

Pengaruh *Political Visibility*, *Sales Growth*, Dan Komisaris Independen Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

(Studi pada Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018 – 2020)

Influence Of Political Visibility, Sales Growth, And Independent Commissioners On Corporate Social Responsibility Disclosure

(Study on Basic and Chemical Industry Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the Period 2018 – 2020)

Brilyan Yusuf Akbar¹, Muhamad Muslih²

¹ Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, brilyanakbar@student.telkomuniversity.ac.id

² Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, muhamadmuslih@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Kerusakan lingkungan yang semakin marak terjadi di Indonesia akibat aktivitas produksi dan operasional perusahaan, Lingkungan adalah hal penting yang wajib diperhatikan oleh perusahaan ketika menjalankan aktivitas produksi dan operasional perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh parsial dan simultan *political visibility*, *sales growth*, dan komisaris independen terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di (BEI) 2018-2020. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan kuantitatif. Penelitian ini terdiri dari 56 sample perusahaan dengan total data observasi 168. Teknik analisis data menggunakan regresi data panel dengan menggunakan *software* EViews 12. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *political visibility*, *sales growth* dan komisaris independen berpengaruh secara simultan terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Secara parsial *political visibility* berpengaruh positif dan *sales growth* berpengaruh negatif sedangkan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjadi referensi dan menambah pengetahuan pada bidang akuntansi serta menjadi perbandingan, selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel-variabel yang sekiranya berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

Kata Kunci-*corporate social responsibility disclosure*, *political visibility*, *sales growth*, komisaris independen.

Abstract

Environmental damage is increasingly happening in Indonesia due to the company's production and operational activities. The environment is an important thing that must be considered by companies when carrying out production and company operational activities. This study aims to analyze the partial and simultaneous influence of political visibility, sales growth, and independent commissioners on corporate social responsibility disclosure in basic and chemical industrial sector companies listed on IDX for the 2018-2020 period. The method used is descriptive and quantitative methods. This study consisted of 56 samples of companies with a total of 168 observation data. The data analysis technique used panel data regression using EViews 12 software. The results of the study show that political visibility, sales growth, and independent commissioners have a simultaneous effect on corporate social responsibility disclosure. Partially, political visibility has a positive effect and sales growth has a negative effect, while independent commissioners have no effect on corporate social responsibility disclosure. In future research, it is hoped that it can

be used as a reference and increase knowledge in the field of accounting as well as a comparison, then it is recommended to add more variables that influence corporate social responsibility disclosure.

Keywords-corporate social responsibility disclosure, political visibility, sales growth, independent commissioner.

I. PENDAHULUAN

Kerusakan lingkungan yang semakin marak terjadi di Indonesia akibat aktivitas produksi dan operasional perusahaan, Lingkungan adalah hal penting yang wajib diperhatikan oleh perusahaan ketika menjalankan aktivitas produksi dan operasional perusahaan. Menurut Elkington (1997) dalam Kurniawan, (2019)^[11] Selain mengejar keuntungan, perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat serta turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan. Hal ini mengisyaratkan sebuah perusahaan boleh berlanjut sebagai entitas pencetak laba selama tidak merusak lingkungan dan sosial. *Association of Chartered Certified Accountants (ACCA)* menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan dimuat dalam laporan berkelanjutan (sustainability reporting).

Investor melihat perusahaan dari sisi dampak sosial dan lingkungan, mereka lebih tertarik pada perusahaan dengan kinerja CSR yang baik (Hategan et al., 2018)^[8]. Oleh karena itu jika perusahaan ingin menarik minat para investor dan calon investor salah satu cara yang dapat dilakukan adalah menerbitkan *sustainability reporting* atau laporan keberlanjutan yang baik. Dalam rangka memelihara lingkungan dan sosial tempat perusahaan tersebut menjalankan aktivitas nya, sudah seharusnya perusahaan menjalankan *Corporate social Responsibility*. Hal ini akan mempengaruhi citra perusahaan dimasa yang akan datang selain itu pengungkapan CSR adalah kewajiban dan telah diatur oleh undang-undang. tetapi pada kenyataan yang terjadi banyak perusahaan yang belum melaksanakan kewajiban CSR.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji apakah variabel *political visibility, sales growth* dan komisaris independen berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Penelitian ini menggunakan analisis model regresi data panel dan diolah dengan menggunakan *software* EVIEWS 12 yang terdiri dari 56 *sample* perusahaan dengan total data observasi 168.

