penting bagi perusahaan untuk meningkatkan dan memaksimalkan nilai perusahaan, mendorong pengelolaan perusahaan yang profesional, transparan dan efisien dengan cara meningkatkan prinsip keterbukaan, akuntabilitas, dapat dipercaya, bertanggung jawab dan adil sehingga dapat memenuhi kewajiban secara baik (Effendi, 2016). Penerapan GCG dalam perusahaan tidak lepas dari peran organ-organ yang terdapat di dalamnya, meliputi adanya Komite Independen, Direktur Independen, Komite Audit dan Sekretaris Perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu konsep akuntansi yang

menekankan tanggung jawab perusahaan kepada lingkungan dan masyarakat sekitar. CSR muncul karena keberadaan perusahaan-perusahaan yang menimbulkan dampak negatif bagi sekitarnya. Selain mengejar keuntungan, perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat, serta turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan boleh berlanjut sebagai entitas pencetak laba sepanjang tidak merusak lingkungan dan sosial. Tanggung jawab sosial muncul dalam rangka memperkuat keberlanjutan perusahaan dengan membangun kerjasama antar *stakeholder* yang terkait. CSR dilakukan oleh perusahaan dengan tingkat yang bervariasi, mulai dari yang paling sederhana seperti donasi sampai kepada yang komprehensif, yang terintegrasi ke dalam strategi perusahaan dalam mengoperasikan usahanya. Penerapan CSR di Indonesia marak dilakukan pada awal tahun 2000, walaupun kegiatan dengan esensi dasar yang sama telah berjalan sejak tahun 1970-an (Harmoni, 2010).

Identifikasi Masalah

Saat ini, ada berbagai media yang telah digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan program CSR-nya. Setidaknya ada tiga saluran utama yang dipakai untuk mengkomunikasikan CSR, yaitu (1) laporan sosial (*social report*) berupa *annual report*, *sustainability report* ataupun *integrated report*, (2) iklan dan (3) situs web (*website*) perusahaan. Mengingat pesatnya penggunaan internet di kalangan masyarakat, pemanfaatan situs web perusahaan untuk mengkomunikasikan program CSR patut untuk dipertimbangkan. Laporan yang tersedia bagi publik juga telah dianggap sebagai cara yang baik untuk berkomunikasi dengan para pemangku kepentingan tentang strategi, pendekatan dan kinerja CSR (Harmoni, 2010). CSR telah dianggap sebagai penanda penting yang harus melekat dan dimiliki oleh perusahaan, sehingga perusahaan pun berlomba menyatakan diri telah melaksanakan CSR. Situs web perusahaan merupakan salah satu media yang

banyak digunakan untuk menampilkan klaim informasi terkait aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan (Rahmanto, 2009).

Dalam menjalankan mekanisme GCG, perusahaan dituntut tidak hanya memperhatikan nilai ekonomi dari kegiatannya tapi juga nilai tambah lain, keseimbangan kepentingan *stakeholders*, dan kepatuhan terhadap peraturan serta norma yang berlaku atas kegiatan yang dilakukan. Semakin baik penerapan GCG maka semakin baik pengungkapan CSR perusahaan.

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai dampak dari penerapan Good Corporate Governance di perusahaan terhadap kemampuan perusahaan untuk mengungkapkan kegiatan Corporate Social Responsibility-nya di Situs Web. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi penelitian di bidang GCG dan CSR dan menjadi *benchmark* bagi perusahaan di Indonesia terkait dengan populasi penelitian yaitu perusahaan penerima penghargaan di bidang GCG.

Rumusan Masalah

Penelitian yang menguji dan membahas mengenai hubungan antara penerapan GCG dengan CSR masih terbilang sedikit. Oleh karenanya, penelitian ini akan mengajukan *Research Question* (RQ) agar menjadi penelitian awal dan dapat diperoleh wawasan atas keterkaitan kedua variabel tersebut.

1. Apakah proporsi Komisaris Independen berpengaruh terhadap pengungkapan CSR di situs web?
2. Apakah keberadaan Direktur Independen berpengaruh terhadap pengungkapan CSR di situs web?
3. Apakah jumlah Komite Audit berpengaruh terhadap pengungkapan CSR di situs web?
4. Apakah keberadaan Sekretaris Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR di situs web?

