

Pengungkapan Corporate Governance: Mendorong Transparansi CSR dan Keuntungan di Perusahaan Konsumen Indonesia

Hajering

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Indonesia, Makassar, Indonesia

hajering.hajering@umi.ac.id

Abstrak Penelitian ini mengeksplorasi hubungan antara tata kelola perusahaan, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), dan profitabilitas pada perusahaan sektor konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2020. Metode deskriptif kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Tujuan utama adalah untuk menentukan sejauh mana tata kelola perusahaan mempengaruhi pengungkapan CSR dan profitabilitas, serta peran profitabilitas sebagai variabel perantara di antara keduanya. Populasi penelitian terdiri dari perusahaan sektor konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dengan sampel sebanyak 30 perusahaan yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui sumber sekunder. Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Squares (PLS), sebuah pendekatan dalam model persamaan struktural (SEM) yang berfokus pada variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara tata kelola perusahaan dengan pengungkapan CSR, maupun antara tata kelola perusahaan dengan profitabilitas. Namun, terdapat hubungan signifikan antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR. Meskipun demikian, profitabilitas tidak berperan sebagai mediator dalam hubungan antara tata kelola perusahaan dan pengungkapan CSR. Temuan ini menyoroti kompleksitas hubungan antara faktor-faktor ini dalam konteks perusahaan sektor konsumsi di Indonesia, menegaskan pentingnya penelitian lebih lanjut untuk memahami dinamika yang terlibat dalam praktik tata kelola, pengungkapan CSR, dan profitabilitas perusahaan.

Kata Kunci : *Corporate Governance; Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR); Profitabilitas; Sektor Barang Konsumsi; Tata Kelola Perusahaan*

I. PENDAHULUAN

Salah satu tujuan perusahaan didirikan umumnya untuk mencari keuntungan bagi perusahaan itu sendiri, namun keuntungan tersebut tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan semata. Selain mencari keuntungan, juga untuk kesejahteraan para pemegang saham. Hal ini dapat terjadi karena para pemegang saham juga menjadi salah satu bagian penting dalam kelangsungan operasional perusahaan. Untuk memperoleh keuntungan tersebut, perusahaan memanfaatkan berbagai sumber daya yang tersedia dari lingkungan sekitar tempat perusahaan beroperasi. Oleh karena itu, sudah seharusnya perusahaan memberikan timbal balik kepada lingkungan dalam bentuk Corporate Social Responsibility.

Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi semakin lazim dalam dunia bisnis di banyak negara, termasuk di Indonesia. CSR merupakan respons

perusahaan terhadap kesadaran masyarakat mengenai beberapa isu sosial seperti polusi, limbah, pengurangan sumber daya, kualitas produk, serta hak dan status pekerja (Bawono & Haryanto, 2015). Pelaporan CSR memberikan manfaat kepada masyarakat dengan memberikan informasi mengenai kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan sehingga masyarakat dapat mengawasi hak-hak mereka untuk hidup aman, karyawan dapat memperoleh kesejahteraan, dan pihak terkait dapat memastikan keamanan dalam mengonsumsi atau menggunakan produk perusahaan (Sari & Handini, 2021).