II. DASAR TEORI DAN METODOLOGI

A. Dasar Teori

1. Teori Stakeholder

Teori Stakeholder menjelaskan bahwa setiap pemangku kepentingan memiliki hak untuk mengetahui berbagai aktivitas perusahaan termasuk kegiatan lingkungan sekitar perusahaan. Salah satu cara yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan stakeholder adalah dengan memperluas *corporate social responsibility disclosure* (Dewi & Muslih, 2018)^[5]. Hal tersebut dilakukan agar perusahaan memiliki nilai yang baik bagi *stakeholder*.

2. *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Corporate Social Responsibility Disclosure adalah bentuk korespondensi antara *stakeholder* dengan perusahaan mengenai pelaksanaan CSR pada kegiatan perusahaan. Terdapat Undang–Undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan terbatas yang mengatur tentang pengungkapan CSR. Selain itu *Corporate Social Responsibility Disclosure* menjadi tolak ukur perusahaan dan *stakeholder* dalam mengambil keputusan karena dapat memberikan dampak positif bagi kinerja perusahaan. Pengungkapan CSR menurut (Effendi, 2016) menggunakan indikator dari POJK51/OJK.03/2017 dengan total jumlah 67 item dengan formula sebagai berikut:

$$CSRIj = \frac{\sum X_{ij}}{n_j} \quad (1)$$

Keterangan:

$CSRIj$ = Indeks pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

X_{ij} = Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan, jika diungkapkan maka bernilai 1, jika tidak diungkapkan maka bernilai 0.

n_j = Jumlah item pada POJK adalah 67

3. *Political Visibility*

Political Visibility pada dasarnya adalah bagaimana pandangan politik pemerintah dan masyarakat kepada perusahaan. Pada penelitian ini *Political Visibility* diprosikan dengan ukuran perusahaan (*size*). Penelitian ini untuk

menghitung ukuran perusahaan menggunakan total asset perusahaan sebagai dasar penentuan. Total asset dipilih karena relatif lebih stabil di banding ukuran lain yang digunakan untuk mengukur perusahaan. Perusahaan dengan ukuran besar memiliki perhitungan yang sangat baik dalam pengelolaan laba, karena faktor pendorong ukuran perusahaan menjadi besar yaitu harus mampu memenuhi harapan pemegang saham (Arthawan & Wirasedana, 2018)^[3]. Formula perhitungan *political visibility* sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln (Total Asset)} \tag{2}$$

Keterangan:

Ln = Logaritma Natural

Total Asset = Total Aktiva

4. Sales Growth

Sales Growth atau pertumbuhan penjualan menggambarkan sebuah pencapaian investasi periode masa lalu perusahaan dan bisa dijadikan sebagai patokan pertumbuhan masa yang akan datang. Menurut Angelia et al., (2021)^[11] Perusahaan yang dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas melalui pertumbuhan penjualan dengan mengetahui seberapa tinggi tingkat pertumbuhan penjualan. Perusahaan dapat menetapkan target laba sehingga memiliki arah yang jelas dalam mencapai tujuan. Formula perhitungan *sales growth* sebagai berikut:

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{penjualan bersih (t)} - \text{penjualan bersih (t-1)}}{\text{penjualan bersih (t-1)}} \tag{3}$$