Hipotesis

Dengan berdasarkan pada kerangka teori yang telah disusun dan hasil penelitian

terdahulu maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

- H1: Proporsi Komisaris Independen berpengaruh terhadap pengungkapan CSR di situs web
- H2: Keberadaan Direktur Independen berpengaruh terhadap pengungkapan CSR di situs web
- H3: Jumlah Komite Audit berpengaruh terhadap pengungkapan CSR di situs web
- H4: Keberadaan Sekretaris Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR di situs web

Metode Penelitian

Pengembangan Instrumen

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kausal, dimana penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki kemungkinan hubungan sebab-akibat. Menurut Sekaran dan Bougie (2013), penelitian kausal adalah pendekatan ilmiah untuk menguji apakah satu variabel menyebabkan perubahan pada variabel lain. Penelitian kausal bertujuan untuk menggambarkan satu atau lebih faktor-faktor yang menyebabkan masalah, sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel X adalah penyebab dari variabel Y. Hubungan kausalitas menggunakan model *recursive*, yaitu model yang mempunyai satu arah kausalitas (Latan dan Ghozali, 2012).

Selain itu, penelitian ini bersifat kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang berlangsung secara ilmiah dan sistematis dimana pengamatan yang dilakukan mencakup segala hal yang berhubungan dengan objek penelitian, fenomena serta korelasi yang ada diantaranya. Terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi). Dimana variabel independen (X) adalah *Good Corporate Governance* dan yang menjadi variabel dependen (Y) adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Peneliti ingin melihat apakah ada pengaruh penerapan GCG terhadap pengungkapan CSR di situs web perusahaan.

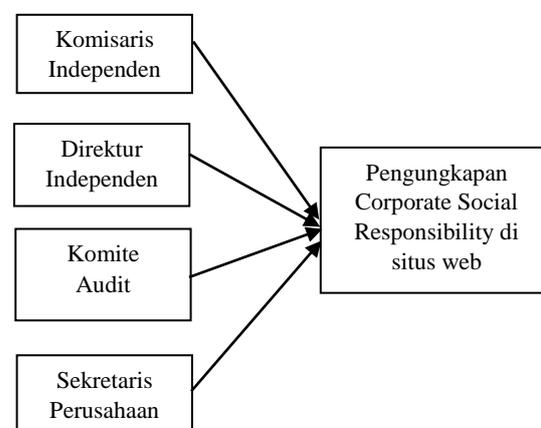
Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berasal dari

laporan tahunan dan situs web perusahaan. Informasi mengenai laporan tahunan keuangan perusahaan yang diperoleh dari www.idx.co.id. Sedangkan data mengenai perusahaan pemenang *award* yang diberikan oleh The Indonesian Institute for Corporate Governance (IICG) diperoleh dari Majalah SWA. Data yang terkait dengan Komisaris Independen, Direktur Independen, Komite Audit dan Sekretaris Perusahaan diperoleh dari Laporan Tahunan perusahaan tahun 2018. Data yang terkait dengan Pengungkapan CSR di situs web diperoleh dari situs web resmi perusahaan yang diakses pada bulan November 2019. Penelitian hanya meliputi satu tahun saja karena isi dari situs web yang bersifat berkesinambungan dan tidak memiliki kurun waktu.

Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh sumber data terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel, mentabulasi data berdasarkan variabel, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2017). Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif, uji asumsi klasik, *goodness of fit model* dan uji hipotesis.

Model Penelitian



Gambar 1: Model Penelitian

Definisi Operasional Variabel

Tabel 1: Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran
Komisaris Independen (KOM)	Komisaris Independen adalah anggota Dewan Komisaris yang tidak terafiliasi dengan Direksi, anggota Dewan Komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen.	KOM = Jumlah Komisaris Independen/ Jumlah total Dewan Komisaris
Direktur Independen (DIR)	Direktur independen adalah anggota dewan direksi yang tidak memiliki hubungan keluarga maupun hubungan bisnis dengan pemilik saham perusahaan atau dengan salah satu pengurus perusahaan.	Variabel dummy. 1 = jika memiliki Direktur Independen 0 = jika tidak memiliki Direktur Independen
Komite Audit (AUD)	Komite Audit adalah komite yang dibentuk oleh dan bertanggung jawab kepada Dewan Komisaris dalam membantu melaksanakan tugas dan fungsi Dewan Komisaris.	AUD = Jumlah Komite Audit
Sekretaris Perusahaan (SEK)	Sekretaris Perusahaan adalah penanggung jawab dari suatu unit kerja yang mempunyai tugas pokok untuk menjembatani komunikasi antara Perseroan dan masyarakat serta menjaga keterbukaan informasi.	Variabel dummy. 1 = jika memiliki Sekretaris Perusahaan 2 = jika tidak memiliki Sekretaris Perusahaan
Corporate Social Responsibility (CSR)	CSR merupakan suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang disertai dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas.	CSR = jumlah pengungkapan kegiatan CSR di situs web