Tanggung jawab sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) adalah konsep yang menjadikan perusahaan tidak hanya bertanggung jawab pada satu sisi, yaitu nilai perusahaan (corporate value) yang tercermin dalam kondisi keuangannya saja. Namun, tanggung jawab perusahaan harus berfokus pada tiga aspek, yaitu triple bottom lines yang juga mempertimbangkan masalah sosial dan lingkungan (Daniri, 2008). (Utama, 2007) menyatakan bahwa perkembangan CSR berkaitan erat dengan memburuknya kerusakan lingkungan di Indonesia, termasuk deforestasi, polusi udara dan air, serta perubahan iklim. Seiring dengan perkembangan tersebut, [Undang-Undang No. 40 tahun 2007](#) tentang Perseroan Terbatas diberlakukan dan mewajibkan perusahaan yang bergerak dalam bidang atau terkait dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Meskipun sebagian perusahaan telah menerapkan CSR dalam aktivitasnya, masih ada perusahaan yang belum memenuhi tanggung jawab sosial dengan baik. PT. Indofood, sebuah perusahaan manufaktur yang menjadi salah satu yang terbesar di Indonesia, berada di sorotan karena masih belum sepenuhnya memenuhi tanggung jawab sosialnya. Terutama, dalam inspeksi terbaru di pabrik mereka di Medan, Sumatera Utara, pada hari Senin (15/7), telah terungkap adanya limbah Bahan Berbahaya dan Beracun (B3) yang mencemari sekitar lingkungan pabrik. Limbah B3 yang ditemukan tersebut menjadi indikasi bahwa praktik-praktik pengelolaan limbah dari operasional pabrik perlu diperbaiki. Temuan ini memberikan gambaran bahwa ada kekurangan dalam implementasi kebijakan lingkungan dan tanggung jawab sosial perusahaan. PT. Indofood, sebagai perusahaan yang beroperasi dalam skala besar, memiliki tanggung jawab besar terhadap lingkungan sekitarnya serta masyarakat di sekitar area operasionalnya. Keterlibatan perusahaan semacam ini dalam menangani limbah dan masalah lingkungan sangat penting, bukan hanya sebagai bentuk tanggung jawab, tetapi juga sebagai contoh bagi perusahaan lain dalam menjalankan praktik yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Sebagaimana dilaporkan oleh masyarakat, terungkap bahwa terdapat sisa produksi mi instan yang tidak lagi digunakan. Hasil inspeksi mengungkapkan bahwa terdapat banyak limbah B3 yang mencemari pabrik ini, mulai dari bungkus-bungkus mi instan hingga minyak bekasnya (KOMISI VII, 2019).

Pengelolaan perusahaan dengan mencapai laba yang tinggi dan menjaga kelangsungan hidupnya diharapkan memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan, dan ini menjadi prestasi manajemen dalam menjalankan bisnisnya. Melalui laba yang diperoleh, perusahaan dapat memberikan dividen kepada pemegang saham dan meningkatkan pertumbuhan perusahaan. Laba menjadi indikator utama bagi kelangsungan hidup perusahaan (going concern). *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan yang didasarkan pada tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah triple bottom line, yaitu profit, people, dan planet (Pramukti, 2019), Lebih lanjut, implementasi CSR dapat menjadi alat pemasaran baru bagi perusahaan jika dilakukan secara berkelanjutan.

Pengelolaan bisnis perusahaan barang konsumsi ini sangat menekankan pada pencapaian keuntungan yang tinggi, namun kegiatan bisnisnya memiliki dampak terhadap lingkungan sekitarnya. Dampak ini mendorong perusahaan menyadari tanggung jawabnya terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar, yang dikenal dengan Corporate Social Responsibility (CSR). Implementasi CSR diharapkan memberikan kontribusi positif pada reputasi perusahaan. Standar Global Reporting Initiative (GRI) digunakan sebagai acuan untuk mengukur tingkat pelaksanaan CSR perusahaan. Indeks pengungkapan Corporate Social Responsibility berdasarkan standar GRI (Global Reporting Initiative) mencakup beberapa aspek utama, yaitu: (1) Indikator Kinerja Ekonomi (economic performance indicator). (2) Indikator Kinerja Lingkungan (environmental performance indicator). (3) Indikator Kinerja Tenaga Kerja (labour practices performance indicator). (4) Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (human rights performance indicator). (5) Indikator Kinerja Sosial (social performance indicator). (6) Indikator Kinerja Produk (product responsibility performance indicator) (www.globalreporting.org)."