Keterangan :

t = Tahun saat ini

t-1 = Tahun sebelumnya

5. Komisaris Independen

Komisaris Independen adalah pihak eksternal perusahaan yang tidak terafiliasi oleh dewan direksi dan dewan komisaris (Frecilia et al., n.d. 2019)^[7]. Mendeskripsikan bahwa Komisaris Independen bekerja secara independen dan objektif dalam menilai kinerja perusahaan. Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No 33/POJK.04/2014 mengenai Penerapan Tata Kelola Perusahaan yang Melakukan Kegiatan Usaha sebagai Penjamin Emisi Efek dan Perantara Perdagangan Efek bahwa di setiap perusahaan mewajibkan memiliki komisaris independen paling sedikit 30% dari jumlah seluruh dewan komisaris. Formula perhitungan komisaris independen sebagai berikut :

$$\text{Komisaris Independen} = \frac{\Sigma \text{Komisaris independen}}{\Sigma \text{Dewan Komisaris Perusahaan}} \tag{4}$$

B. Kerangka Pemikiran

1. Pengaruh *Political Visibility*, *Sales Growth*, dan Komisaris Independen terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Pada penelitian ini pengujian yang dilakukan adalah untuk melihat pengaruh secara simultan antara *political visibility*, *sales growth*, dan komisaris independen terhadap *corporate social responsibility disclosure*. *political visibility* dapat meningkatkan *corporate social responsibility disclosure* hal ini dikarenakan bagaimana tanggapan politik pemerintah dan masyarakat terhadap perusahaan salah satu caranya dengan menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan. *sales growth* juga dapat meningkatkan *corporate social responsibility disclosure* hal ini dikarenakan pertumbuhan penjualan yang baik diartikan produk diterima oleh masyarakat. komisaris independen dapat meningkatkan pengungkapan *corporate social responsibility disclosure*, hal ini dikarenakan komisaris independen memiliki perilaku yang netral ketika menjalankan pengawasan yang ketat mengenai kegiatan manajemen perusahaan yaitu dalam menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Pengaruh *Political Visibility* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Menurut Arthawan & Wirasedana,(2018)^[3] perusahaan dengan ukuran besar memiliki perhitungan yang sangat baik dalam pengelolaan laba, karena faktor pendorong ukuran perusahaan menjadi besar yaitu harus mampu memenuhi harapan pemegang saham. Ukuran perusahaan bisa dilihat dengan menggunakan total aktiva natural atau log total aset. Semakin besar total aset maka semakin besar pula ukuran sebuah perusahaan dan juga semakin dikenal nya perusahaan di masyarakat (Asiah & Muniruddin, 2018)^[4] Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa

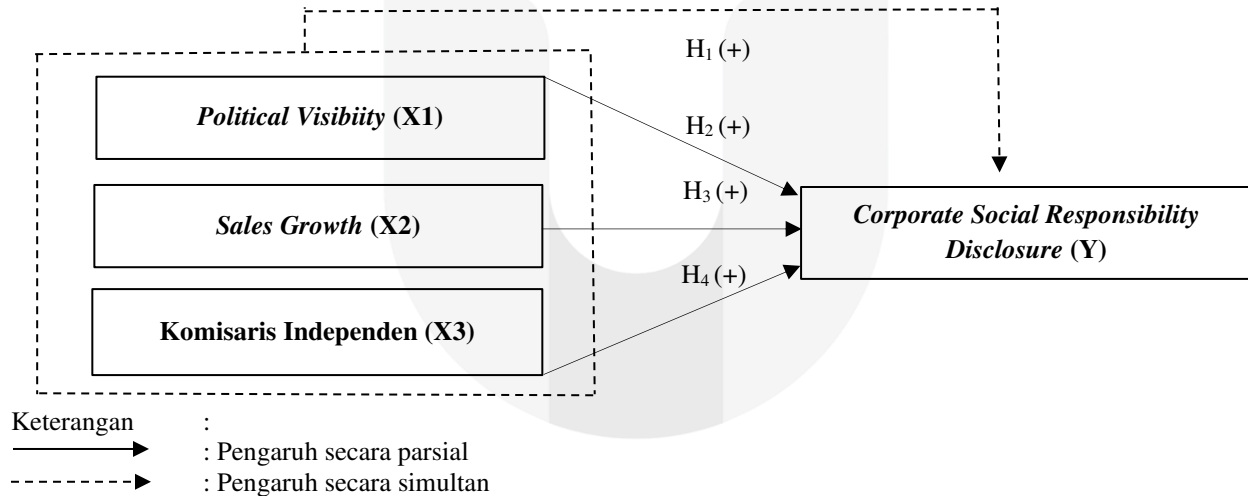
ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Perusahaan yang berskala besar memiliki sumber daya yang besar pula sehingga biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR bukan merupakan suatu permasalahan bagi perusahaan.