Sumber: Effendi, 2016 dan Hadi 2010

Perusahaan Sampel Penelitian

Perusahaan yang diteliti adalah perusahaan yang mengikuti ajang pemeringkatan yang diselenggarakan oleh IICG. IICG adalah lembaga nirlaba yang berkomitmen mendorong praktik GCG di Indonesia dan mendukung serta membantu perusahaan-perusahaan dalam menerapkan konsep Tata Kelola (*Corporate Governance*). IICG mendukung penegakkan *Good Governance* di Indonesia dengan fokus memasyarakatkan dan mengembangkan konsep *governance* yang sesuai dengan konteks Indonesia di mana salah satunya adalah melalui kegiatan pemeringkatan ini. Selain itu IICG juga berupaya mendorong perusahaan untuk senantiasa meningkatkan kualitas penerapan CG dan bisnis yang beretika secara sistematis berkelanjutan melalui serangkaian pengelolaan pengetahuan dan pengalaman agar dapat menciptakan nilai tambah secara berkelanjutan.

Tabel 2: Emiten Big Cap & Mid Cap Pemenang IICG 2016 – 2018

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	BBCA	PT Bank Central Asia Tbk
2	BNGA	PT Bank CIMB Niaga Tbk
3	BDMN	PT Bank Danamon Indonesia Tbk
4	BMRI	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk
5	BBRI	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk
6	BNII	PT Bank Maybank Indonesia Tbk
7	NISP	PT Bank OCBC NISP Tbk
8	BBTN	PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk
9	ITMG	PT Indo Tambangraya Megah Tbk
10	TLKM	PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk
11	ANTM	PT Aneka Tambang (Persero) Tbk
12	ASII	PT Astra International Tbk
13	BBNI	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk
14	BNLI	PT Bank Permata Tbk
15	BTPN	PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk
16	HERO	PT Hero Supermarket Tbk
17	JSMR	PT Jasa Marga (Persero) Tbk
18	LPPF	PT Matahari Department Store Tbk
19	SRTG	PT Saratoga Investama Sedaya Tbk
20	EXCL	PT XL Axiata Tbk
21	BJBR	PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk
22	GLAA	PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk
23	INTP	PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk
24	KLBF	PT Kalbe Farma Tbk
25	ISAT	PT Indosat Tbk
26	PGAS	PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk
27	SIMP	PT Salim Ivomas Pratama Tbk
28	UNVR	PT Unilever Indonesia Tbk
29	WIKA	WT Wijaya Karya (Persero) Tbk
30	AKRA	PT AKR Corporindo Tbk
31	TPIA	PT Chandra Asri Petrochemical Tbk
32	GEMS	PT Golden Energy Mines Tbk
33	JPEA	PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk
34	UNTR	PT United Tractors Tbk
35	INCO	PT Vale Indonesia Tbk
36	WSKT	PT Waskita Karya (Persero) Tbk
37	WTON	PT Wijaya Karya Beton Tbk
38	AUTO	PT Astra Otoparts Tbk
39	MLBI	PT Multi Bintang Indonesia Tbk
40	BNBR	PT Bakrie & Brothers Tbk

Sumber: data olahan peneliti

Hasil Dan Pembahasan

Statistik Deskriptif

Tabel 3: Statistik Deskriptif

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic						
KOM	40	0.50	0.30	0.80	18.02	0.45	0.02	0.01
DIR	40	1	0	1	22	0.55	0.08	0.25
AUD	40	3	3	6	147	3.68	0.15	0.94
SEK	40	0	1	1	40	1.00	0.00	0.00
CSR	40	42	0	42	474	11.85	1.81	11.42
Valid N (listwise)	40							