Menurut (Angelia & Suryaningsih, 2015), perusahaan yang mencerminkan dan mengungkapkan CSR dalam laporan keuangan akan mendapatkan respons yang lebih positif dari masyarakat. Tanggung jawab perusahaan terhadap kepentingan publik dapat disalurkan melalui implementasi program CSR yang berkelanjutan, memperhatikan kesejahteraan dan kehidupan sosial-ekonomi masyarakat lokal dan luas, sehingga membantu dan menjamin aspek-aspek kehidupan masyarakat. Salah satu keuntungan dari pelaksanaan CSR adalah kemampuan pihak di luar perusahaan untuk memahami sejauh mana perusahaan terlibat dalam lingkungan sosialnya, yang dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Implementasi aktivitas CSR tidak terlepas dari penerapan tata kelola perusahaan (corporate governance) (Karima, 2014). Praktik dan pelaporan Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi kelanjutan logis dari penerapan Corporate Governance, di mana prinsipnya menegaskan bahwa perusahaan harus memperhatikan kepentingan pemangku kepentingan (stakeholder) sesuai dengan aturan yang ada dan menjaga kemitraan yang aktif dengan pemangku kepentingan untuk kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan orientasi perusahaan untuk memperhatikan para stakeholder, sejalan dengan salah satu prinsip utama dalam empat prinsip utama Corporate Governance yaitu Responsibility. Meskipun CSR dan corporate governance berbeda dalam konsep dan fokusnya, keduanya memiliki keterkaitan yang signifikan dalam dunia bisnis. Corporate Governance terdiri dari lima prinsip utama yang menjadi landasan penting dalam pengelolaan perusahaan, yakni keterbukaan (transparency), akuntabilitas (accountability), pertanggungjawaban (responsibility), keadilan (fairness), dan independensi (independence) (Daniri, 2008). Adanya prinsip-prinsip ini mengindikasikan pentingnya struktur dan proses pengambilan keputusan yang transparan, serta tanggung jawab perusahaan dalam menjalankan operasionalnya dengan adil dan independen. Sementara CSR lebih menitikberatkan pada cara perusahaan memenuhi harapan dan kebutuhan stakeholder-nya, mencakup beragam inisiatif yang memperhatikan dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dari kegiatan operasional perusahaan. Integrasi antara prinsip-prinsip CSR dengan praktik Corporate Governance yang kokoh dan berlandaskan nilai-nilai moral bisa memberikan dampak positif yang signifikan bagi perusahaan, stakeholder, dan komunitas yang terlibat.

Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki hubungan yang kompleks dengan profitabilitas perusahaan. Meskipun terkadang terlihat sebagai investasi tanpa imbalan finansial yang langsung, praktik CSR yang baik sebenarnya dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi profitabilitas perusahaan. Misalnya, upaya-upaya CSR yang membangun reputasi perusahaan di mata masyarakat dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperluas pangsa pasar, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan dan keuntungan. Selain itu, praktik CSR yang berfokus pada efisiensi operasional dan keberlanjutan bisa mengurangi biaya produksi dan menambah margin keuntungan. Di sisi lain, implementasi CSR yang berlebihan atau tidak terencana dengan baik juga bisa menimbulkan biaya yang signifikan tanpa hasil langsung yang jelas pada profitabilitas. Namun secara keseluruhan, langkah-langkah CSR yang baik umumnya dianggap dapat mendukung profitabilitas jangka panjang perusahaan, meskipun mungkin tidak langsung terlihat dalam laporan keuangan secara singkat.

Profitabilitas merupakan perbandingan antara laba yang dihasilkan oleh perusahaan dengan aktiva atau modal yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut, yang pada dasarnya mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu (Riyanto, 2010). Tingkat profitabilitas memiliki arti penting bagi perusahaan karena menjadi dasar dalam menilai kondisi keuangan perusahaan. Tingkat profitabilitas mencerminkan kinerja perusahaan dalam menghasilkan profit. Kemampuan perusahaan dalam memperoleh profit menggambarkan potensi baik atau buruknya perusahaan di masa depan. Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur dengan Return on Asset (ROA) karena dapat mengindikasikan seberapa baik kinerja perusahaan dalam memanfaatkan seluruh aset yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan.

Profitabilitas yang lebih tinggi sering kali mendorong perusahaan untuk lebih aktif dalam melaksanakan Corporate Social Responsibility (CSR). Dalam kata lain, tingkat profitabilitas memiliki pengaruh terhadap sejauh mana perusahaan akan menerapkan CSR. Para stakeholder perusahaan, termasuk investor dan masyarakat umum, memiliki keinginan untuk mengetahui aktivitas apa saja yang dilakukan oleh perusahaan. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas yang diraih perusahaan, semakin besar pula kemungkinan perusahaan akan mengimplementasikan CSR. Hal ini menjelaskan mengapa profitabilitas menjadi dasar pertimbangan utama dalam penerapan CSR. Keuntungan yang tinggi cenderung membuka peluang positif terhadap alokasi dana untuk aktivitas CSR, juga dapat menarik minat investor untuk berinvestasi dalam saham perusahaan. Fenomena ini mendorong perusahaan untuk lebih berkomitmen dalam melaksanakan kegiatan sosial dan lingkungan sebagai bagian tanggung jawabnya terhadap para pemegang saham. Tingginya laba seringkali menjadi pendorong utama dalam melakukan aktivitas CSR oleh perusahaan, karena kegiatan ini dapat menjadi strategi untuk menarik investor, memasarkan produk, dan membangun citra positif (Rindawati & Asyik, 2015). Dengan adanya fenomena yang terjadi serta ketidak-konsistenan hasil dari penelitian sebelumnya mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pelaksanaan CSR, penelitian ini menjadi penting dilakukan untuk meningkatkan pemahaman akan signifikansi pelaksanaan CSR bagi perusahaan, juga bagi para pemangku kepentingan (stakeholder). Sehingga, penulis tertarik untuk melakukan studi dengan judul "Pengaruh Corporate Governance Terhadap Pelaksanaan Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam melengkapi pemahaman tentang keterkaitan antara tata kelola perusahaan, implementasi CSR, dan