3. Pengaruh *Sales Growth* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan (*sales growth*) yang tinggi akan mendapatkan banyak perhatian dari stakeholder atau konsumen yang setia terhadap suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut, sehingga dengan begitu perusahaan cenderung berupaya untuk mempertahankan loyalitas konsumen dengan lebih banyak melakukan kegiatan tanggung jawab sosial nya dan berupaya untuk membuat laporan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumennya (Putri & Yuliandhari, 2020)^[13]. Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi mendapatkan perhatian yang utama oleh *stakeholder* dan juga masyarakat.

4. Pengaruh Komisaris Independen terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Menurut (Juniartha & Dewi, 2019)^[10] Komisaris independen merupakan dewan komisaris yang tidak memiliki afiliasi terhadap perusahaan yang artinya komisaris independen memiliki sikap yang netral terhadap kebijakan perusahaan. Komisaris independen adalah faktor utama dalam memastikan kinerja yang efektif untuk meningkatkan kinerja perusahaan agar memperkuat hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan dan lingkungan eksternal. Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang memiliki komisaris independen yang tinggi akan berpengaruh terhadap corporate social responsibility disclosure, hal tersebut dikarenakan komisaris independen memiliki kendali besar dalam mendorong perusahaan mengungkapkan informasi termasuk mengenai corporate social responsibility.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran
 Sumber: data diolah penulis (2022)

C. Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif, Menurut Arikunto (2019)^[2] penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017)^[15] metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan data panel. Data panel adalah gabungan antara *time series* dan *cross section*. Objek yang digunakan

pada penelitian ini adalah perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2018 – 2020. Jumlah sample pada penelitian ini adalah 56.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Pengujian Statistik Deskriptif

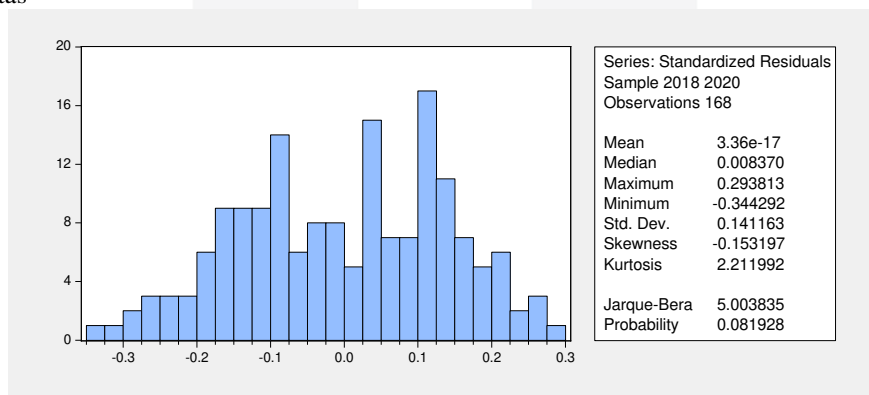
	CSR (Y)	Political Visibility (X1)	Sales Growth (X2)	Komisaris Independen (X3)
<i>Mean</i>	0,6651	28,6463	0,0355	0,3877
<i>Maximum</i>	0,9701	32,3115	3,6951	0,6667
<i>Minimum</i>	0,3433	25,6895	-0,7385	0,1667
<i>Std. Dev.</i>	0,1498	1,5657	0,3687	0,0929