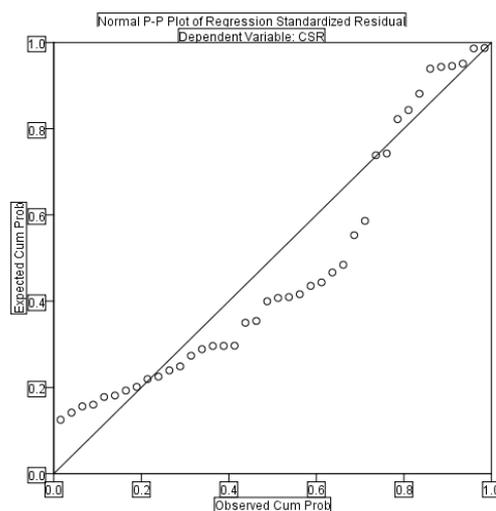
Sumber: hasil olahan peneliti

Tabel statistik deskriptif menggambarkan karakteristik dari data. Seluruh perusahaan telah memiliki Komisaris Independen. Proporsi Komisaris Independen atas seluruh Dewan Komisaris secara rata-rata adalah 45%, yang berarti bahwa jumlah komisaris masih didominasi oleh komisaris non independen. Lebih dari setengah perusahaan sampel memiliki direktur independen, yang berarti bahwa keberadaan direktur independen mulai dipertimbangkan oleh perusahaan. Seluruh perusahaan telah memiliki komite audit, dengan jumlah minimal 3 orang dan maksimal 6 orang. Hal ini menunjukkan kepatuhan perusahaan emiten untuk memenuhi kewajiban yang disyaratkan oleh BEI. Seluruh perusahaan memiliki sekretaris perusahaan. Hal ini menunjukkan kepatuhan perusahaan emiten dan pentingnya peran sekretaris perusahaan. Seluruh perusahaan memiliki situs web. Namun tidak semua kegiatan atau informasi mengenai CSR diungkapkan melalui situs web tersebut. PT. Bank Maybank Indonesia Tbk, PT. Matahari Department Store Tbk, dan PT. Indosat Tbk adalah perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR dalam situs web-nya. Perusahaan yang paling banyak mengungkapkan CSR di situs web-nya adalah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, yaitu sebanyak 42 pengungkapan. Secara rata-rata, perusahaan mengungkapkan CSR nya sebanyak 11 – 12 pengungkapan. Hal ini menunjukkan pengungkapan CSR di situs web telah cukup banyak dan telah menjadi

salah satu media informasi dan publikasi yang digunakan oleh perusahaan.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi yang diuji dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik harusnya memiliki nilai residual yang normal. Model yang diuji dalam penelitian ini terdistribusi normal, ditunjukkan dengan grafik p-plot yang tersebar mengikuti plot linear yang berbentuk garis diagonal pada grafik.



Sumber: hasil olahan peneliti

Gambar 2: Uji Normalitas

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah terdapat hubungan yang kuat antar variabel bebas (independen). Uji ini dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF:

- Berdasarkan nilai *tolerance*:
 Jika nilai *tolerance* > 0.10 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam regresi dan sebaliknya.
- Berdasarkan nilai VIF:
 Jika nilai VIF < 10.00 maka tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

Dari hasil pengujian, tidak terdapat hubungan yang kuat antar variabel independen karena nilai *tolerance* masing-masing variabel lebih besar dari 0.10 dan nilai VIF masing-masing variabel lebih kecil dari 10.00.

Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.008	11.711		-0.086	0.932		
KOM	21.093	17.064	0.209	1.236	0.224	0.923	1.084
DIR	1.259	4.346	0.056	0.290	0.774	0.718	1.394
AUD	0.724	2.377	0.060	0.305	0.762	0.683	1.464

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: hasil olahan peneliti

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah terdapat hubungan yang mengganggu dari data *timeseries* pada setiap variabel penelitian.

Uji Durbin-watson (d):

- Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari 4-dL maka hipotesis nol ditolak atau terdapat autokorelasi
- Jika d terletak antara dU dan 4-dU, maka hipotesis nol diterima atau tidak ada autokorelasi
- Jika d terletak antara dL dan dU atau antara dL dan dU atau diantara 4-dU dan 4-dL maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Data yang diamati dalam penelitian ini adalah *single year*, yaitu posisi akhir tahun 2019. Sehingga dalam penelitian ini tidak dapat dilakukan interpersasi untuk pengujian autokorelasi.

Tabel 5: Uji Autokorelasi

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.223 ^a	0.050	-0.029	11.583

a. Predictors: (Constant), AUD, KOM, DIR

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: hasil olahan peneliti

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Jika nilai sig > 0.05 berarti tidak terjadi multikolinearitas dalam regresi. Dari hasil pengujian, nilai sig adalah > 0.05, artinya model regresi linear terbebas dari heteroskedastisitas.

Tabel 6: Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	3.106	6.433		0.483	0.632
KOM	14.327	9.373	0.255	1.528	0.135
DIR	-0.981	2.387	-0.078	-0.411	0.684
AUD	-0.002	1.306	0.000	-0.002	0.999

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: hasil olahan peneliti

Koefisien determinasi (R^2) dapat dimaknai sebagai sumbangan pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat.

Dari hasil pengujian terlihat bahwa nilai R^2 adalah sebesar 0.05, yang berarti bahwa X_1 , X_2 , X_3 dan X_4 hanya dapat menjelaskan Y sebanyak 5%. Pengaruh atas Y lebih banyak berasal dari faktor-faktor yang lain.

Tabel 7: Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.223 ^a	0.050	-0.029	11.583

a. Predictors: (Constant), AUD, KOM, DIR

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: hasil olahan peneliti

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Tabel 8: Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1						
(Constant)	-1.008	11.711			-0.086	0.932
KOM	21.093	17.064	0.209		1.236	0.224
DIR	1.259	4.346	0.056		0.290	0.774
AUD	0.724	2.377	0.060		0.305	0.762

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: hasil olahan peneliti

Dari hasil pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa baik H1, H2, H3 dan H4 menunjukkan nilai sig > 0.05, sehingga tidak ada *hipotesis* dalam penelitian ini yang terdukung.