profitabilitas di industri manufaktur, yang pada gilirannya dapat memberikan panduan berharga bagi para pemangku kepentingan, seperti perusahaan itu sendiri, investor, serta masyarakat umum dalam menilai kinerja dan dampak dari praktik CSR.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini difokuskan pada perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2020, dengan menggunakan data dari situs www.idx.co.id sebagai sumber data utama. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan menggunakan data sekunder dari laporan tahunan (annual report) perusahaan. Metode pengambilan sampel dilakukan melalui metode purposive sampling yang memungkinkan pemilihan sampel yang tepat dan representatif. Pemilihan sampel dilakukan dengan teliti berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, seperti ukuran perusahaan, kinerja keuangan, dan ketersediaan data yang relevan. Teknik analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah Partial Least Square (PLS), sebuah metode analisis regresi yang berguna untuk menguji hubungan antar variabel-variabel kompleks dalam model struktural. Analisis PLS merupakan teknik multivariate yang kuat, memungkinkan peneliti untuk memeriksa dan memahami korelasi serta pengaruh antara variabel-variabel yang kompleks. Metode ini memungkinkan pemodelan simultan dari beberapa variabel laten atau terukur, sehingga dapat menggambarkan hubungan antar variabel dalam suatu model konseptual yang lebih komprehensif.

Analisis PLS digunakan untuk memahami sejauh mana Corporate Governance mempengaruhi Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas dalam konteks industri manufaktur. Penelitian ini melibatkan tiga tahap analisis, yakni: 1) Analisis Outer Model, 2) Analisis Inner Model, dan 3) Pengujian Hipotesis, yang dirancang untuk menyelidiki dan memahami dinamika hubungan antar variabel dalam kerangka Corporate Governance, CSR, dan Profitabilitas (Ghozali & Latan, 2015).

III. HASIL PENELITIAN

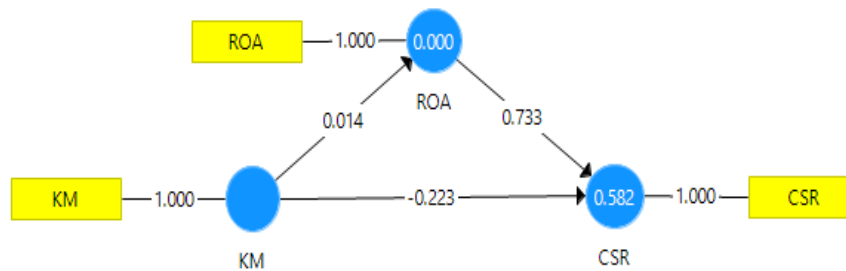
Analisis Outer Model

Penyelidikan model eksternal (outer model) digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara variabel teramati dengan variabel laten, mengukur convergent validity, discriminant validity, serta reliabilitas.

Convergent Validity

Validitas konvergen (Hair et al., 2019) dari suatu model, terutama terkait indikator reflektifnya, tercermin dari seberapa kuat korelasi antara skor atau nilai setiap indikator dengan nilai konstruk yang mereka ukur. Biasanya, indikator dianggap handal jika korelasinya melebihi 0,70. Namun, dalam tahap awal pengembangan skala, nilai loading antara 0,50 hingga 0,60 masih dapat diterima. Namun, hasil untuk loading pada tahap analisis menunjukkan adanya beberapa indikator yang memiliki nilai loading di bawah 0,60 dan tidak secara signifikan berkontribusi pada model.

Model struktural dalam penelitian ini dijelaskan dalam Gambar berikut ini:



Gambar 1 Model Struktural Penelitian

Sumber : Output Program Smart PLS, 2023

Output dari Smart PLS mengenai faktor beban (loading factor) memberikan hasil yang tersaji dalam tabel berikut: "Outer Loadings".