Sumber: data diolah penulis (2022)

Nilai rata-rata pengungkapan CSR sebesar 0,6651 lebih besar dari standar deviasi yaitu sebesar 0,1498, *political visibility* memiliki nilai rata-rata sebesar 28,6463 lebih besar dari standar deviasi yaitu 1,5657, *sales growth* memiliki nilai rata-rata sebesar 0,0355 lebih kecil dari standar deviasi yaitu 0,3687, Komisaris Independen memiliki nilai rata-rata sebesar 0,3877 lebih besar dari standar deviasi yaitu 0,0929. Berdasarkan hasil pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa data variabel *political visibility*, komisaris independen dan CSR memiliki nilai rata-rata (mean) lebih besar dari standar deviasi, hal tersebut menunjukkan bahwa variabel tersebut berkelompok dan tidak bervariasi. Sedangkan pada data variabel *sales growth* memiliki nilai rata-rata (mean) lebih kecil dari nilai standar deviasi, hal tersebut menunjukkan variabel profitabilitas menyebar dan bervariasi.

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Sumber: Output EViews 12, data di olah oleh penulis (2022)

Berdasarkan hasil pada gambar 2 dapat dilihat bahwa nilai probabilitas 0,081928 lebih besar dari nilai taraf signifikansi (0,05). Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa datang yang diolah dapat terdistribusi dengan normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: White

F-statistic	1.427390	Prob. F(9,158)	0.1805
Obs*R-squared	12.63247	Prob. Chi-Square(9)	0.1800
Scaled explained SS	7.134741	Prob. Chi-Square(9)	0.6231

Sumber: Output EViews 12, Data di olah oleh penulis (2022)

Berdasarkan hasil pada tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai probabilitas chi-square 0,1800 lebih besar dari nilai 0.05. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa data yang diolah terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Autokorelasi

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dependent Variable: CSR
 Method: Least Squares
 Date: 08/04/22 Time: 03:34
 Sample: 1 168
 Included observations: 168

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.167795	0.206726	-0.811675	0.4182
PV	0.028028	0.007044	3.978906	0.0001
SG	-0.072166	0.029980	-2.407123	0.0172
KI	0.083886	0.118798	0.706126	0.4811
R-squared	0.113517	Mean dependent var	0.665068	
Adjusted R-squared	0.097301	S.D. dependent var	0.149769	
S.E. of regression	0.142296	Akaike info criterion	-1.038296	
Sum squared resid	3.320689	Schwarz criterion	-0.963915	
Log likelihood	91.21682	Hannan-Quinn criter.	-1.008108	
F-statistic	7.000229	Durbin-Watson stat	1.911021	
Prob(F-statistic)	0.000185			

Sumber: Output Eviews 12, data di olah penulis (2022)

Berdasarkan hasil pada tabel 3, dapat dilihat bahwa uji DW dalam penelitian ini menggunakan nilai signifikansi 5%, dengan jumlah sample (n=168), jumlah variabel dependen dan independen (k=4). Dapat dilihat pada tabel *Durbin Watson* (DW), nilai dL sebesar 1.6992 dan nilai dU 1.7966, sedangkan nilai Durbin Watson (DW) yang didapat dari output EViews 12 yaitu 1.911021, menunjukkan bahwa nilai tersebut berada diantara dU dan 4- dU atau 1.7966 < 1.911021 < 2.2034. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa data yang diolah tidak terjadi masalah autokorelasi.

4. Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

	PV	SG	KI
PV	1.000000	0.055687	0.014224
SG	0.055687	1.000000	0.066823
KI	0.014224	0.066823	1.000000

Sumber: Output Eviews 12, data di olah penulis (2022)

Berdasarkan hasil pada tabel 4, dapat dilihat bahwa tidak terdapat koefisien yang lebih besar daripada 0.8, Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa data yang diolah memenuhi asumsi multikolinearitas dan pada model tidak terdapat masalah multikolinieritas.

C. Analisis Regresi Data Panel

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, model yang paling tepat untuk penelitian ini adalah *random effect model*. Berikut ini adalah hasil uji menggunakan *random effect model*.

Tabel 5. Hasil Uji Random Effect Model

Dependent Variable: CSR
 Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)
 Date: 08/04/22 Time: 04:06
 Sample: 2018 2020
 Periods included: 3
 Cross-sections included: 56
 Total panel (balanced) observations: 168
 Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.184036	0.257042	-0.715975	0.4750
PV	0.027810	0.008795	3.162070	0.0019
SG	-0.082796	0.028214	-2.934584	0.0038
KI	0.142824	0.134714	1.060202	0.2906

Effects Specification		S.D.	Rho
Cross-section random		0.075359	0.2784
Idiosyncratic random		0.121310	0.7216

Weighted Statistics			
R-squared	0.101653	Mean dependent var	0.452762
Adjusted R-squared	0.085220	S.D. dependent var	0.126895
S.E. of regression	0.121367	Sum squared resid	2.415719
F-statistic	6.185852	Durbin-Watson stat	1.745942
Prob(F-statistic)	0.000523		

Sumber: Output Eviews 12, data di olah penulis (2022)

Berdasarkan hasil pada tabel 5, dapat dilihat bahwa hasil model *random effect* diperoleh persamaan regresi data panel. Berikut persamaan regresi data panel.

$$Y = -0.184036 + 0.027810 X_1 + -0.82796 X_2 + 0.142824 X_3 + \epsilon$$

- C = Corporate Social Responsibility Disclosure
- PV = Political Visibility
- SG = Sales Growth
- KI = Komisaris Independen
- ε = Error Term

D. Pengujian Hipotesis

1. Determinasi R²

Berdasarkan hasil pada tabel 5, dapat dilihat bahwa nilai *adjusted r-squared* 0.085220 atau 8.5%. hal ini menyatakan bahwa variabel independen atau bebas yang terdiri dari *political visibility*, *sales growth* dan komisaris independen mampu menjelaskan variabel dependen atau terikat yaitu *corporate social responsibility disclosure* sebesar 8.5% sedangkan sisanya 91.5% dijelaskan oleh variabel di luar penelitian.

2. Hasil Uji Statistik F

Berdasarkan hasil pada tabel 5, dapat dilihat bahwa nilai Hasil uji F memperoleh nilai probabilitas (F-statistic) < 0,05 yaitu sebesar 0,000523, sehingga H₀ ditolak dan H_a diterima. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu *political visibility*, *sales growth* dan komisaris independen secara bersamaan berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yaitu *corporate social responsibility disclosure*.

3. Hasil Uji Statistik t

Berdasarkan hasil pada tabel 5, dapat disimpulkan :

- a. Pengaruh *political visibility* (PV) terhadap *corporate social responsibility disclosure* menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,0019 < 0,05. Koefisien yang dihasilkan sebesar 0,027810 dengan nilai positif. Hal tersebut menghasilkan bahwa variabel *political visibility* berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*.
- b. Pengaruh *sales growth* (SG) terhadap *corporate social responsibility disclosure* menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,0038 < 0,05. Koefisien yang dihasilkan sebesar -0,082796 dengan nilai negatif. Hal tersebut menghasilkan bahwa variabel *sales growth* berpengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility disclosure*.
- c. Pengaruh komisaris independen (KI) terhadap *corporate social responsibility disclosure* menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,2906 > 0,05. Koefisien yang dihasilkan sebesar 0,142824 dengan nilai positif. Hal

tersebut menghasilkan bahwa variabel komisaris independen tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