Interpretasi Hasil

Temuan dalam penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Stuebs dan Sun (2015) yang menemukan bahwa (1) CG berhubungan positif dengan kinerja CSR dan (2) GCG akan membawa perusahaan pada kinerja CSR yang baik. Entitas bisnis yang memiliki mekanisme CG yang kuat akan memiliki kinerja tanggung jawab sosial yang baik juga. Selanjutnya, tata kelola yang baik akan membawa perusahaan pada kinerja tanggung jawab sosial yang baik pula. Sehingga sangat direkomendasikan kepada perusahaan untuk meningkatkan upaya-upaya dalam menerapkan GCG.

Dalam melaksanakan GCG, terdapat lima prinsip yaitu (1) keterbukaan informasi – *transparency*; (2) akuntabilitas – *accountability*; (3) tanggung jawab – *responsibility*; (4) kemandirian – *independency*; dan (5) kesetaraan dan kewajaran – *fairness*. Bentuk dari pertanggung jawaban perusahaan adalah kepatuhan perusahaan pada peraturan-peraturan yang berlaku di antaranya bidang perpajakan, hubungan industrial, kesehatan serta keselamatan kerja, perlindungan lingkungan hidup, memelihara lingkungan bisnis yang kondusif bersama masyarakat dan yang lain sebagainya. Dengan menerapkan prinsip ini maka diharapkan dapat menyadarkan perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Selain memiliki tanggung jawab kepada *shareholder*-nya, perusahaan juga memiliki tanggung kepada para *stakeholders*-nya (Anitasari, 2018).

Prinsip *responsibility* merupakan prinsip yang paling dekat dengan CSR. Di dalam prinsip-prinsip GCG dapat kita lihat bahwa terdapat penekanan yang signifikan terhadap *stakeholders* perusahaan. Berdasarkan prinsip *responsibility* diharapkan suatu perusahaan dapat menyadari bahwa dalam kegiatan operasionalnya seringkali memberikan hasil pada dampak eksternal yang harus ditanggung oleh para *stakeholders*, sehingga menjadi suatu hal yang wajar bila perusahaan juga memperhatikan kepentingan serta nilai tambah bagi para *stakeholders*-nya. Penerapan CSR adalah salah satu bentuk dari implementasi konsep GCG. Sebagai entitas bisnis yang memiliki tanggung jawab kepada para masyarakat serta lingkungan maka sudah seharusnya perusahaan dapat bertindak sebagai *good citizen*, dimana hal ini merupakan perwujudan dari etika bisnis yang baik.

Munculnya kesadaran untuk menerapkan prinsip GCG tidak terlepas dari tuntutan perekonomian modern yang mengharuskan setiap perusahaan untuk dikelola secara baik dan bertanggung jawab dengan menjaga hak dan kewajibannya masing-masing (seluruh *stakeholders*). Aktivitas ekonomi yang dijalankan perusahaan sebagaimana prinsip etika bisnis diharapkan bermanfaat tidak hanya bagi perusahaan itu sendiri, tetapi juga bagi masyarakat. Penerapan etika bisnis tersebut merupakan wujud kepedulian dan tanggung jawab sosial-moral suatu institusi bisnis dan para pelaku dunia usaha terhadap masyarakat dan lingkungannya. Penerapan CSR yang dilaksanakan secara konsisten merupakan bagian dari upaya memaksimalkan nilai perusahaan. CSR merupakan komitmen perusahaan dalam berperilaku secara etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan tetap mengedepankan peningkatan kualitas hidup karyawan beserta keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas.

Pengaruh Proporsi Komisaris Independen terhadap Pengungkapan CSR di Situs Web

Perusahaan yang memiliki Komisaris Independen akan memperoleh manfaat, yaitu (1) kepentingan pemegang saham minoritas

dan pemangku kepentingan lainnya akan terlindungi, (2) terjaganya prinsip kesetaraan (*fairness*), (3) adanya keseimbangan (*check and balance*) yang harmonis, dimana posisi pengawasan dilakukan dari dua sisi (*layer*), dari sisi operasional dijalankan oleh direktur independen dan dari sisi kebijakan dijalankan oleh Komisaris Independen. Komisaris Independen memiliki tanggung jawab pokok untuk mendorong diterapkannya prinsip GCG di dalam perusahaan melalui pemberdayaan Dewan Komisaris agar dapat melakukan tugas pengawasan dan pemberian nasihat kepada Direksi secara efektif dan lebih memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

Dalam upaya untuk melaksanakan tanggung jawabnya dengan baik maka Komisaris Independen harus secara proaktif mengupayakan agar Dewan Komisaris melakukan pengawasan dan memberikan nasehat kepada Direksi untuk memastikan bahwa

- 1) perusahaan memiliki strategi bisnis yang efektif, termasuk di dalamnya memantau jadwal, anggaran dan efektifitas strategi tersebut;
- 2) perusahaan mengangkat eksekutif dan manajer-manajer profesional;
- 3) perusahaan memiliki informasi, sistem pengendalian, dan sistem audit yang bekerja dengan baik;
- 4) perusahaan mematuhi hukum dan perundangan yang berlaku maupun nilai-nilai yang ditetapkan perusahaan dalam menjalankan operasinya;
- 5) risiko dan potensi krisis selalu diidentifikasi dan dikelola dengan baik;
- 6) prinsip dan praktek GCG dipatuhi dan diterapkan dengan baik.