Tabel 1 Outer Loading

	CSR	KM	ROA
CSR	1.000		
KM		1.000	
ROA			1.000

sumber : Output dari Program Smart PLS, 2023

Data yang terdapat dalam tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh indikator awalnya memiliki loading factor di atas 0,70. Hal ini menandakan bahwa awalnya semua indikator merupakan penilaian yang valid terhadap konstruk yang mereka ukur.

Discriminat Validity

Bagian ini akan menjelaskan hasil uji discriminant validity menggunakan nilai cross-loading. Indikator dikatakan memiliki discriminant validity jika nilai cross-loading indikator pada variabelnya paling tinggi dibandingkan dengan variabel lainnya. Berikut adalah nilai cross-loading dari masing-masing indikator:

Tabel 2 Hasil Cross Loading Penelitian

	CSR	KM	ROA
CSR	1.000	-0.213	0.730
KM	-0.213	1.000	0.014
ROA	0.730	0.014	1.000

sumber : Output dari Program Smart PLS, 2023

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa semua indikator pada variabel penelitian memiliki nilai cross-loading yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai cross-loading pada variabel lainnya, menunjukkan adanya discriminant validity. Selain itu, cara lain untuk mengukur discriminant validity adalah melalui nilai Square Root of Extracted Average Variance (AVE). Nilai yang direkomendasikan adalah di atas 0,5 untuk model yang baik.

Langkah pengujian selanjutnya adalah mengukur composite reliability dari blok indikator yang mengukur konstruk. Konstruk dikatakan reliable jika nilai composite reliability melebihi 0,60. Selain itu, untuk menilai reliabilitas konstruk atau variabel laten yang diukur, dapat dilihat melalui nilai Cronbach's Alpha dari blok indikator yang

mengukur konstruk tersebut. Konstruk dikatakan reliable jika nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,7.

Hasil konstruksi untuk masing-masing variabel seperti Corporate Social Responsibility (CSR), Profitabilitas, dan Corporate Governance dilukiskan dalam tabel nilai loading yang menggambarkan hubungan antara variabel dan indikator. Berikut adalah tabel hasil loading variabel penelitian yang dihasilkan dari program Smart PLS:

Tabel 3 Tabel Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)	Ket
CSR	1.000	1.000	1.000	1.000	Reliabel
KM	1.000	1.000	1.000	1.000	Reliabel
ROA	1.000	1.000	1.000	1.000	Reliabel

sumber : Output dari Program Smart PLS, 2023

Berdasarkan tabel di atas, hasil Average Variance Extracted (AVE) untuk setiap variabel seperti kualitas produk, citra merek, word of mouth, dan kepuasan pelanggan menunjukkan nilai konstruk lebih besar dari 0,50 mengindikasikan reliabilitas yang baik. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tiap variabel memiliki discriminant validity yang tinggi. Selanjutnya, pada tabel 3 di atas, nilai Composite Reliability masing-masing variabel menunjukkan nilai konstruk lebih besar dari 0,60. Hal ini menandakan bahwa setiap variabel telah memenuhi Composite Reliability, menggambarkan tingkat reliabilitas yang tinggi untuk keseluruhan variabel. Dilanjutkan dengan tabel di atas, nilai Cronbach's Alpha masing-masing variabel menunjukkan nilai konstruk lebih besar dari 0,70. Hal ini menegaskan bahwa setiap variabel penelitian memenuhi persyaratan nilai Cronbach's Alpha, menyatakan tingkat reliabilitas yang tinggi untuk keseluruhan variabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa indikator yang digunakan dalam penelitian ini memiliki discriminant validity yang tinggi dalam mengukur masing-masing variabelnya.

Koefisien Determinasi (R2)

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan menggunakan program SmartPLS 3.0, diperoleh nilai R Square sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Koefosien Determinasi

	R Square	Adjusted R Square
CSR	0.582	0.551
ROA	0.000	-0.036

sumber : Output dari Program Smart PLS, 2023

Dari hasil analisis yang ditunjukkan dalam tabel sebelumnya, nilai R Square untuk variabel pengungkapan CSR mencapai 0,582. Hal ini mengindikasikan bahwa sekitar 58,2% dari variasi atau variabilitas yang ada dalam pengungkapan CSR dapat dijelaskan atau diprediksi oleh gabungan faktor kepemilikan manajerial dan tingkat profitabilitas perusahaan. Artinya, sebagian besar dari variabilitas pengungkapan CSR dapat dikaitkan dengan bagaimana manajemen perusahaan dan tingkat keuntungan yang diperoleh

mempengaruhi atau berkorelasi dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Sementara hasil ini menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial dan profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan dalam menjelaskan atau memprediksi sebagian besar tingkat pengungkapan CSR, masih ada sekitar 41,8% dari variabilitas lain yang tidak dapat dijelaskan oleh kedua faktor tersebut. Variabilitas ini mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor tambahan seperti kebijakan internal perusahaan, tuntutan dari pemegang saham, tekanan dari lingkungan eksternal, atau variabel lain yang belum dimasukkan dalam model analisis yang digunakan.