E. Pembahasan

1. Pengaruh *Political Visibility*, *Sales Growth*, dan Komisaris Independen terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Political Visibility*, *Sales Growth* dan Komisaris Independen berpengaruh simultan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Besar nya pengaruh *Political Visibility*, *Sales Growth* dan Komisaris Independen berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018- 2020 sebesar 8,5%. Hal ini menunjukkan variabel *Political Visibility*, *Sales Growth* dan Komisaris Independen berpengaruh sebesar 8,5% terhadap pengungkapan CSR dan sebanyak 91,5% dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian.

2. Pengaruh *Political Visibility* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan koefisien regresi variabel *political visibility* memiliki nilai sebesar 0,027810 dengan tingkat signifikansi 0,0019 kurang dari 0,05. Hal ini menghasilkan *political visibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Hasil yang didapat sejalan dengan hipotesis yang telah dibangun oleh penulis bahwa *political visibility* berpengaruh secara parsial terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Menurut Sukmarani et al. (2017)^[16] ukuran perusahaan di atas rata-rata didominasi oleh perusahaan yang memiliki pengungkapan sustainability report di atas rata-rata. Sedangkan jumlah perusahaan dengan ukuran di bawah rata-rata didominasi oleh perusahaan yang memiliki pengungkapan sustainability report di bawah rata-rata pula. Pada dasarnya semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin banyak perusahaan melakukan pengungkapan CSR untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Saragi & Ginting (2018)^[14] yang menghasilkan *political visibility* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini dapat diasumsikan bahwa perusahaan besar dapat menghadapi tekanan politik yang lebih besar dari pada perusahaan kecil, yaitu tekanan untuk terlibat dalam tanggung jawab sosial yang muncul sebagai permintaan publik akan informasi yang lebih tinggi daripada perusahaan kecil.

3. Pengaruh *Sales Growth* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan koefisien regresi variabel *sales growth* memiliki nilai sebesar - 0,082796 dengan tingkat signifikansi 0,0038 kurang dari 0,05. Hal ini menghasilkan *sales growth* berpengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Hasil yang didapat tidak sejalan dengan hipotesis yang telah dibangun oleh penulis bahwa *sales growth* berpengaruh secara positif terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Dihilangkan *sales growth* berpengaruh negatif atau menghasilkan pertumbuhan penjualan menurun atau tidak bertumbuh, hal ini di sebabkan karena situasi pandemic covid-19 yang membuat banyak perusahaan menghasilkan pertumbuhan penjualan yang minus. Tentu saja hasil ini tidak diinginkan oleh para stakeholder, tetapi situasi yang terjadi tidak dapat terkendali.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Mudah (2020)^[12] yang menghasilkan bahwa *sales growth* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR artinya meskipun meningkat atau menurunnya pertumbuhan penjualan pada suatu perusahaan setiap tahunnya, tidak mempengaruhi pengungkapan CSR.

4. Pengaruh Komisaris Independen terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan koefisien regresi variabel komisaris independen memiliki nilai sebesar 0,142824 dengan tingkat signifikansi 0,2906 lebih dari 0,05. Hal ini menghasilkan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Hasil yang didapat tidak sejalan dengan hipotesis yang telah dibangun oleh penulis bahwa komisaris independen berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Pada dasarnya perusahaan yang memiliki jumlah komisaris independen yang tinggi memiliki fungsi pengawasan yang lebih baik. Namun, jumlah komisaris independen yang tinggi tidak menjamin melakukan fungsi pengawasan yang lebih baik karena tidak menjalankan fungsi pengawasan dengan baik sehingga pengungkapan CSR tidak dipengaruhi oleh jumlah komisaris independen melainkan kinerja komisaris independen tersebut. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Herdi & Erinosa (2020)^[9] yang menghasilkan komisaris independen tidak

berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Hal ini dikarenakan komisaris independen tidak menjalankan peran dan fungsinya dengan baik.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *political visibility*, *sales growth* dan komisaris independen terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan dengan *sample* penelitian sebanyak 56 dari 78 populasi selama 3 tahun dengan total data yang diolah sebanyak 156. Berdasarkan hasil pada pembahasan sebelumnya, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- A. Berdasarkan hasil pengujian secara simultan memperoleh hasil bahwa *political visibility*, *sales growth* dan komisaris independen berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.
- B. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial, diperoleh hasil sebagai berikut :
 1. *political visibility* berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.
 2. *sales growth* berpengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.
 3. komisaris independen tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.
- C. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel-variabel yang sekiranya berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Bagi perusahaan disarankan untuk lebih memperhatikan aspek *corporate social responsibility* dengan membuat laporan keberlanjutan dengan lengkap agar meningkatkan kualitas pengungkapan nya sehingga perusahaan dinilai memiliki tingkat kepedulian yang tinggi kepada lingkungan dan masyarakat.

REFERENSI

- [1] Angelia, N., Kumalasari, D., & Christiawan, Y. J. (2021). *The Effect of Sales Growth and Independent Commissioner's Supervision on Financial Performance: The Moderating Role of Corporate Social Responsibility*.
- [2] Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Rineka cipta.
- [3] Arthawan, P. T., & Wirasedana, W. P. (2018). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kebijakan Utang dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *E-Jurnal Akuntansi*, 1. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v22.i01.p01>
- [4] Asiah, N., & Muniruddin, S. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Asing, dan Dewan Komisaris Independen terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 3(2), 1. www.idx.co.id.
- [5] Dewi, R. U., & Muslih, M. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Kajian Akuntansi*, Vol.19, No.2.
- [6] Effendi, M. A. (2016). *The Power of Corporate Governance: Teori dan Implementasi*. Salemba Empat.
- [7] Frecilia, D., Sevira, R., & Achyani, F. (n.d.). *Seminar Nasional dan Call for Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0*.
- [8] Hategan, C. D., Sirghi, N., Curea-Pitorac, R. I., & Hategan, V. P. (2018). Doing well or doing good: The relationship between corporate social responsibility and profit in Romanian companies. *Sustainability (Switzerland)*, 10(4). <https://doi.org/10.3390/su10041041>
- [9] Herdi, F., & Erinoss. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Komposisi Dewan Komisaris Independen terhadap Peungkapan Corporate Sosial Responsibility. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, Vol. 2 No. 1.
- [10] Juniarta, I. M., & Dewi, R. R. (2019). Pengaruh Proporsi Komisaris Independen, Kinerja Lingkungan, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan Lingkungan. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 4(2), 117. <https://doi.org/10.25105/jat.v4i2.4843>
- [11] Kurniawan, I. S. (2019). Pengaruh corporate governance, profitabilitas, dan leverage perusahaan terhadap environmental disclosure. *FORUM EKONOMI*, 21(2), 165–171. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>
- [12] Mudah, K. M. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Sales Growth Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.

- [13] Putri, Y. R., & Yuliandhari, W. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Sales Growth, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Indeks Kompas 100 Non-Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2018). *E-Proceeding Telkom University*.
- [14] Saragi, D. M., & Ginting, J. (2018). Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, Political Visibility, Profitabilitas, Likuiditas, dan Pertumbuhan Perusahaan (Growth) terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Akuntansi, Keuangan & Perpajakan Indonesia, Vol 6. No. 2*.
- [15] Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- [16] Sukmarani, U., Suzan, L., & Pratama, F. (2017). *Studi pada Perusahaan Industri Primer yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019) The Determinants Of Sustainability Report Disclosure (Study of Selected Listed Primary Firms in Indonesia Stock Exchange*.