Untuk kondisi perusahaan di Indonesia, keefektifan peran dari Komisaris Independen ditentukan oleh faktor seperti tingkat independensi, fungsi pengawasan, profesionalisme dan kepemimpinan. Untuk perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia, terdapat dualisme peran Komisaris dalam pelaksanaan independensinya. Dalam beberapa kondisi peran komisaris memiliki kecenderungan yang terlalu kuat dalam perusahaan. Komisaris dapat terlalu mengintervensi direksi dalam menjalankan

tugasnya, sehingga efektifitas direksi dalam mengambil keputusan yang bersifat teknis menjadi terhambat. Dalam kondisi yang lain, kecenderungan yang terjadi di Indonesia adalah peran komisaris yang lemah dalam melaksanakan fungsinya. Hal ini, bisa disebabkan oleh beberapa faktor seperti kedudukan direksi yang sangat kuat, kompetensi dan integritas komisaris yang lemah, serta komisaris menduduki posisi yang sama di beberapa perusahaan (Azmi, 2015).

Dalam penelitian ini, perusahaan telah memenuhi aturan mengenai jumlah porsi Komisaris Independen, yaitu minimal 30% dari seluruh jumlah anggota Komisaris. Perusahaan rata-rata memiliki 45% Komisaris Independen. Namun hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh proporsi Komisaris Independen terhadap pengungkapan CSR di situs web. Komisaris Independen menjalankan fungsinya untuk melindungi kepentingan pemegang saham minoritas dan pemangku kepentingan lainnya, namun belum mendorong pengelola perusahaan untuk mengungkapkan kegiatan CSR nya di situs web. Hal ini menunjukkan bahwa peran dari Komisaris Independen dalam hal pengawasan dan pemberian nasihat kepada direksi agar perusahaan memiliki strategi bisnis yang efektif, belum dapat dikatakan berhasil.

Pengaruh Keberadaan Direktur Independen terhadap Pengungkapan CSR di Situs Web

Peran Direktur Independen masih menjadi diskusi dan pertimbangan baik di tingkat profesional maupun regulator. Selama ini BEI mewajibkan untuk meletakkan satu pihak independen dalam jajaran direksi dan komisaris perusahaan. Tujuannya agar pengambilan keputusan dalam perusahaan menjadi lebih seimbang dan objektif. Pada tahun 2018, aturan ini telah diiadakan. Salah satu alasan menghilangkan aturan ini dari Peraturan No. I-A tentang "Pencatatan Saham dan Efek Bersifat Ekuitas Selain Saham yang Diterbitkan oleh Perusahaan Terdaftar" karena dinilai saat ini posisi yang diduduki oleh direksi perusahaan sudah dijalankan secara independen, sehingga sudah tidak perlu lagi

adanya jabatan Direktur Independen (Wareza, 2018).

Dalam penelitian ini, belum semua perusahaan memiliki Direktur Independen. Hanya sebanyak 55% perusahaan yang memiliki Direktur Independen. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan masih mempertimbangkan efektifitas peran yang akan diemban oleh Direktur Independen. Dikhawatirkan, peran ini sebenarnya telah dilakukan oleh Komisaris Independen. Diperkuat lagi dengan dihapuskannya kewajiban perusahaan yang akan melakukan IPO (*Inntial Public Offering*) untuk memiliki minimal satu Direktur Independen. Penelitian ini menunjukkan bahwa ada tidaknya Direktur Independen yang dimiliki oleh perusahaan tidak berpengaruh terhadap banyak sedikitnya pengungkapan CSR di situs web.

Pengaruh Jumlah Komite Audit terhadap Pengungkapan CSR di Situs Web

Komite Audit pada umumnya memiliki akses langsung dengan setiap unsur pengendalian dalam perusahaan. Sehingga diperlukan suatu mekanisme komunikasi antara Komite Audit dengan berbagai pihak, dengan kata lain semakin lancar komunikasi akan semakin meningkat kinerja dari pengendalian perusahaan. Hal ini sejalan dengan kerangka GCG yang memiliki kandungan permintaan pengungkapan informasi yang kuat. Selain itu peran dan tanggung jawab Komite Audit dalam segi CG adalah berupa pengawasan terhadap proses CG di perusahaan, memastikan bahwa manajemen puncak mempromosikan budaya yang kondusif bagi tercapainya GCG, memonitor kepatuhan terhadap *code of conduct* perusahaan, memahami semua permasalahan yang dapat mempengaruhi baik kinerja keuangan maupun non-keuangan perusahaan (Alijoyo, 2003).