Penilaian Goodness of Fit (GoF)

Uji goodness of fit model, yang merupakan indikator seberapa baik model yang digunakan sesuai dengan data yang ada, dapat dinilai melalui beberapa pengukuran seperti Normed Fit Index (NFI). Nilai NFI yang lebih besar dari atau sama dengan 0,662 dianggap sebagai nilai yang menunjukkan tingkat kesesuaian model yang baik.

Melalui proses analisis menggunakan SmartPLS 3.0, diperoleh hasil nilai Model Fit yang menggambarkan seberapa baik model yang digunakan sesuai dengan data yang diamati. Hal ini memungkinkan kita untuk mengevaluasi sejauh mana model yang dibangun mencerminkan data yang sebenarnya.

Tabel 5 Tabel Model Fit

	Model Saturated	Model Estimasi
SRMR	0.000	0.000
d_ ULS	0.000	0.000
d_ G	0.000	0.000
Chi-Square		0.000
NFI	1.000	1.000

sumber : Output dari Program Smart PLS, 2023

Tentunya, nilai dari uji kecocokan model (Model Fit) ini memberikan gambaran sejauh mana model yang digunakan mampu menjelaskan data yang ada. Nilai yang tinggi menunjukkan bahwa model tersebut mampu dengan baik menggambarkan variasi atau variabilitas yang diamati dalam data yang digunakan untuk analisis. Namun, sekaligus perlu diingat bahwa terdapat faktor lain yang mungkin juga mempengaruhi hasil dan kecocokan model tersebut, dan itu bisa menjadi area eksplorasi lebih lanjut dalam analisis penelitian.

Hasil uji goodness of fit model PLS pada tabel 5 menunjukkan nilai NFI sebesar 0,662 yang mengindikasikan tingkat kesesuaian yang baik. Dengan begitu, dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan tingkat kesesuaian yang tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa model tersebut layak dan dapat diandalkan dalam menguji hipotesis-hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Setelah menilai inner model, langkah selanjutnya adalah mengevaluasi hubungan antar konstruk yang telah diajukan dalam penelitian ini. Uji hipotesis dilakukan dengan melihat T-Statistics dan nilai P-Values. Suatu hipotesis dinyatakan diterima jika nilai T-Statistics

lebih besar 1,96 dan P-Values lebih kecil 0,05. Berikut adalah hasil Path Coefficients yang diperoleh dari evaluasi tersebut:

Tabel 6 Tabel Path Coefficients (Pengaruh Langsung)

	Pengaruh Langsung	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values	Hasil
H1	KM → CSR	-0.223	-0.233	0.135	1.652	0.099	Ditolak
H2	KM → ROA	0.014	0.023	0.189	0.075	0.940	Ditolak
H3	ROA → CSR	0.733	0.732	0.097	7.531	0.000	Diterima

sumber : Output dari Program Smart PLS, 2023

Berdasarkan tabel di atas, dari tiga hipotesis yang diujikan, hanya satu hipotesis (H3) yang diterima karena nilai T-Statistics lebih besar dari 1,96 dan P-Values lebih kecil dari 0,05. Sementara hipotesis lainnya ditolak karena nilai T-Statistics lebih kecil dari 1,96 dan P-Values lebih besar dari 0,05.

Tabel 7 Tabel Path Coefficients (Pengaruh Tidak Langsung)

	Pengaruh Tidak Langsung	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values	Hasil
H4	KM -> CSR	0.010	0.029	0.142	0.073	0.942	Ditolak
	KM -> ROA						
	ROA -> CSR						

sumber : Output dari Program Smart PLS, 2023

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa dalam kerangka model yang diajukan, terdapat satu hipotesis yang tidak dapat diterima, yakni hipotesis mengenai pengaruh kinerja manajerial terhadap pelaksanaan CSR melalui profitabilitas. Ini menandakan bahwa profitabilitas secara tidak langsung tidak mampu menjelaskan atau memediasi hubungan antara kinerja manajerial dan pelaksanaan CSR dalam konteks penelitian ini. Dengan nilai T-Statistics yang lebih rendah dari nilai yang diharapkan dan P-Values yang melebihi batas signifikansi, disimpulkan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam menghubungkan kinerja manajerial dengan pelaksanaan CSR pada perusahaan yang diteliti.