Dalam konteks perusahaan, Komite Audit adalah sebuah komite yang dibentuk oleh Dewan Komisaris. Dalam hal ini Komite Audit membantu Dewan Komisaris untuk memenuhi tanggung jawab pengawasannya, yang meliputi penelaahan atas laporan tahunan auditan dan laporan keuangan, penelaahan terhadap proses pelaporan

keuangan dan sistem pengendalian internal, serta pengawasan atas proses audit. Dalam kapasitasnya, Komite Audit bertanggung jawab untuk membuka dan memelihara/ menjaga komunikasi antara Komite Audit dengan Dewan Komisaris, Direksi, Unit Audit Internal, akuntan independen dan manajer keuangan. Dilihat dari sisi keanggotaan, Anggota Komite Audit diangkat dan diberhentikan oleh Dewan Komisaris dan dilaporkan kepada Rapat Umum Pemegang Saham.

Komite Audit di Indonesia menunjukkan perannya dalam hal pemantauan dan pengawasan terhadap (1) Laporan perusahaan, termasuk laporan keuangan eksternal; (2) Audit eksternal; (3) Audit internal; (4) Manajemen risiko dan pengendalian internal; (5) *Compliance and ethics*; (6) Aktivitas lainnya berupa pencegahan, menghalangi, menemukan, dan melaporkan kecurangan (Alijoyo, 2003). Dengan demikian, dalam penelitian ini belum terlihat peran Komite Audit terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan yang diungkapkan dalam situs web.

Pengaruh Keberadaan Sekretaris Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR di Situs Web

Dalam rangka meningkatkan pelayanan terhadap investor, emiten dan perusahaan publik diwajibkan untuk menunjuk Sekretaris Perusahaan. Sekretaris perusahaan harus memiliki akses terhadap informasi material dan relevan yang berkaitan dengan perusahaan tercatat tersebut dan menguasai peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal, khususnya yang berkaitan dengan masalah keterbukaan. Keberadaan Sekretaris Perusahaan lebih ditujukan kepada perannya untuk mewakili perusahaan dengan para investor, sehingga peran Sekretaris Perusahaan lebih difokuskan untuk satu *stakeholder*, dan bukan keseluruhan *stakeholder*.

Hal ini dapat menjadi penjelasan mengapa dalam penelitian ini, tidak terbukti adanya pengaruh dari keberadaan Sekretaris Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR di Web. Tugas utama Sekretaris Perusahaan adalah (1) menyiapkan daftar khusus yang berkaitan dengan direksi, komisaris, dan

keluarganya, baik dalam perusahaan tercatat maupun afiliasinya, yang antara lain mencakup kepemilikan saham, hubungan bisnis, dan peranan lain yang menimbulkan benturan kepentingan dengan perusahaan tercatat; (2) membuat daftar pemegang saham termasuk kepentingan 5% atau lebih; (3) menghadiri rapat direksi dan membuat minuta hasil rapat; (4) bertanggung jawab dalam penyelenggaraan RUPS; (5) mengikuti perkembangan pasar modal, khususnya peraturan-peraturan yang berlaku di bidang pasar modal; (6) memberikan pelayanan kepada masyarakat atas setiap informasi yang dibutuhkan oleh pemodal yang berkaitan dengan kondisi emiten atau perusahaan publik; (7) memberikan masukan kepada direksi emiten atau perusahaan publik agar mematuhi ketentuan Undang-Undang No. 8 tahun 1995 tentang Pasar Modal; (8) sebagai penghubung (*contact person*) antara emiten atau perusahaan publik dengan Bapepam dan masyarakat (Effendi, 2016).

Walaupun Sekretaris Perusahaan mengemban tugas yang sangat penting, namun belum dinyatakan secara eksplisit tugas yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan CSR di Web bukanlah tugas utama dari Sekretaris Perusahaan, walaupun dalam Sustainability Report (SR) tertera bahwa *contact person* SR perusahaan adalah *Corporate Secretary*.

Simpulan

Penelitian memberikan hasil bahwa organ-organ GCG terbukti belum memberikan dampak bagi pengungkapan kegiatan CSR di situs web. Peran dari organ GCG belum terbukti dapat mendorong perusahaan untuk lebih banyak mengungkapkan kegiatan CSR nya di situs web. Indikasi yang dapat dijelaskan oleh penelitian ini adalah organ-organ dalam GCG lebih banyak berfungsi untuk mengamankan kepentingan para *shareholders*. Keberadaan organ GCG tersebut telah diatur oleh Bapepam LK dan OJK, dimana perusahaan menjadi Emiten di Bursa Efek Indonesia. Dalam ranah CSR, peran organ GCG ini belum diatur secara spesifik. Penelitian ini belum dapat membuktikan adanya pengaruh keempat organ perusahaan terhadap pengungkapan CSR di situs web, diduga

disebabkan karena perusahaan sedikit banyak telah mengungkapkan kegiatan CSR pada laporan tahunan (Annual Report) ataupun pada laporan keberlanjutan (Sustainability Report).

CSR merupakan bentuk nyata dari prinsip GCG yaitu tanggung jawab (*responsibility*). Perusahaan yang memiliki komitmen untuk menjalankan CG secara baik dan konsisten sudah sepatutnya merealisasikan prinsip tersebut dalam kegiatan-kegiatan CSR. Selain melaksanakan kegiatan CSR, perusahaan juga dapat melaporkan dan mengungkapkan kegiatan CSR tersebut, salah satunya melalui situs web resmi. Hal ini juga merupakan perwujudan dari penerapan prinsip GCG yaitu keterbukaan informasi (*transparency*).

Perusahaan yang telah mendapatkan penghargaan (*award*) sebagai Indonesia Most Trusted Companies dalam ajang yang diselenggarakan oleh The Indonesian Institute for Corporate Governance (IICG) seharusnya dapat menjadi contoh atau *benchmark* bagi perusahaan yang lain. Untuk itu, diperlukan kesungguhan, keseriusan dan komitmen, terutama dari Chief Executive Officer (CEO) dalam menjalankan GCG.

Daftar Pustaka

- Alijoyo, F.A. (2003). Keberadaan & Peran Komite Audit Dalam Rangka Implementasi GGC. Center for Risk Management & Sustainability. <https://crmsindonesia.org/publications/keberadaan-komite-audit-di-indonesia-serta-peran-dan-kontribusi-mereka-dalam-penerapan-enterprise-risk-management-erm-di-perusahaan/>. Diunduh 26 Januari 2020.
- Anitasari, Nuraini (2018). CSR dan Good Corporate Governance, Apa Kaitannya? Zahir Blog. <https://zahiraccounting.com/id/blog/csr-dan-good-corporate-governance/> 16 Januari 2018. Diunduh 27 Januari 2020.
- Azmi, Roiqul (2015). Menyoal Peran Penting Komisaris Independen. 24 Juni 2015. <https://www.kompasiana.com/azmiroi>

- ul/55283ac0f17e61612a8b462a/menyoal-peran-penting-komisaris-independen?page=all. Diunduh 26 Januari 2020.
- Dalton, D. R., Hitt, M. A., Certo, S. T. & Dalton, C. M. (2007), "The fundamental agency problem and its mitigation", *Academy of Management Annals*, Vol. 1 No. 1, pp. 1-64.
- De George, R. T. (2011), *Business Ethics*, Dorling Kindersley, Licensees of Pearson Education in South Asia.
- Effendi, M. A. (2016). *The Power of Good Corporate Governance (Teori dan Implementasi)*. 2. Salemba Empat, Jakarta
- Hadi, N. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Harmoni, A. (2010). Pemanfaatan Laman Resmi sebagai Media Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan/ CSR pada Perusahaan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. No. 1, Vol. 15, pp. 9 – 17.
- Hambrick, D. C., Werder, A. & Zajac, E. J. (2008), "New directions in corporate governance research", *Organization Science*, Vol. 19 No. 1, pp. 381-385.
- Latan, Hengky. & Ghozali, Imam. (2012). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi. Menggunakan Program SmartPLS 3.0. Untuk Penelitian Empiris*. Edisi 2. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Rahmanto, A. (2009). Wacana Corporate Social Responsibility dalam Website Korporasi. *Manajemen Komunikasi*. <https://andrerahman.staff.uns.ac.id/2009/08/11/wacana-csr-dalam-website-korporasi/>. Diunduh 1 Oktober 2019.
- Sekaran, Uma. & Bougie, Roger. (2013). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. 6th Edition. John Wiley & Sons Ltd.
- Stuebs, M., & Sun, L. (2015). Corporate governance and social responsibility. *International Journal of Law and Management*. Vol. 57, No.1, pp. 38 – 52.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Vol. Cetakan 25). Bandung: Alfabeta.
- Wareza, Monica (2018). Emiten Tak Lagi Wajib Miliki Direktur Independen, Kenapa? CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20181226161205-17-48036/emiten-tak-lagi-wajib-miliki-direktur-independen-kenapa>. 26 Desember 2018. Diunduh 26 Januari 2020.