IV. PEMBAHASAN

Pengaruh Corporate Governance Terhadap Pengungkapan CSR

Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang tidak signifikan antara variabel Corporate Governance, yang diwakili oleh Kepemilikan Manajerial, terhadap Pelaksanaan CSR. Secara khusus, kenaikan kepemilikan manajerial tidak tercermin dalam peningkatan pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR). Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh (Sari & Handini, 2021), yang menyimpulkan bahwa kepemilikan manajerial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pelaksanaan CSR. Penelitian ini menggarisbawahi konsep teori

keagenan yang menjelaskan bagaimana pihak-pihak yang terlibat dalam perusahaan memiliki kepentingan yang berbeda, sehingga menyebabkan konflik keagenan (agency conflict). Konflik ini sering kali muncul karena adanya pemisahan fungsi antara kepemilikan perusahaan dan pengendaliannya. Kepemilikan manajerial, sebagai investor yang juga memiliki peran dalam pengambilan keputusan perusahaan (bersama dengan komisaris dan direktur), bisa menjadi kompleksitas dalam menentukan arah perusahaan yang tidak selalu berdampak pada pelaksanaan CSR yang lebih baik, (Rivandi, 2018).

Pengaruh Corporate Governance Terhadap Profitabilitas

Hasil analisis menunjukkan bahwa ada hubungan positif, meskipun tidak signifikan, antara variabel Corporate Governance yang direpresentasikan oleh Kepemilikan Manajerial dan Profitabilitas. Ini menandakan bahwa peningkatan profitabilitas tidak sepenuhnya terdampak oleh Corporate Governance. Temuan ini menggambarkan bagaimana kinerja manajerial tidak terlalu dipengaruhi oleh keterlibatan mereka dalam kepemilikan saham. Manajerial akan tetap bekerja sesuai dengan keinginan pemegang saham, meskipun mereka tidak memiliki proporsi saham yang signifikan dalam perusahaan. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh (Nurkhin et al., 2017), yang meneliti tentang Relevansi Struktural Kepemilikan terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Barang Konsumsi. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap Profitabilitas.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR

Hasil analisis menunjukkan hubungan positif, meskipun tidak signifikan, antara Corporate Governance dan Profitabilitas, direpresentasikan oleh Kepemilikan Manajerial. Ini menunjukkan bahwa peningkatan profitabilitas tidak sepenuhnya bergantung pada faktor Corporate Governance. Temuan ini menandakan bahwa kinerja manajerial mungkin tidak sangat dipengaruhi oleh keterlibatan mereka dalam kepemilikan saham. Meskipun demikian, manajemen akan tetap berusaha memenuhi harapan pemegang saham, bahkan tanpa memiliki porsi saham yang besar di perusahaan. Temuan ini sejalan dengan riset sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh (Nurkhin et al., 2017) yang meneliti tentang Relevansi Struktural Kepemilikan terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Barang Konsumsi. Temuan mereka menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak memiliki dampak signifikan terhadap Profitabilitas. Hal ini didukung oleh teori keagenan, sesuai teori agensi perolehan laba yang semakin besar akan membulat perusahaan mengungkapkan informasi yang lebih luas, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan memberikan keluwesan kepada manajemen untuk melaksanakan dan mengungkapkan CSR. Pengungkapan digunakan oleh para manajer perusahaan kepada para investor dan untuk membantu mendukung keberlanjutan dan kompensasi manajemen.

Pengaruh Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Melalui Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening

Dalam konteks perusahaan modern, pertanyaan tentang bagaimana pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dipengaruhi oleh tata kelola perusahaan (Corporate Governance) dan tingkat profitabilitas telah menjadi inti dari banyak penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa hubungan antara Corporate Governance

dan pelaksanaan CSR, yang dipandu oleh tingkat profitabilitas sebagai mediator, ternyata tidak sepenuhnya terverifikasi dalam penelitian ini. Meskipun secara teoritis ada harapan bahwa prinsip-prinsip Corporate Governance yang baik akan mendorong perusahaan untuk lebih memprioritaskan tanggung jawab sosial, hasil penelitian menunjukkan tidak adanya dampak signifikan dalam praktiknya.

Pertama-tama, peran profitabilitas sebagai penghubung antara Corporate Governance dan pelaksanaan CSR tampaknya tidak terlalu kuat. Seharusnya, kenaikan profitabilitas akan mencerminkan lebih banyak sumber daya yang tersedia untuk perusahaan untuk berinvestasi dalam inisiatif CSR. Namun, temuan ini menunjukkan bahwa tidak semua profitabilitas mengarah pada peningkatan atau prioritas yang diberikan pada CSR, menunjukkan adanya variabel atau faktor lain yang mempengaruhi keputusan perusahaan dalam mengalokasikan sumber daya.

Sementara itu, peran kepemilikan manajerial dalam memengaruhi CSR juga menunjukkan hasil yang tidak begitu meyakinkan. Meskipun kepemilikan saham oleh manajer diharapkan dapat mendorong tanggung jawab sosial yang lebih besar, hasil penelitian ini menunjukkan dampak yang tidak signifikan. Ini dapat diartikan bahwa manajer, meskipun memiliki kepemilikan saham, mungkin tidak menggunakan posisi mereka untuk memperjuangkan atau memengaruhi kebijakan CSR secara substansial.

Lebih jauh, temuan ini berhubungan dengan teori keagenan yang menekankan pentingnya kepemilikan manajerial sebagai mekanisme untuk mengurangi konflik agensi. Namun, penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak cukup signifikan dalam konteks pelaksanaan CSR.

V. KESIMPULAN

Jadi, kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa walaupun prinsip-prinsip Corporate Governance yang baik dan kepemilikan manajerial yang signifikan seharusnya berperan dalam mendorong praktik CSR yang lebih baik, hasilnya tidak selalu sejalan dengan harapan teoritis. Hal ini menimbulkan pertanyaan lebih lanjut tentang faktor-faktor apa yang mungkin lebih dominan dalam menentukan pelaksanaan CSR, dan bagaimana peran Corporate Governance dan kepemilikan manajerial dapat ditingkatkan atau dikaji lebih lanjut untuk memberikan dampak yang lebih positif dalam praktik CSR di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Angelia, D., & Suryaningsih, R. (2015). The Effect of Environmental Performance And Corporate Social Responsibility Disclosure Towards Financial Performance (Case Study to Manufacture, Infrastructure, And Service Companies That Listed At Indonesia Stock Exchange). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211, 348–355. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.045>
- Bawono, A. A. K., & Haryanto, H. (2015). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, profitabilitas, cakupan operasional perusahaan, dan sertifikasi ISO 14001 terhadap pengungkapan corporate social responsibility (Studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2013). *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(3), 22–32.
- Daniri, M. A. (2008). Standarisasi tanggung jawab sosial perusahaan. *Indonesia: Kadin Indonesia*, 2(1), 1–36.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris. *Semarang: Badan*

Penerbit UNDIP.

- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Karima, N. (2014). Pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan kepemilikan asing terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *Widya Warta*, 2(2).
- KOMISI VII. (2019). *Panja Limbah DPR Temukan Limbah B3 di Pabrik Mi Instan Medan*. Sekretariat Jenderal DPR RI.
- Nurkhin, A., Wahyudin, A., & Fajriah, A. S. A. (2017). Relevansi struktur kepemilikan terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan barang konsumsi. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 8(1), 35–46.
- Pramukti, A. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal perusahaan. *ATESTASI: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 2(1), 58–67.
- Rindawati, M. W., & Asyik, N. F. (2015). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan kepemilikan publik terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR). *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 4(6).
- Rivandi, M. (2018). Pengaruh Enterprise Risk Management Disclosure Dan Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Benefita*, 3(2), 137–148.
- Riyanto, B. (2010). *Dasar-dasar pembelanjaan perusahaan*. BPFE Yogyakarta.
- Sari, P. A., & Handini, B. T. (2021). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Institusional Dan Komite Audit Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *EL MUHASABA: Jurnal Akuntansi (e-Journal)*, 12(2), 102–115.
- Utama, S. (2007). Evaluasi infrastruktur pendukung pelaporan tanggung jawab sosial dan lingkungan di Indonesia. Retrieved June, 19, 2011.
- UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 40 TAHUN 2007 TENTANG PERSEROAN TERBATAS